
CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Page No</u>
1	THE RELATIONSHIP AMONG HUMAN CAPITAL ABSORPTIVE CAPACITY AND INNOVATION PERFORMANCE	1-22
2	THE EFFECTS OF INTERNAL MARKETING ON ORGANIZATIONAL TRUST: A RESEARCH IN HOTEL INDUSTRY	22-38
3	CLUSTERING OF THE COUNTRIES ACCORDING TO CONSUMER CONFIDENCE INDEX AND EVALUATING WITH HUMAN DEVELOPMENT INDEX	39-54
4	THE PERFORMANCE COMPARISON OF TURKISH MAJOR AIRPORTS IN DOMESTIC AND INTERNATIONAL LINES	55-75
5	MEDIATING EFFECT OF WORK ENGAGEMENT IN THE RELATIONSHIP OF PROACTIVE PERSONALITY AND PROACTIVE WORK BEHAVIOR	76-96
6	AN APPLICATION ON BRAND POSITIONING ACTIVITIES OF POLITICAL PARTIES: GAZIANTEP SAMPLE	97-118
7	BOARD OF DIRECTORS STRUCTURE AND EARNINGS MANAGEMENT: BIST MANUFACTURING CASE	119-136
8	INVESTIGATION OF PATIENTS' PERSPECTIVES ABOUT PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES	137-153
9	THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF-EXPRESSION, SOCIAL VISIBILITY OF BRAND AND BRAND LOVE	154-171
10	EVALUATION OF USAGE AND APPLICATION AREAS OF QR CODES IN SERVICE INDUSTRY	172-189
11	INVESTIGATION OF THE EFFECTS OF THE HEALTH TRANSFORMATION PROGRAM ON PUBLIC HOSPITALS AND HEALTH PROFESSIONALS (RESEARCH IN ANKARA PROVINCE)	190-210
12	ESTIMATION OF BANKRUPTCY PROBABILITIES BY USING FUZZY LOGIC AND MERTON MODEL: AN APPLICATION ON USA COMPANIES	211-234

13	DIFFERENCES OF THE FACTORS AFFECTING THE ATTITUDES OF EMPLOYED INDIVIDUALS TOWARDS GREEN PRODUCT ADVERTISEMENTS BY THEIR DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS	235-256
14	THE EFFECT OF GLOBAL COMPETITIVE INDEX INDICATORS ON THE GLOBAL INNOVATION INDEX	257-282

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Sayfa No</u>
1	İN SAN SERMAYESİ ÖZÜMSEME KAPASİTESİ VE YENİLİK PERFORMANSI İLİŞKİSİ	1-22
2	İÇSEL PAZARLAMANNIN ÖRGÜTSEL GÜVEN ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA	22-38
3	TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİNE GÖRE ÜLKELERİN KÜMELENMESİ VE İNSANİ GELİŞME ENDEKSİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ	39-54
4	TÜRKİYE'DE FAALİYETTE BULUNAN BÜYÜK HAVALİMANLARININ İÇ VE DIŞ HAT PERFORMANSLARININ KARŞILAŞTIRILMASI	55-75
5	PROAKTİF KİŞİLİK İLE PROAKTİF ÇALIŞMA DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİDE İŞE GÖNÜLDEN ADANMANIN ARACI ETKİSİ	76-96
6	SİYASİ PARTİLERİN MARKA KONUMLANDIRMA FAALİYETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA: GAZİANTEP ÖRNEĞİ	97-118
7	YÖNETİM KURULU YAPISI VE KÂR YÖNETİMİ UYGULAMALARI: BİST İMALAT SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ	119-136
8	HASTALARIN HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE BAKIŞ AÇILARININ İNCELENMESİ	137-153
9	MARKANIN BENLİĞİ İFADE ETMESİ VE SOSYAL GÖRÜNÜRLÜĞÜNÜN MARKA AŞKI İLE İLİŞKİSİ	154-171
10	HİZMET SEKTÖRÜNDE QR KOD KULLANIM ALANLARINA YÖNELİK BİR ALAN ÇALIŞMASI	172-189
11	SAĞLIKTA DÖNÜŞÜM PROGRAMININ KAMU HASTANELERİ VE SAĞLIK PERSONELİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ (ANKARA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA)	190-210

12	İFLAS ETME OLASILIKLARINI BULANIK MANTIK VE MERTON MODEL KULLANARAK TAHMİN ETME: ABD ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA	211-234
13	ÇALIŞAN BİREYLERİN YEŞİL ÜRÜN REKLAMLARINA YÖNELİK TUTUMLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNE GÖRE FARKLILIKLARI	235-256
14	KÜRESEL REKABET ENDEKSİ GÖSTERGELERİNİN KÜRESEL İNOVASYON ENDEKSİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	257-282
