

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Eylül 2020, Cilt 13, Sayı 3, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Sponsor Ürünleri Satın Alma Niyeti Oluşumunda Yıldız Sporcu Marka İmajı Ve
Taraftar Kimliğinin Etkisi

Ferhat KESKİN, Emre Şahin DÖLARSLAN

Exploring And Identification Of Passengers' Web Search Goals Using
"Ticket" Related Queries in the Airline Market: A Google Trends Study

Bahri Baran KOÇAK

Reklamlarda Çekici Model Kullanımının Vampir Etkisi Kapsamında
Göz Takip Tekniğiyle Değerlendirilmesi

Gizem TOKMAK, Ramazan AKSOY

Mağaza İmaj Bileşenlerinin Premium Özel Markalı Ürünlere İlişkin Müşterilerin
Kalite Algısına Ve Satın Alma Niyetine Etkisi

Önder KETHÜDA

Bireysel Yenilikçiliğin Tüketici Yenilikçiliğine Etkisinde Fomo'nun Aracılık Rolü

İlknur KORKMAZ, Nil Esra DAL

A Comparison Between Pre and Post-Crisis Consumer Responses:
Does Reputation Really Act As a Shield?

Enis YAKUT, Ayşe Gül BAYRAKTAROĞLU

Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu İle Sosyal Medyada Ünlü Kullanımının Lüks Tüketim Eğilimine
Etkisinde Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlamanın (Ewom) Rolüne Yönelik Bir Araştırma

Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TİLTAY, Behçet Yalın ÖZKARA

