

CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Article Type</u>	<u>Page No</u>
1	DO ATTITUDES TOWARD THE MOBILE ADS DIFFERENT ACCORDING TO THE CONSUMERS' DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS	RESEARCH	1-9
2	CONSUMERS' SHOPPING BEHAVIOR	RESEARCH	10-30
3	A BRIEF OVERVIEW OF THE EXCHANGE (EXPOSURE) THEORY FROM THE MARKETING PERSPECTIVE	RESEARCH	31-40
4	EXAMINING OF VOTER INVOLVEMENT LEVELS IN POLITICAL MARKETING	RESEARCH	41-49
5	THE PERCEPTION OF MULTI LEVEL MARKETING BY ITS MEMBERS IN TURKEY	RESEARCH	50-71

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Makale Türü</u>	<u>Sayfa No</u>
1	MOBİL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMLAR TÜKETİCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?	ARAŞTIRMA	1-9
2	TÜKETİCİLERİN MARKET ALIŞVERİŞ DAVRANIŞLARI	ARAŞTIRMA	10-30
3	PAZARLAMA PERFEKTİFİNDEN DEĞİŞİM (MÜBADELE) TEORİSİNE KISA BİR BAKIŞ	ARAŞTIRMA	31-40
4	POLİTİK PAZARLAMA KAPSAMINDA SEÇMENLERİN İLGİLENİM DÜZEYLERİNİN İNCELENMESİ	ARAŞTIRMA	41-49
5	ŞEBEKE YOLUYLA PAZARLAMA SİSTEMİNİN TÜRKİYE'DEKİ ÜYELERİ TARAFINDAN ALGILANMASI	ARAŞTIRMA	50-71