

## İÇİNDEKİLER

- 1-18 Sosyo-Demografik Değişkenler Bağlamında Pazarlama Amaçlı Sponsorluk Faaliyetlerine Yönelik Tüketici Algılarının İncelenmesi
- Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT  
mkocyigit@erbakan.edu.tr,
- Arş. Gör. Büşra KÜÇÜKCİVİL  
bkucukcivil@erbakan.edu.tr
- 19-50 Uluslararası İletişim Ve Ötekilikler Bağlamında Tarihsel, Düşünsel Ve Pratik Unsurlarıyla Türkiye-İsrail İlişkileri Ve Krizleri
- Doç. Dr. Uğur GÜNDÜZ  
ugunduz@gmail.com
- İdris ARIKAN (Y.L. Öğrencisi)  
idrisarikan@hotmail.com
- 51-81 Factotum Ve Paterson Filmlerinde Ahlaksal Öznenin Kurulumu
- Arş. Gör. Sedat ÇAĞLAR  
sedat.caglar@btu.edu.tr
- 82-110 Yakın Dönem Türk Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanımı Deneyimleri Ve Propaganda
- Dr. Öğr. Ü. Menderes Akdağ  
menderes.akdag@adu.edu.tr
- 111-135 Modernleşmenin Yaşam Tarzı Ve Beğeni Yargılarına Etkisini Konut Reklamları Üzerinden Okumak
- Muhammet Mustafa Güleç (Y.L. Öğrencisi)  
mmustafagulec@hotmail.com