

İÇİNDEKİLER

5 Editörden
Doç. Dr. Nilgün TUTAL CHEVIRON

9 Doğrudan Pazarlama Reklamlarının Etkisi
Doç. Dr. Nurhan BABÜR TOSUN

27 Etnik Pazarlama ve Etnik Reklamcılık
Ar. Gör. Barış KARA
Ar. Gör. R. Gülay ÖZTÜRK

51 Odak Grup Yönetimi: Uygulamacılar Açısından Bir Değerlendirme
Ar. Gör. Şafak ŞAHİN
Yrd. Doç. Dr. H. Kemal SUHER
Prof. Dr. Ali Atıf BİR

75 İmaj, Gösteri ve Tüketim Toplumunun Eleştirel Analizi: İmaj Katili
Doç. Dr. Süreyya ÇAKIR

95 Close Encounters with the Real: The Films of Mike Leigh
Yrd. Doç. Dr. Sibel ÇELİK NORMAN

117 Bildiri
**The Reputation Symbol of Ottoman Empire and Turkey:
Tulip: A Semiotic Approach to Political Identity's Transition**
Yrd. Doç. Dr. Nebahat A. ÇOMAK
Yrd. Doç. Dr. Elgiz YILMAZ

Kitap Tanıtımları

123

125 **Belirsizlik Toplumu'nun Krizi**

131 Başka Bir İletişim Mümkün

133

Tez Özetleri

137

Bu Sayının Yazarları

142

İleti-ş-im Dergisi

Yazı Teslim ve Yayın Kuralları