

## CONTENTS

### "KENT MARKA BAROMETRESİ 2020" RAPORU IŞIĞINDA ULUSLARARASI KENT MARKALAŞMASINDA KENT VİZYONUNUN ROLÜ

*Arş. Gör. Furkan DEMİRTAŞ, Dr. Öğr. Üyesi Hasan BARDAKÇI*

*Pp : 1-14*

### ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI CEP TELEFONLARINA YÖNELİK MARKA ALGILARI: HUAWAI ÖRNEĞİ

*Öğr. Gör. Mustafa YILMAZ, Dr. Seval ÜRKMEZ*

*Pp : 15-36*

### BİR DIŞ PAYDAŞ OLAN MEZUNLARIN İTİBAR ALGILAMALARI: ERÜ İLETİŞİM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ

*Dr. Öğr. Üyesi Kürşad GÖLGEİ, Dr. Öğr. Üyesi Deniz Elif YAVALAR,  
Arş. Gör. Dr. Kadir MACİT*

*Pp : 37-54*

### SOSYAL MEDYANIN ALGI YÖNETİMİ: DİKKAT EKONOMİSİ

*Öğr. Gör. Ali Murat MIRÇIK, Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk ELALTUNTAŞ*

*Pp : 55-80*

### PLASTİK KİRLİLİĞİ İLE MÜCADELEDE REKLAMIN KULLANILMASI:

*Esin SERİN AKSOY, Coşkun AKSOY*

*Pp : 81-91*

### TWİTTER'DA #12 NİSAN ETİKETİYLE YAPILAN PAYLAŞIMLARIN İNTERNET HABER SİTELERİNDE TEMSİLİ

*Dr. Ahmet BİÇER*

*Pp : 92-111*

### DİJİTAL REKLAMLARIN AKILLI TEKNOLOJİ ÜRÜNLERİ EKSENİNDE

*Yunus Emre ÖZDEMİR, Prof. Dr. Derya ÖCAL*

*Pp : 112-128*