



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

20. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ

10-13 Haziran, 2015

Eskişehir

BİLDİRİ KİTABI

Cilt I

Sponsorlar



Copyright © 2015 Anadolu Üniversitesi

Bu Bildiri Kitabında yayımlanan tüm eserlerin yayım hakkı Anadolu Üniversitesi'ne aittir.

Anadolu Üniversitesi Yayın No: 3187

Anadolu Üniversitesi
Yunusemre Kampüsü 26470 Eskişehir
Tel: +90 222 335 05 80
Faks: +90 0 222 335 36 16

Düzenleme Kurulu

Prof. Dr. B. Zafer Erdoğan (Başkan)
Prof. Dr. Necdet Timur
Prof. Dr. Sevgi Ayşe Öztürk
Prof. Dr. Metin Argan
Doç. Dr. Mine Oyman
Doç. Dr. Gülfidan Barış
Doç. Dr. Nezihe Figen Ersoy
Yrd. Doç. Dr. Elif Eroğlu Hall
Yrd. Doç. Dr. Fatma Zeynep Özata
Yrd. Doç. Dr. Feyza Ağlargoş
Arş. Grv. Semra Doğan
Arş. Gör. Abdulkadir Karadeniz
Arş. Gör. Mahmut Sami İşlek
Arş. Gör. Tahsin Perçin Batum

Kapak ve Sayfa Tasarım

Gölgün Bulut

CIP-Anadolu Üniversitesi Kütüphane ve Dökümantasyon Merkezi

Ulusal Pazarlama Kongresi (20. 2015 : Eskişehir)

20. Ulusal Pazarlama Kongresi: bildiri kitabı
1. Pazarlama-- Kongreler I. E. a. II. Dizi : Anadolu
Üniversitesi yayın ; no. 3187
HF5411 .U48 2015

ISBN 978-975-06-1814-7 (cilt 1)
ISBN 978-975-06-1815-4 (cilt 2)
ISBN 978-975-06-1813-0 (takım)

2015-15

Anadolu Üniversitesi Basımevi tesislerinde 750 adet basılmıştır.

Kongre Bilim Kurulu (Alan Koordinatörleri)

- Prof. Dr. Güldem Cerit - *Endüstriyel Pazarlama*
Prof. Dr. İbrahim Kircova - *E-Ticaret, E-Pazarlama*
Doç.Dr. Tolga Akçura - *Fiyatlandırma*
Prof. Dr. Burcu Candan - *Girişimci Pazarlama ve KOBİ'lerde Pazarlama Uygulamaları*
Prof. Dr. Ayşe Sevgi Öztürk - *Hizmet Pazarlaması ve Doktora Kolokyum*
Doç. Dr. Kaan Varnalı - *Mobil Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması*
Doç. Dr. Metehan Tolon - *Müşteri İlişkileri Yönetimi*
Prof.Dr. Çağatay Ünüsan - *Pazar Bölümlendirme ve Hedef Pazar Stratejileri*
Prof. Dr. Cengiz Yılmaz - *Pazarlama Araştırmaları*
Doç. Dr. Serap Atakan - *Pazarlama Etiği*
Doç. Dr. İpek Altınbaşak Farina - *Pazarlama İletişimi*
Prof. Dr. Mustafa Tanyeri - *Pazarlama Yönetimi ve Stratejileri*
Prof. Dr. Sema Kurtuluş - *Pazarlamada Güncel Konular*
Prof. Dr. Nimet Uray - *Perakendecilik, Dağıtım Kanalları Yönetimi ve Lojistik*
Doç. Dr. Emine Çobanoğlu - *Satış Yönetimi*
Prof. Dr. Canan Ay - *Sosyal ve Sürdürülebilir Pazarlama*
Doç. Dr. Sinan Nardalı - *Sosyal ve Sürdürülebilir Pazarlama*
Prof. Dr. Metin Argan - *Spor ve Etkinlik Pazarlaması*
Prof. Dr. Zeliha Eser - *Turizm Pazarlaması, Yer Pazarlaması ve Markalama*
Prof. Dr. Yavuz Odabaşı - *Tüketici Davranışları*
Prof. Dr. Meltem Nurtanış Velioğlu - *Tüketici Davranışları*
Prof. Dr. Ayşe Akyol - *Uluslararası Pazarlama*
Prof. Dr. Yonca Aslanbay - *Ürün ve Marka Yönetimi*
Doç. Dr. Elif Karaosmanoğlu - *Yenilik ve Yeni Ürün Geliştirme*

Hakem Kurulu

Prof. Dr. Abdullah Okumuş
Prof. Dr. Ahmet Acar
Prof. Dr. Ali Deveci
Prof. Dr. Aslıhan Nasır
Prof. Dr. Atilla Akbaba
Prof. Dr. Aypar USLU
Prof. Dr. Ayşe Gül Bayraktaroğlu
Prof. Dr. Ayşe Güldem Cerit
Prof. Dr. Ayşe Şahin
Prof. Dr. Ayşegül Toker
Prof. Dr. Azize Ergeneli
Prof. Dr. B. Zafer Erdoğan
Prof. Dr. Bahtışen Kavak
Prof. Dr. Burcu Candan
Prof. Dr. Bülent Sezen
Prof. Dr. Canan Ay
Prof. Dr. Canan Madran
Prof. Dr. Celil Çakıcı
Prof. Dr. Cengiz Yılmaz
Prof. Dr. Cevat Tosun
Prof. Dr. Çağatay Ünüsan
Prof. Dr. D. Ali Deveci
Prof. Dr. Emrah Cengiz
Prof. Dr. Ercan Gegez
Prof. Dr. Erdoğan Koç
Prof. Dr. Fatma Demirci Orel
Prof. Dr. Gonca Telli Yamamoto
Prof. Dr. Gül Bayraktaroğlu
Prof. Dr. Güliden Asuman
Prof. Dr. Günal Önce
Prof. Dr. İbrahim Birkan
Prof. Dr. İbrahim Kircova
Prof. Dr. İge Pınar
Prof. Dr. İkbâl Aksulu
Prof. Dr. İnci Varinli
Prof. Dr. Kenan Aydın
Prof. Dr. Mehmet Emin İnal
Prof. Dr. Mehmet İsmail Yağcı
Prof. Dr. Mehmet Marangoz
Prof. Dr. Meltem Nurtanış Velioğlu
Prof. Dr. Mert Uydacı
Prof. Dr. Metin Arğan
Prof. Dr. Muazzez Babacan
Prof. Dr. Murat Erdal
Prof. Dr. Mustafa Gülmez
Prof. Dr. Mustafa Tanyeri
Prof. Dr. Müge Arslan
Prof. Dr. Nazan Günay
Prof. Dr. Necdet Timur
Prof. Dr. Neriman Gündoğan
Prof. Dr. Nurettin Parıltı
Prof. Dr. Okan Tuna
Prof. Dr. Ömer Torlak
Prof. Dr. Önder Küçükerman
Prof. Dr. Remzi Altunışık

Prof. Dr. Rezan Tatlıdil
Prof. Dr. Rıdvan Karalar
Prof. Dr. Sanem Alkibay
Prof. Dr. Sema Kurtuluş
Prof. Dr. Semra Aşçıgil
Prof. Dr. Serdar Pirtini
Prof. Dr. Sevgi A. Öztürk
Prof. Dr. Sezer Korkmaz
Prof. Dr. Süphan Nasır
Prof. Dr. Şafak Aksoy
Prof. Dr. Şebnem Burnaz
Prof. Dr. Şule Özmen
Prof. Dr. Şükrü Akdoğan
Prof. Dr. Şükrü Yapraklı
Prof. Dr. Tunçdan Baltacıoğlu
Prof. Dr. Uğur Güllülü
Prof. Dr. Yaman Öztekin
Prof. Dr. Yavuz Odabaşı
Prof. Dr. Zeliha Eser
Doç. Dr. Ahmet Ekici
Doç. Dr. Alper Özer
Doç. Dr. Atilla Öner
Doç. Dr. Ayşe B Elmadağ Baş
Doç. Dr. Berrin Onaran
Doç. Dr. Bilge Aykol
Doç. Dr. Burcu İLTER
Doç. Dr. Cemalettin Aktepe
Doç. Dr. Cenk Arsun Yüksel
Doç. Dr. Cenk Koças
Doç. Dr. Çağrı Bulut
Doç. Dr. Çiğdem Başfıncı
Doç. Dr. Ebru Kabadayı
Doç. Dr. Emine Çobanoğlu
Doç. Dr. Eminegül Karababa
Doç. Dr. Erkan Akar
Doç. Dr. F. Bahar Kurtulmuşoğlu
Doç. Dr. Figen Yıldırım
Doç. Dr. Gül Denktaş Şakar
Doç. Dr. Güldan Barış
Doç. Dr. Hande Kimiloğlu
Doç. Dr. İpek Kazançoğlu
Doç. Dr. İrem Eren Erdoğan
Doç. Dr. İsmail Bilge Çetin
Doç. Dr. Kaan Varnalı
Doç. Dr. Ketî Ventura
Doç. Dr. Leyla Şentürk Özer
Doç. Dr. Medet Yolal
Doç. Dr. Mehmet Baş
Doç. Dr. Mehmet Marangoz
Doç. Dr. Mehpare Tokay Arğan
Doç. Dr. Melike Demirbağ Kaplan
Doç. Dr. Metehan Tolon
Doç. Dr. Mine Oyman
Doç. Dr. Nezihe Figen Ersoy
Doç. Dr. Nihan Özgüven

Doç. Dr. Nilgün Sarıkaya
Doç. Dr. Nilsun Sarıyer
Doç. Dr. Özgür Çengel
Doç. Dr. Özlem Atalık
Doç. Dr. Pars Şahbaz
Doç. Dr. Selçuk Perçin
Doç. Dr. Serap Atakan
Doç. Dr. Serdar Sayman
Doç. Dr. Sinan Nardalı
Doç. Dr. Sinem Atakan
Doç. Dr. Soner Esmer
Doç. Dr. Steven Head Seggie
Doç. Dr. Şafak Ünüvar
Doç. Dr. Şakir Erdem
Doç. Dr. Tülay Yeniçeri
Doç. Dr. Tülin Ural
Doç. Dr. Ulaş Akkücüç
Doç. Dr. Zehra Bozbay
Yard. Doç. Dr. Aslı Elif Aydın
Yard. Doç. Dr. Barış Ursavaş
Yard. Doç. Dr. Barış Yılmazsoy
Yard. Doç. Dr. Berna Tari Kasnakoglu
Yard. Doç. Dr. Beyza Gültekin
Yard. Doç. Dr. Bilsen Bilgili
Yard. Doç. Dr. Canan Eryiğit
Yard. Doç. Dr. Eda Gürel
Yard. Doç. Dr. Elif Eroğlu Hall
Yard. Doç. Dr. Emine Eser Telci
Yard. Doç. Dr. Emre Şahin Dölerslan
Yard. Doç. Dr. Ender Gürgen
Yard. Doç. Dr. Esra Arıkan
Yard. Doç. Dr. Esra Demirbaş
Yard. Doç. Dr. Fatma Zeynep Özata
Yard. Doç. Dr. Gülberk Gültekin Salman
Yard. Doç. Dr. Gülsün Nakiboğlu
Yard. Doç. Dr. Güney Çetin Gürkan
Yard. Doç. Dr. Hakan Katırcı
Yard. Doç. Dr. Hilal Özen
Yard. Doç. Dr. İçlem Er
Yard. Doç. Dr. İnci Dursun
Yard. Doç. Dr. Mehtap Özşahin
Yard. Doç. Dr. Muhammet Ali Tiltay
Yard. Doç. Dr. Oğuzhan Aygören
Yard. Doç. Dr. Özge Türüt
Yard. Doç. Dr. Öznur ÖzkanTektaş
Yard. Doç. Dr. Pınar Başgöze
Dr. Beyza Gültekin
Dr. Diren Bulut
Dr. Eser Levi
Dr. İdil Yaveroğlu
Dr. Kalender Özcan ATILGAN
Dr. Oğuz Ali Acar
Dr. Serkan Kılıç
Dr. Yener Girişken

SUNUŞ

Pazarlamaya yönelik bakış açısı taraflar arasındaki değişimden ziyade değişimin tüm taraflarına değer yaratan uzun vadeli ilişkiler kurma yönünde değişmekte ve gelişmektedir. Ancak pazarlamaya yönelik toplum genelindeki olumsuz yaygın algı, pazarlamanın insanları satın almaya teşvik etmekten başka amacı olmayan ve insanları gereksiz tüketime yönlendiren eylemler olduğu yönündedir. 20. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde, pazarlamayı sosyal boyutlarıyla ele alarak bir nebze de olsa bu yaygın olumsuz algıyı değiştirme yönünde üzerimize düşeni yapmış olmak istedik. Bu amaçla, kongrede tüm akademik ve uygulamacı katılımcılarla paylaşılacak üzere sosyal pazarlama teması altında pazarlama ahlakından tüketici haklarına, sosyal girişimcilikten kurumsal sosyal sorumluluğa, ilgili tüm alanlarda bildirileri davet edilmiştir. Kongre düzenleme kurulumuza gelen 164 bildiri içerisinden titiz ve kapsamlı bir değerlendirme sürecinin ardından 101 bildiri 20. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde sunulmak üzere kabul edilmiştir.

2. Ulusal Pazarlama Kongresi'nin 1989 yılında merhum hocamız Prof. Dr. İlhan Cemalcılar başkanlığında Anadolu Üniversitesi olarak Eskişehir'de yapılmış olması da 20. Ulusal Pazarlama Kongresine ev sahipliği yapmamıza ayrı bir anlam katmıştır.

Bu yıl Ulusal Pazarlama Kongresi'nde birtakım farklı etkinliklere yer verilmiştir. İlki 2013 yılında Anadolu Üniversitesi ev sahipliğinde düzenlenmiş olan SocialBusiness@Anadolu Uluslararası Konferansının ikincisini de "Social Business - Business as if People Mattered" teması ile 20. Ulusal pazarlama Kongresi ile aynı tarihlerde düzenlenmiştir. Bu konferans kapsamında değerlendirmeye alınan bildirilerden 21'i konferans kapsamında sunulmak üzere kabul edilmiştir. Sri Lanka'dan Brezilya'ya, Yeni Zelanda'dan Tunus'a, İngiltere'den Belçika'ya çeşitli ülke ve kültürden katılımcılarla tam anlamıyla kültürler karması bu uluslararası konferans, Ulusal Pazarlama Kongremize renk katmıştır.

20. Ulusal Pazarlama Kongresi kapsamındaki bir diğer yeniliğimiz ise bu yıl ilki düzenlenen doktora öğrencilerine yönelik Doktora Kolokyumu olmuştur. Bu etkinlik ile 19. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde özel oturuma konu olan doktora tezlerinin kalitesinin artırılmasına katkı sağlamayı amaçladık. Bu amaçla beş doktora tezi de Kolokyumda tartışmaya sunmak üzere kabul edilmiştir.

Kongre kapsamındaki bir diğer önemli etkinliğimiz ise alandan adeta yıldızlar karmasından oluşan davetli konuşmacılarla yarattığımız nitelikli paylaşım ortamı olmuştur. Bu kapsamda SocialBusiness@Anadolu International Conference Düzenleme Kurulu Başkanı ve Social Business Dergisi Editörü Profesör Michael J. Baker, Texas-Pan American Üniversitesi'nden Profesör A. Fuat Fırat, Stirling Üniversitesi ve Sosyal Pazarlama Enstitüsü'nden Profesör Gerard Hastings, Cardiff Üniversitesi'nden Profesör Ken Peattie ve Lethbridge Üniversitesi'nden Profesör Sameer Deshpande katılımları ile Sosyal Pazarlama teması altında çok değerli paylaşımlarda bulundular.

Kongre kapsamındaki bir diğer önemli etkinlik ise alanımızın en prestijli dergilerinden biri olan Journal of Consumer Research Baş Editörü Eileen Fischer ve Asosye Editörü Güliz Ger'in üst düzey dergilerde yayın yapma üzerine değerli paylaşımlarını sundukları özel oturumdur.

Kongre kapsamındaki bir diğerk etkinlik ise panel formatında düzenlenen “Türkiye Pazarlama Akademisinin Dünü, Bugünü ve Yarını” isimli özel oturumdur. Bu oturumda Türkiye Pazarlama Derneğı Onursal Başkanı Prof. Dr. Tunç EREM, İstanbul Üniversitesi Emekli Öğretim Üyesi Prof. Dr. İsmail KAYA, Pazarlama Profesyonelleri Derneğı Başkanı Prof. Dr. Muazzez BABACAN, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneğı Başkanı Prof. Dr. Bahtışen KAVAK, Türkiye Pazarlama Derneğı Başkanı Prof. Dr. Ercan GEGEZ yaklaşık 50 yıl önce tohumları atılan pazarlama akademisinin bu süreçte geçirdiğı aşamaları (kurumsal açıdan), günümüzde bulunduğu nokta ve geleceğın neler getireceğı veya getirmesi gerektiğine ilişkin görüşlerini paylaştılar.

Kongre kapsamında tüm bu etkinliklerin düzenlenmesindeki değerli katkılarından dolayı teşekkürlerimizi sunacağımız bir dizi isim de var elbette. Tüm destekçilerimizi buraya sığdırmak mümkün olmayabilir. Ancak öncelikle kongrenin üniversitemiz ev sahipliğinde düzenlenmesindeki değerli katkılarından dolayı Üniversitemiz Rektörü Prof. Dr. Naci GÜNDOĞAN’a teşekkürlerimizi sunuyoruz. Kongrenin akademik ayağını yönetme sürecindeki değerli katkılarından dolayı başta PPAD Yönetim Kurulu Üyeleri ve Başkanı Sayın Prof. Dr. Bahtışen KAVAK olmak üzere tüm Alan Koordinatörlerimize, Hakemlik ve Oturum Başkanlığı yaparak destek veren tüm Hocalarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Kongremiz sponsorları olan TÜBİTAK, ETİ Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş., Eskişehir Ticaret Odası ve kongre yeri olarak seçtiğimiz ve kongre süresince gösterdikleri özenle Eskişehir Rixos Otel’e de müteşekkird olduğumuzu belirtmek isteriz.

Kongremizin düzenlenmesi sürecindeki değerli katkılarından dolayı Düzenleme Kurulumuza ayrıca teşekkür ediyoruz. Kongre web sayfalarının hazırlanması, kongre yönetim sisteminin oluşturulması ve diğerk yardımlarından dolayı Arş. Gör. Abdulkadir Karadeniz’e, kongre kitapçığını düzenlenmesi ve dizaynında yardımlarını esirgemeyen Gülgün Bulut’a ve kongre sekreteryasını tek başına başarıyla yürüten değerli Arş. Gör. Semra Doğan’a özel teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Ev sahipliğı yaptığımız 20. Ulusal Pazarlama Kongresi’nin camiamıza amaçladığımız şekilde kazanımlar ve nitelikli bilgi paylaşım ortamı sunmuş olması umduyla...

Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN

20. Ulusal Pazarlama Kongresi Düzenleme Kurulu Başkanı

İÇİNDEKİLER

Doktora Kolokyumu

Sosyal Ağlardan Alınan Tavsiyelerin Tüketicilerin Satın Alma Eğilimine Etkisi

Bilge Baykal 1-4

Cinsel İçerikli Reklamlarda Üçüncü Kişi Algısının Hedonik ve Faydacı Ürünlerde Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Kültürlerarası Bir Karşılaştırma

Nezahat Ekici 5-8

Bir Tüketim Ritüeli Olarak Dini Bayramlar: Türk Toplumunda Ramazan Bayramı Tüketim Örüntüleri

Mahmut Sami İşlek 9-10

Kıyı Alanlarının Değerlemesi ve Sosyal Sorumluluk Pazarlaması

Onur Akdaş 11-14

Uluslararası Pazarlarda Türk Hizmet İşletmelerine Yönelik Kalite Algısında Ülke İmajı Etkisi

Dilek Turan 15-18

Bildiriler

Cep Telefonu Kullanıcılarının Tüketici Tecrübelerinin Değerlendirilmesi:

Online Tüketici Yorumları Üzerine Netnografik Bir İnceleme

Hakan Cengiz - Sinan Başaran & İsa Uğur 19-22

İnternet Alışverişinde Hata Telafisinin Negatif Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi

Bengü Sevil Oflaç 23-26

Özel Alışveriş Sitelerinde Yaşanan Bilişsel Çelişki ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi

Melike Altıngül & Hilal Özen 27-30

Sosyal Sermaye İhtiyacı ile Psikolojik Refah Faktörlerinin Gençlerin Sosyal Medya Pazarlamasına İlişkin Güven Algısına Etkisi

Gonca Yılmaz Elbaşı & Burçin Kaplan 31-42

Tüketicilerin Özel Alışveriş Sitelerinden Yeniden Alışveriş Yapma Niyetini Etkileyen Güvenle İlişkili Faktörler

İçlem Er - Gökhan Karaferye - Sezgin Koyun - Çağdaş Han & Hatice Özbölük 43-46

Türkiye'deki Özel Alışveriş Sitelerinin Müşteri Beklentilerini Karşılama Derecesinin Değerlendirilmesi

Canan Sarıçam & Nazan Erdumlu 47-48

Mağaza İmajının Algılanan Değer, Fiyat ve Satın Alma Niyeti Bağlamında Kuyumculuk Sektöründe İncelenmesi

Serap Çabuk & Kalender Özcan Atılğan 49-50

Ürünlerin Üretildikleri Ülkelere Yönelik Bilginin Tüketicilerin Fiyat ve Kalite Algılarına Etkisi

Kalender Özcan Atılğan & Nihal Yılmaz 51-58

Ürünün Görsel Estetiğinin İçsel Referans Fiyatlara Etkisi

Yiğit Mumcu & Halil Semih Kimzan 59-62

Firmanın Yapmış Olduğu Reklamlara Yönelik Tutum ile Tüketici Güveni Değişkenleri Arasında Kurumsal İtibarın Aracı Etkisi

Fatih Koç - Volkan Özbek & Ümit Alınacak 63-76

Hizmet Pazarlamasında Blueprint (Hizmet Planı) Metodu ve Bir Butik Otel Örnek Olay İncelemesi

Alparslan Özmen - İlknur Mazan & Selçuk Sert 77-78

Konteyner Limanlarında Hizmet Kalitesi Değişkenlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Önerisi

Gamze Arabelen & Durmuş Ali Deveci 79-100

Analitik Hiyerarşi Prosesi Yaklaşımıyla Sosyal Medya Pazarlama Araçlarının Önceliklendirilmesi

Önder Ziya Paylar & Murat Oturakçı 101-104

Çevrimiçi Marka Topluluklarında Sahiplik, Boyut ve İçeriğin Topluluğa Olan Tutum ve Katılma Davranışına Etkisi

Oğuzhan Aygören 105-106

Instagramdan Alışveriş Yapan Tüketicilerin Profillerini ve Satın Alma Davranışlarına Etki Eden Faktörleri Belirlemeye Yönelik Keşifsel Bir Çalışma

Eda Yaşa Özeltürkay - Sezen Bozyiğit & Murat Gülmez 107-110

İnteraktif Pazarlama Alanındaki Çalışmalara İlişkin Sistemik Bir Literatür Taraması

Sefa Emre Yılmazel 111-116

Mobil Pazarlamaya Yönelik Turizm Öğrencilerinin Tutumları: Ampirik Bir Çalışma

Bekir Eşitti & Buket Buluk 117-126

**Mobil Reklamlara Olan Tutuma Cinsiyet ve Kategori Bilgisinin Etkisi:
Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Çalışma**

Gökhan Aydın & Bilge Karamehmet 127-144

Sosyal Medya Analitiği: Twitter İçin Büyük Veri Yaklaşımı

Müge Çevik, Selcen Öztürkcan & Nihat Kasap 145-148

Olumsuz Satın Alma Tecrübesi Karşısında Müşterilerin ve İşletmelerin Tepkileri

Aysun Kahraman 149-152

**Baby Boomer'lar ile Değişime Doğru: Sosyal Pazarlamada Hazır Kitleyi
Bulmak ve Haritalamak**

Dilşad Çoknaz - Meftune Özbakır Umut & Meltem Nurtanış Velioğlu 153-156

Orta Nokta Bitaraf Cevap Mıdır? Bihaber Cevap Mıdır?

Andım Oben Balce - Ahmet Bardakcı & Selçuk Burak Haşiloğlu 157-164

**Pazarlama Araştırmalarında Anket Yöntemi ile Veri Toplamadaki Potansiyel Problemlere
İlişkin Bir Araştırma: Birden Çok İfade İçeren Ölçek Maddeleri**

Tamer Baran - Oğuzhan Aydın - Abdülkadir Akçay & Selçuk Burak Haşiloğlu 165-174

Pazarlama Araştırmalarında Felsefe, Yöntem ve Etik

Burçin Kaplan & Melis Kaytaç Yigit 175-184

Servqual Beklenti Anketinde Geçmiş Deneyim Sorgulanmalı Mıdır?

Çetin Kalburan - Murat Kantar - Mustafa Atahan Yılmaz & Selçuk Burak Haşiloğlu 185-194

**Tüketicilerin Foursquare veya Swarm Uygulamalarını Kullanarak Yer Bildirimi Yapma
Nedenlerinin, Markalara/Mekânlara Karşı Tutum ve Satın Alma Niyetine Etkisi
Üzerine Bir Pilot Araştırma**

N. Ozan Bakır & Sibel Aydoğan 195-210

**Tüketicilerin Otomobil Satın Alma Kararını Etkileyen Kriterler İçin Otomobil
Markalarının Algı Skorlarının Belirlenmesi: Bir Bulanık Electre Uygulaması**

Niray Tunçel - Sedat Belbağ - Mustafa Çimen & Şerife Kazancı 211-214

**Adil Ticaret Bilgisi ile Adil Ticaret Bağlılığı İlişkisinde Adil Ticarete
Duyulan Güvenin Rolü**

Halil Semih Kimzan & Sevdenur Kapusuz 215-218

**Çalışanların Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının, Dört Temel Kurumsal Sosyal
Sorumluluk Boyutuna Göre Değerlendirilmesi: Sivas Belediyesi'nde Bir Uygulama**

Uğur Uğur & Murat Sayılı 219-232

**Etik Pazarlama Eğitiminin Neresinde? Sosyal Pazarlamanın Etik Yönü Ekseninde
Temel Pazarlama Kitapları Kapsamında Bir İçerik Analizi**

Ömer Kürşad Tüfekci - Nezihe Tüfekci & Ayşe Mert 233-236

**Satış Elemanının Etik Davranışı: Tüketici Algısının Güven, Memnuniyet ve Tekrar
Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi**

Banu Külter Demirgüneş 237-252

**Televizyon Reklamlarına Yönelik Tüketicilerin Etiksel Algı Farklılıkları:
İki Üniversite Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma**

Suzan Çoban - Burcu Gülsevil Belber - Neşe Acar & Ruhan İri 253-264

**Bilinç Öncesi Sosyal Mesajların Harekete Geçirilmesi: Öğretim Elemanları Üzerine
Karma Araştırma**

Süreyya Karsu - Meftune Özbakır Umut - Sertaç Çifci - Yusuf Volkan Topuz & Dilşad Çoknaz 265-268

Oksimoron Bir Gösteren Olarak Reklamlarda Anne

Ali Arıcı 269-278

Örtülü Pazarlama Stratejisi ve Örtülü Pazarlama İletişim Modeli Önerisi

M. Şükrü Akdoğan & Başar Altuntaş 279-282

Pegasus Havayolu Firması Reklamlarının Rossiter-Percy Izgarası Perspektifinden Analizi

Bahri Baran Koçak & Özlem Atalık 283-286

**Reklamlarda Kullanılan Hayvan İmgesi: Ulusal Televizyon Kanallarındaki Reklamlara
İlişkin İçerik Analizi**

Yasemin Karaca & Sezen Bozyiğit 287-298

**Siyasal Pazarlamada Bütünleşik Pazarlama İletişimi ve Siyasi Partilerce
Algılanan Toplum: Göstergebilimsel Bir Analiz**

Özge Gökbulut Özdemir & Deniz Özer 299-318

**Televizyon Reklamlarında Standart Dile Karşı Şiveli Dilin Etkisinin Belirlenmesi
Üzerine Bir Araştırma**

Erol Ustaahmetoğlu 319-320

Türk Markalarının Sosyal Medya Sürdürülebilirlik Mesaj Çerçeveleme Stratejileri

Tuğba Örtten Tuğrul & Aysu Göçer 321-322

**Ürün Türü ve Fiyat Seviyesinin Tüketicilerin Amaca Yönelik Pazarlama Markası Satın
Alma İsteği Üzerindeki Rolü**

Bayram Zafer Erdoğan - Tolga Torun & Sevgi Gönüllüoğlu 323-328

**Marka Topluluğundan Beklenen Faydalar ve Markaya Adanmışlık İlişkisi: Gnctrkcll
Marka Topluluğu Üyeleri Üzerinde Bir Araştırma**

Melda Aslan & Sevgi Ayşe Öztürk 329-334

Yöneticilerin Bakış Açısıyla Pazarlama Uygulamalarının Bireysel Yetkinlikleri

Umut Eroğlu & Güngör Hacıoğlu 335-336

**Bilgisayar Oyunlarında Ürün Yerleştirme Uygulamalarına Yönelik Tutum: Pro
Evolution Soccer (Pes) 2015 Örneği**

Deniz Zeren & Önder Ziya Paylar 337-338

İşletme Öğrencilerinin Öğrenme Stilleri: Pazarlama Öğrencileri Farklı Mı?

Elif Yolbulan Okan & Yusuf Can Erdem 339-342

Markaların Sosyal İçeriklerle Toplumsal Pazarlamaya Katkısı

Şahika Burçin Tatar 343-350

**Siyasal Parti Liderlerinin Algılarının Optik Nörogörüntüleme Yöntemi
(FNIR) ile Saptanması**

Tuna Çakar & Yener Girişken 351-354