

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2024, Cilt 17, Sayı 1, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Mecazi Dil Unsurlarının Tüketici Katılımı Üzerindeki Etkisi: Türk Havayolu Instagram Sayfaları Örneği

Cem Burak KOÇAK, Özlem ATALIK, Bahri Baran KOÇAK

Sosyal Medyada Parasosyal Etkileşim Ve Algılanan Güvenilirliğin Tüketicilerin Satın Alma Niyetine Etkisinde Homofilinin Rolü

Emine ŞENBABAOĞLU DANACI

Katı Ve Akışkan Tüketim Üzerine Bir Araştırma

Fatma İŞLER, Hülya BAKIRTAŞ

Value-Added Services From a Port Centric Logistics Perspective: A Literature Review

Giray Yiğit KOLCUBAŞI, Cansu YILDIRIM

Sosyal Medya Fenomeni Pazarlamasında Benlik Uyumu Algısının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Para-Sosyal Etkileşimin Aracılık Rolü

Müzeyyen GELİBOLU

Leveraging The Power Of Gamification in Consumer Decision Making: Hedonism vs. Utilitarianism

Selçuk Yasin YILDIZ

The Effect of Mother-Daughter Connectedness and Social Comparison Motivation on Co-Shopping and Co-Consumption: A Research on Adult Daughters

Tuğba KILIÇER, Eda PAÇ ÇELİK

