

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2020, Cilt 13, Sayı 1, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Marka Güveninin Marka Genişlemeleri ile Algılanan Uygunluklar Arasındaki İlişkide Rolü

Melis KAYTAZ YİĞİT

Impact of Sustainability Awareness and Attitudes on Intention to Purchase Sustainable Fashion Clothing: Mediating Role of Sustainability Commitment

Zanete GARANTİ

What About the Post-Scarcity Period? The Latent Effects of Scarcity Promotions

Edin Güçlü SÖZER

Sosyal Medyada Sürdürülebilir Tüketim: Sürdürülebilir Giysiye Yönelik Tutumu Etkileyen Faktörler ve Sonuçları

Sevtap ÜNAL, İsmail ERKAN, Fulya AÇIKGÖZ

Formal and Informal Components of the Service Relationship

Berna TARI KASNAKOĞLU, Yunus KALENDER

Avatarın Kadar Konuş: Farklı Olma İhtiyacı ve Materyalizm Eğiliminin Genişletilmiş Benlik Üzerindeki Etkisi

Sonyel OFLAZOĞLU, Şenay SABAH ÇELİK

Breaking Point in Age Regarding Children's Attitudes toward TV Commercials

Mehmet Özer DEMİR

Hizmet Kalitesi, Firma İmajı ve Değişirme Maliyetlerinin Sadakate Etkisi: Alternatiflerin Çekiciliğinin Düzenleyici Rolü

Ümit DOĞRUL, Cansu TOR KADIOĞLU

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2020 • Cilt 13 • Sayı 1 • ISSN: 1309-243X • Hakemli Dergi



SİSTEM OFSET YAYINCILIK



PAZARLAMA VE PAZARLAMA
ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ