

# **Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**

2017, Cilt.1, Sayı.2

## **DERGİ HAKKINDA**

### **Odak ve Kapsam**

#### **Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yayın odağında;**

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, Sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

#### **Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yayın kapsamında;**

İşletme bilim dalını temel alan çalışmalar,

Kamu yönetimi bilim dalını temel alan çalışmalar,

İktisat bilim dalını temel alan çalışmalar,

Ekonometri bilim dalını temel alan çalışmalar,

Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bilim dalını temel alan çalışmalar,

Maliye bilim dalını temel alan çalışmalar,

Uluslararası ticaret bilim dalını temel alan çalışmalar,

Hastane işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,

Turizm işletmeciliği bilim dalını temel alan çalışmalar,

Yönetim bilişim sistemleri bilim dalını temel alan çalışmalar yer almaktadır.

### **Yayın Sıklığı**

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. İki aylık yayın yapan dergide yılda 6 sayı yayınlanmaktadır.

### **Yayın Dili**

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

### **Açık Erişim Politikası**

Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi açık erişimli (Open Access) bir dergidir. Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan tüm makaleler "Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı" ile lisanslanmıştır.

# Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2017, Cilt.1, Sayı.2

## Yayın Kurulu

Genel Yayın Yönetmeni

Doç. Dr. R. Pars Şahbaz, Gazi Üniversitesi

## Yayın Kurulu

Prof. Dr. M. Mithat Üner, Atılım Üniversitesi

Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa, Erciyes Üniversitesi

Doç. Dr. Sedat Yüksel, College of Applied Science, Oman

Doç. Dr. Evren Güçer, Gazi Üniversitesi

## Hakem Kurulu

Ahmet TAYFUN, Gazi Üniversitesi, tayfun@gazi.edu.tr

Ali Turan Bayram, Sinop Üniversitesi, alibayram@sinop.edu.tr

Alptekin SÖKMEN, Gazi Üniversitesi, asokmen@gazi.edu.tr

Arzu KILIÇLAR, Gazi Üniversitesi, karzu@gazi.edu.tr

Cemalettin Aktepe, Gazi Üniversitesi, caktepe@gazi.edu.tr

Evren GÜÇER, Gazi Üniversitesi, evrengucer@gazi.edu.tr

Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, gulerkol@sinop.edu.tr

Güler SAĞLAM ARI, Gazi Üniversitesi, gsaglam@gazi.edu.tr

Kadri Gökhan Yılmaz, Gazi Üniversitesi, kgyilmaz@gazi.edu.tr

Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, karamustafa@erciyes.edu.tr

Lütfi BUYRUK, Nevşehir Üniversitesi, buyruk@nevsehir.edu.tr

Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, mithatuner@gazi.edu.tr

Mehmet BAŞ, Gazi Üniversitesi, mbas@gazi.edu.tr

Metehan Tolon, Gazi Üniversitesi, metehan@gazi.edu.tr

Nuray Tosunoğlu, Gazi Üniversitesi, nguneri@gazi.edu.tr

Rahman Temizkan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, rtemizkan@ogu.edu.tr Saadet Pınar

Temizkan, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, sptemizkan@ogu.edu.tr Selma Kalyoncuoğlu,

Gazi Üniversitesi, selmakalyoncu@gazi.edu.tr

Seyhan Çil, Gazi Üniversitesi, seyhanc@gazi.edu.tr

Zeynep ASLAN, Adnan Menderse Üniversitesi, z.aslan@adu.edu.tr

# Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2017, Cilt.1, Sayı.2

## İÇİNDEKİLER

**Halkın Boş Zaman Değerlendirme Alışkanlıkları: Çankırı Örneği**

(Leisure Time Habits of Residents: A Case Case of Çankırı)

Yakup ÖZTÜRK, Mustafa TECİMEN

ss. 1-14

**The Development Of Marketing And Augmented Reality**

Doğuş YÜKSEL, Metehan TOLON

ss. 15-23

**Sosyal Medyanın Satın Alma Öncesi ve Sonrası Tüketici Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma**

(A Research on the Effects of Social Media on Pre-Purchase and Post-Purchase Consumer Behavior)

Kıvanç YANAR, Kadri Gökhan YILMAZ

ss. 24-40

**Düşük Maliyet Modelli Havayolu İşletmelerinde Algılanan Hizmet Performansının Tutumsal ve Davranışsal Sadakata Etkisinin Demografik ve Satın alma Özellikleri Üzerinden İncelenmesi**

(Analysing of Perceived Service Performance's Impact on the Behavioral and Attitudinal Loyalty via Demographics and Purchasing Traits in the Low Cost Airlines)

Vahap ÖNEN

ss. 41-54