

İçindekiler [Table of Contents]	Sayfa [Page]
1 Tüketici Temelli Marka Değerinin Yapısal Eşitlik Modelleme ile Ölçümü ve Dayanıklı Tüketim Malları Sektöründe Bir Araştırma [Measurement of Consumer Based Brand Equity Using Structural Equation Modeling and A Research in Durable Consumer Goods Sector] Çağatan Taşkın, Ömer Akat	1 - 16
2 “Destructive” and “Creative” Results of Dynamic Analytical Frameworks of Marx and Schumpeter [Marx ve Schumpeter’in Dinamik Analitik Çerçevelerinin “Yıkıcı” ve “Yaratıcı” Sonuçları] Derya Güler Aydın	17 - 26
3 Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması [A Field Research on Entrepreneurship Education and Determination of the Entrepreneurship Profiles of University Students] Sait Patır, Mehmet Karahan	27 - 44
4 Gıda Perakendeciliğinin Gelişimi ve Gıda Perakendeciliğinde Rekabeti Etkileyen Unsurlar [Development of Food Retailing and Factors Affecting the Competition in Food Retailing] Serkan Kılıç, Gökhan Şenol	45 - 62
5 Kaynak Avantajı Kuramı Üzerine Kavramsal Bir Bakış [A General Conceptual View on Resource Advantage Theory] Bilal Yalçın	63 - 71
6 Altı Sigma ve Finans Sektöründe Altı Sigma Uygulamaları [Six Sigma and Implementations of Six Sigma in Finance Sector] Gökhan Şenol, Adem Anbar	73 - 86