



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

20. ULUSAL PAZARLAMA KONGRESİ

10-13 Haziran, 2015

Eskişehir

BİLDİRİ KİTABI

Cilt II

Sponsorlar



Copyright © 2015 Anadolu Üniversitesi

Bu Bildiri Kitabında yaymlanan 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 Ağlargoç
Arş. Grv. Semra Doğan
Arş. Gör. Abdulkadir Karadeniz
Arş. Gör. Mahmut Sami İşlek
Arş. Gör. Tahsin Perçin Batum

Kapak ve Sayfa Tasarım

Gülgün 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 Kolokyumu*
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 Argan
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 Koçaş
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 Denктаş Şakar
Doç. Dr. Gülfidan Barış
Doç. Dr. Hande Kimiloğlu
Doç. Dr. İpek Kazançoğlu
Doç. Dr. İrem Eren Erdoğmuş
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 Argan
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 Akkücüçük
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 paylaşılmak üzere sosyal pazarlama teması altında pazarlama ahlakından tüketici haklarına, sosyal girişimcilikten kurumsal sosyal sorumluluğa, ilgili tüm alanlarda bildirimleri 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 bildirimlerden 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 Asosiyte Editörü Güliz Ger'in üst düzey dergilerde yayın yapma üzerine değerli paylaşımlarını sundukları özel oturumdur.

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

Kongre kapsamında tüm bu etkinliklerin dzenlenmesindeki değerli katkılarından dolayı teşekkürlerimizi sunacağımız bir dizi isim de var elbette. Tüm destekçilerimizi buraya sığdırmak mümkün olmayabilir. Ancak öncelikle kongrenin üniversitemiz ev sahipliğinde dzenlenmesindeki 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 müteşekkir olduğumuzu belirtmek isteriz.

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

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

Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN

20. Ulusal Pazarlama Kongresi Düzenleme Kurulu Başkanı

İÇİNDEKİLER

Bildiriler

Bayi Sadakati ve Örgütsel Yetenekler

Hanifi Murat Mutlu 355-358

Tüketicilerin İndirim Marketi Tercihini Etkileyen Faktörlerin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden AHP Yöntemi ile Tespiti

Mutlu Yüksel Avcılar & Mehmet Fatih Açar 359-364

Araç Kullananların Temel Güdülerinin Elektrikli Araç Satın Alma Niyetine Etkisi: İstanbul'da Araç Kullananlar Üzerine Kantitatif Bir Çalışma

Ezgi Uzel 365-376

Bir Tüketici Davranışı Olarak Gönüllü Hizmet Sağlama: Bağış Motivasyonlarının Yardım Kurumlarında Gönüllü Hizmet Sağlama Tutumu Üzerindeki Etkisi

Muhammet Ali Tiltay & Ömer Torlak 377-386

Çevre Duyarlılığı ve Gelirin Yeşil Ürün Satın Alma Duyarlılığı Üzerindeki Etkisi

Emre Yıldırım & Merve Türkmen 387-398

Çevreci Yaklaşım ve Tüketicilerin Yeşil Reklamlara Karşı Tutumları

Pınar Aytekin & Bahar Çelik 399-402

Daha Yaşanılabilir Bir Dünya İçin Sürdürülebilirlik

Özge Doğanay & İbrahim Kircova 403-412

Engelli ve Engelli Olmayan Bireylerin Sosyal Sorumluluk Algı Düzeyi ile Marka İmajı Algı Düzeyi Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Cep Telefonu Operatörleri Üzerine Bir Araştırma

Sabiha Kılıç & Kübra Müge Daldal 413-424

Kurumsal Kimlikte Etik Vurgusunun Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Tüketici Ekstra Rol Davranışı İlişkisine Etkisi

Neşenur Altıniğne & Elif Karaosmanoğlu 425-428

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Duygusal Tatmin Üzerindeki Etkisi: Gsm Operatörleri Üzerine Bir Araştırma

İlknur Bilgen - Adnan Kara & Sahavet Gürdal 429-440

Organ Bağışını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Sosyal Pazarlama Yaklaşımı ile Organ Bağışının Artırılması

Nihat Kamil Anıl - Gülnur Eti İçli & Bülent Kılıç 441-442

Pazarlama Anlayışındaki Değişimler Açısından Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakatiyle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma

Şirin Gizem Köse 443-454

Satış Personelinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının Belirlenmesi: Sivas İlinde Bir Araştırma

Murat Fatih Tuna 455-466

Sosyal Pazarlama Çerçevesinde Kamu Spotlarının İncelenmesi

Ali Erhan Zalluhoğlu - Cihat Karşlı - Aykan Candemir & G. Nazan Günay 467-478

Sosyal Pazarlama Literatür İncelemesi: Prensipler ve Teknikler Kapsamında Ele Alınan Temel Konular (1971-2014)

Olgun Kitapçı - İbrahim Taylan Dörtyol & Mustafa Gülmez 479-486

Sosyal Pazarlamanın Yeni Aracı: Kitle Fonlaması

Mustafa Halid Karaarslan & Başar Altuntaş 487-498

Sosyal Sorumluluk Kampanyalarına Yönelik Tüketici Algılarının Müşteri Bağlılığı Üzerine Etkisi

Cemalettin Demireli & Fatma Demirağ 499-508

**Teknoloji Bazlı Pazarlama Uygulamalarının Sosyal Pazarlama'da Kullanılmasına
Yönelik Bir Model Önerisi**

Tufan Özsoy 509-520

Tüketicilerin Bakış Açısı ile Sürdürülebilirlik Odaklı Tedarik Zinciri Risk Yönetimi

Aysu Göçer & Okan Tuna 521-522

Yöneticilerde Sürdürülebilirlik Algısı ve Firma Uygulamalarına Yönelik Değerlendirme

Burcu Mucan - Aydın Kayabaşı & Canan Madran 523-528

**Marina Pazarlaması İçin Öneriler: Marina Çekim Unsurları ve Yatçılığa Yönelmede
Etkili İtici Motivasyon Faktörleri**

Neslihan Paker & Ceren Altuntaş Vural 529-536

Rasyonel ve Duygusal Faktörlerin Yer (Markası) Sadakatine Etkileri

Sibel Mutlu - Berna Tarı Kasnakoğlu & Zeliha Eser 537-548

**Büyük Beş Kişilik Özellikleri, E-Wom'a Güven ve E-Wom'dan Etkilenme
Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi**

Mehmet Selami Algur & Nil Selenay Erden 549-560

**Çevresel Tutum ve Tüketim Değerleri Teorisi Çerçevesinde Yeşil Ürün
Satın Alma Davranışları**

Didar Büyüker İşler 561-576

**Çocukların Çevre Bilinçli Tüketici Olarak Sosyalleşmesinde Annelerin Çocuk
Yetiştirme Tutumlarının Rolü**

Sezen Bozyiğit & Canan Madran 577-594

Deneyimlerden Duyulan Mutulukta Bireyin Benlik Kavramının Netliğinin Rolü

Ezgi Merdin & Özlem Hesapçı 595-596

**Fiziksel Özürlü Bireyler Tüketim Kültüründen Nasıl Etkilenir? Pazarlama
Bu Bireyler İçin Ne Yapabilir?**

Murad Canbulut & Deniz Atik 597-600

Fonksiyonel Gıda Tüketimini Etkileyen Unsurlar Üzerine Bir Araştırma

Ahu Ergen - Filiz Bozkurt & Burcu İnci 601-604

Kadın, Erkek Ya Da? Hediye Satın Alma Davranışında Cinsiyet Kimliği Rolünün Etkisi

Tuğba Kılıçer - Elif Boyraz & Adem Tüzemen 605-612

Küreselleşme ve Küresel Marka Algısının Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi

Ercan Taşkın & Cevat Söylemez 613-620

**Modada Yenilikçiliğin Benimsenmesi: Türk Hızlı Moda Tüketicilerine Yönelik
Bir Araştırma**

Nazan Erdumlu - Canan Sarıçam - Duygu Şensoy - İrem Hatipoğlu
Zeynep Banu Delen & Elif Tomurcuk Tuğluk 621-624

**Ortak Tüketmemek: Paylaşma Davranışını Engelleyen Faktörlerin Belirlenmesi
Üzerine Bir Araştırma**

Fatma Zeynep Özata - İçlem Er - Sevgi Ayşe Öztürk & Feyza Ağlargoç 625-626

**Tüketici Satın Alma Davranışı Kapsamında Hedonik (Hazcı) Tüketimin Plansız
Alışveriş Üzerine Etkilerinin İncelenmesi**

Murat Öz & Seval Mucuk 627-638

Tüketicilerin Kişilik Tiplerinin Satın Alma Tarzlarına Etkisinin İncelenmesi

Buket Bora Semiz 639-652

Tüketicilerin Lüks Marka Algısı Ölçümü

Selcen Anlaş 653-656

**Yöre Dışı Alışverişin Tüketiciler Açısından İncelenmesi Kentsel Yöre Dışı Alışverişe
Yönelik Bir Uygulama**

Nazlı Nur Uz & Beyza Gültekin 657-660

Tüketici Kimliğinin Küresel Tüketime Etkisi

Ramazan Nacar & Nimet Uray 661-664

Türk ve Alman Gençlerinin Giyim Alışkanlıkları ve Tercihlerinin Belirlenmesi

Tutku Eker İşciöğlü & Serap Atakan 665-666

Yumuşak Güç Pazarlaması Kapsamında Türk Dizilerinin Uluslararası Pazarlanması

İrfan Ateşoğlü & Ahmet Andaç 667-670

**5 Boyutlu Markalama Stratejisi Üzerine Bir Araştırma: Mudo Markası
“Sahicilik Testi” ve “Duyu Temas Haritası”**

Ali Arıcı 671-676

**Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Marka Tercihlerine Etkisinde Marka İmajı ve Algılanan
Kalitenin Aracılık Rolü: Üniversite Mezunları Üzerine Bir Araştırma**

Erkan Yıldız 677-682

**Alışveriş Değerinin Özel Markalı Ürün Kullanımı ile Mağaza Sadakati Arasındaki İlişki
Üzerindeki Moderatör Etkisi**

İlayda İpek - Nilay Aşkın & Burcu İlter 683-696

Bir Ölçek Geliştirme Çalışması: Retro Yatkınılığı

Barış Ursavaş & Burcu Gümüş 697-698

Marka Bağıntısını Etkileyen Etmenler Üzerine Bir Araştırma

Taner Sığındı 699-702

**Marka Özgünlüğünün Marka Tercihi, Müşteri Tatmini ve Marka Sadakati
Üzerindeki Etkisi**

Elif Ülker Demirel & Erkan Yıldız 703-706

Sigorta Ürün Planlarına İlişkin Ürün Cazipliklerinin Değerlendirilmesi

Habibe Yelda Şener & Merve Bişgin 707-716

Sosyal Pazarlama Uygulamalarının Marka Aşkı Aracılığı Rolü ile Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: Deterjan Pazarı Üzerinde Bir Araştırma

Güzide Öncü Eroğlu Pektaş - Orkun Erdem - Erkan Yıldız & Mustafa Karadeniz 717-720

Tüketicilerin Firma İnovasyon Kabiliyeti Algılarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Kişisel İlgilenim Moderatörlüğünde Ölçülmesi

Burçak Başak & Aykut Yılmaz 721-730

Yoksullukla Sürdürülebilir Mücadelede Sosyal Pazarlamanın Rolü ve Sosyal Pazarlamanın Finansmanı “Project Red Kampanyası Işığında Küresel Fon Örneği”

Selçuk Sert & Ayşenur Altınay 731-734