

Pazarlama Araştırmaları I

**Editör
Burak NAKİBOĞLU**



AKADEMİSYEN
KITABEVİ

© Copyright 2019

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

| | |
|---------------------------|--------------------------------|
| ISBN | Sayfa ve Kapak Tasarımı |
| 978-605-258-338-8 | Akademisyen Dizgi Ünitesi |
| Kitap Adı | Yayıncı Sertifika No |
| Pazarlama Araştırmaları I | 25465 |
| Editör | Baskı ve Cilt |
| Burak NAKİBOĞLU | Bizim Dijital Matbaa |
| Yayın Koordinatörü | Bisac Code |
| Yasin Dilmen | BUS043000 |
| | DOI |
| | 10.37609/akya.1508 |

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

*Halk Sokak 5 / A
Yenişehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com*

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Akademisyen Yayınevi yöneticileri, yaklaşık 30 yıllık yayın tecrübesini, kendi tüzel kişiliklerine aktararak uzun zamandan beri, ticarî faaliyetlerini sürdürmektedir. Anılan süre içinde, başta sağlık ve sosyal bilimler, kültürel ve sanatsal konular dahil 750 kitabı yayımlamanın gururu içindedir. Uluslararası yayınevi olmanın alt yapısını tamamlayan Akademisyen, Türkçe ve yabancı dillerde yayın yapmanın yanında, küresel bir marka yaratmanın peşindedir.

Bilimsel ve düşünsel çalışmaların kalıcı belgeleri sayılan kitaplar, bilgi kayıt ortamı olarak yüzlerce yılın tanıklarındır. Matbaanın icadıyla varoluşunu sağlam temellere oturtan kitabın geleceği, her ne kadar yeni buluşların yörüngesine taşınmış olsa da, daha uzun süre hayatımızda yer edineceği muhakkaktır.

Akademisyen Yayınevi, kendi adını taşıyan **“Bilimsel Araştırmalar Kitabı”** serisiyle Türkçe ve İngilizce olarak, uluslararası nitelik ve nicelikte, kitap yayımlama sürecini başlatmış bulunmaktadır. Her yıl Mart ve Eylül aylarında gerçekleştirilecek olan yayımlama süreci, tematik alt başlıklarla devam edecektir. Bu süreci destekleyen tüm hocalarımıza ve arka planda yer alan herkese teşekkür borçluyuz.

Akademisyen Yayınevi A.Ş.

İÇİNDEKİLER

| | | |
|----------|--|-----|
| Bölüm 1 | Sosyal Dışlanma Sorununa Sosyal Pazarlama Perspektifinden Bir Bakış | 1 |
| | <i>Mustafa HATIPLER</i> | |
| | <i>Nilgün KÖKSALAN</i> | |
| Bölüm 2 | Etkili ve Başarılı Ulus Marka Yaratma Süreci | 19 |
| | <i>Elif AKAGÜN ERGİN</i> | |
| Bölüm 3 | Dönüştürücü Tüketici Araştırması | 33 |
| | <i>Handan ÖZDEMİR</i> | |
| Bölüm 4 | Finansal ve Pazarlama Halkla İlişkiler | 45 |
| | <i>İrfan ERTEKİN</i> | |
| Bölüm 5 | Çiftlik Bank Dolandırıcılığı ve İletişimsel Boyutu | 53 |
| | <i>Ömer Faruk ÖZGÜR</i> | |
| Bölüm 6 | Ev Kadınlarının Tüketici Hakları Konusunda Bilgi ve Bilinç Düzeyleri ile Tüketim Davranışlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Konya Meram İlçesi Örneği | 81 |
| | <i>Gülden Gök</i> | |
| Bölüm 7 | Kobi'lerde Pazarlama Tabanlı Stratejik İşbirlikleri | 101 |
| | <i>İ. Kahraman ARSLAN</i> | |
| Bölüm 8 | Gençlerin Tüketim Davranışlarında Sosyal Medyadan Etkilenişleri Üzerine Bir Uygulama | 113 |
| | <i>Yeşim KUBAR</i> | |
| | <i>Gülşen CANSEVER</i> | |
| Bölüm 9 | Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal Medyadan Algılanan Faydanın Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi | 133 |
| | <i>Vesile ÖZÇİFÇİ</i> | |
| Bölüm 10 | Afet Lojistiği ve Organizasyon Önerisi | 155 |
| | <i>Gülşen Serap ÇEKEROL</i> | |
| Bölüm 11 | Tüketici Tarafından Algılanan Değerin Zincir Market Performansı Üzerine Etkisi | 175 |
| | <i>Alper ATEŞ</i> | |