

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2015, Cilt 8, Sayı 15, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-24X

Büyük Veri ve Pazarlamadaki Dönüşüm: Kuramsal Bir Yaklaşım

Burak DEMİRTAŞ, Metin ARGAN

Tüketicilerin Ürün İlgilenim ve Bilgi Düzeyinin Marka Sadakatine Etkisinin
Fikir Liderliği Kapsamında Değerlendirilmesi

Emre Şahin DÖLARSLAN

Yeni Medya Çağında Siyasal İletişim: Siyasi Partilerin ve Siyasi Parti Liderlerinin
Sosyal Medya Performansları Üzerine Araştırma

Ali ARICI

Algılanan Marka Değeri, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Düzeyinin,
Çalışanların Marka Değerine Etki Farkındalıkları Üzerindeki Etkileri

Sertaç ÇİFÇİ, Salim KAYA

DETAY
YAYINCILIK
www.detayyayin.com.tr

ppad
PAZARLAMA VE PAZARLAMA
ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ

Ocak 2015 • Cilt 8 • Sayı 15 • ISSN: 1309-24X • Hakemli Dergi

DETAY
YAYINCILIK

www.detayyayin.com.tr

kitabınızı yayımlatmak ister misiniz?