

Publication Date 10-30 SEPTEMBER 2021
Volume / Issue 7 / 87

CONTENTS

Neslihan ALTUNCUOĞLU	
3609-3618	TÜRK OCAKLARI DÖRDÜNCÜ KURULTAY ZABITLARINDA HARS HEYETİ RAPORU Culture Committee Report In Fourth Turkish Hearths Assembly
Asım TOPAKLI & Ali ERTUĞRUL KÜPELİ	
3619-3630	SÜRREALİST ETKİLERİN GÜNÜMÜZ İLLÜSTRASYON SANATINA YANSIMALARI Reflections Of Surrealist Influences On Today's Illustration Art
Mustafa GÜNEY & Nihat DURSUN	
3631-3640	GRAFİK TASARIMDA DİSİPLİNLERARASI BİR YAKLAŞIM: YAPAY ZEKA An Interdisciplinary Approach To Graphic Design: Artificial Intelligence
Fatıma TOKGÖZ GÜN	
3641-3646	HYBRIDITY IN PRESS ADVERTISEMENTS AS A GRAPHIC DESIGN ELEMENT Bir Grafik Tasarım Ögesi Olan Basın İlanlarında Melezlik
Semih OKATAN & Serkan DEMİRAL	
3647-3658	AN EVALUATION ON THE PEDAGOGICAL ASPECTS OF SKOPOS TRANSLATION THEORY Skopos Çeviri Kuramının Pedagojik Yönleri Üzerine Bir Değerlendirme
Burcu BAŞARAN	
3659-3670	MODERN VE POST-MODERN DÖNEMDE MODA, TÜKETİM VE KİMLİK Fashion, Consumption and Identity in The Modern and Post-Modern Period
Esat YILDIRIM	
3671-3677	İLKOKUL HAYAT BİLGİSİ DERSİNDE YAPILAN DRAMA ÇALIŞMALARINA GENEL BİR BAKIŞ An Overview Of The Drama Studies Done In Primary School Life Studies Course
Ahmet ÇELİK	
3678-3692	1939 TARİHLİ TÜRK-İNGİLİZ-FRANSIZ İTTİFAKI'NIN TÜRK BASININDAKİ AKİSLERİ Reflections In The Turkish Press Of The 1939 Turkish-British-French Alliance
Yeliz CANKURTARAN	
3693-3708	YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA ÖĞRETİM ELEMANLARININ BAKIŞ AÇILARINDA KAYIRMACILIK GERÇEĞİ The Reality Of Faith In Higher Education Institutions In The Perspectives Of Teachers
Fikret YAMAN	
3709-3719	SPOR SPONSORLUĞUNUN BİR TÜRÜ OLARAK FORMA SPONSORLUĞU: TÜRKİYE VE AVRUPA FUTBOL LİGLERİNİN SPONSORLUK AÇISINDAN SEKTÖREL OLARAK KARŞILAŞTIRILMASI Jersey Sponsorship As A Type Of Sports Sponsorship: Sectorial Comparison Of Turkish And European Football Leagues In Terms Of Sponsorship

Yalçın KAHYA	
3720-3731	BEDENSEL DIŞ GÖRÜNÜMÜN ÇALIŞMA HAYATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ The Effect Of Physical Outlook On Working Life
Ergün KÖKSOY	
3732-3747	DİJİTAL ÇAĞDA MARKALARIN KRİZ İLETİŞİMİ: PANDEMİ ETKİSİ Crisis Communication Of Brands In The Digital Age: Effect Of The Pandemic
Önder YAYLA	
3748-3761	AVRUPA BİRLİĞİ'NDEKİ COĞRAFİ İŞARETLİ GASTONOMİK ÜRÜNLERİN MEKÂNSAL ANALİZİ Spatial Analysis of Gastronomic Products with Geographical Indications in The European Union
Osman KABAKÇILI	
3762-3769	ELMALILI TEFSİRİ BAĞLAMINDA NİSA SÛRESİ 29. ÂYETİN TEFSİR İLMİ AÇISINDAN ANALİZİ A Scientific Analysis Of The Exegesis Of Ayah 29 From Surah An-Nisa' In The Context Of The Elmalili Tafsir
Bengücan FINDIK	
3770-3775	ÖMER SEYFETTİN'DE MİLLİYETÇİLİK VE SOSYAL DARWİNİZM Nationalism and Social Darwinism in the writings of Ömer Seyfettin
Erhan BABAÇ & Hilmi Rafet YÜNCÜ	
3776-3786	YİYECEK VE İÇECEK ARAŞTIRMALARINDA NÖROPAZARLAMA TEKNİKLERİNİN KULLANIMI Using of Neuromarketing Techniques in Food and Beverage Researchs