

Table of Contents	Page
1 Intraday Lead-Lag Relationship between Stock Index and Stock Index Futures Markets: Evidence from Turkey <i>Ersan Ersoy, Levent Citak</i>	1-18
2 Level of Accommodation Enterprises in Using Modern Financing Techniques: A Study on Managers of 4 and 5 Star Hotels Operating in Alanya <i>Mehmet Akif Oncu, Istemi Comlekci, Cigdem Mutlu, Emre Zengin</i>	19-32
3 Corporate Sustainability: A Research on Firms That Issue Sustainability Reports in Turkey <i>Funda Ozcelik, Burcu Avci Ozturk, Sevda Gursakal</i>	33-49
4 Unconventional Monetary Policies in the Eurozone: Considering Theoretical Backgrounds and Policy Outcomes <i>Derya Yilmaz</i>	51-68
5 6331 Sayılı Kanun Çerçevesinde Küçük İşyerlerine Yönelik Maddi Desteğin Önemi ve Etkinliği (<i>The Importance and Effectiveness of Financial Support for Small Enterprises within the Framework of Law no.6331</i>) <i>Yusuf Alper, Ilknur Kilkis ve Tugba Engin</i>	69-86
6 Türkiye’de Sosyal Güvenlik Politikalarının Sürdürülebilirliği: Çoklu Yapısal Kırılmalı Eşbütünleşme Analizi (<i>Sustainability of Social Security Policies in Turkey: Cointegration Analysis with Multiple Structural Breaks</i>) <i>Halim Tatli, Ismet Gocer</i>	87-111
7 Karara Varma İhtiyacı Ölçeğinin Türkçe Versiyonu: Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerlendirmesi (<i>Turkish Version of the Need for Cognitive Closure Scale: Evaluation of the Validity and Reliability</i>) <i>Inci Dursun, Kutalmis Emre Ceylan, Ebru Tumer Kabadayi</i>	113-128

Table of Contents		Page
8	Sanal Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Öğrenme Kapasitesi Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi <i>(An Investigation of the Effect of Cyberloafing Behaviors on Organizational Learning Capacity)</i> Belma Keklik, Recep Kilic, Harun Yildiz, Bora Yildiz	129-144
9	Downward Price-Based Brand Line Extensions Effects on Luxury Brands Marcelo Royo-Vela, Eileen Voss	145-161
10	Ağızdan Ağıza İletişimin Tüketici Temelli Marka Değeri Boyutlarına Etkileri: Marka İmajının Aracılık Rolü <i>(The Effects of Word of Mouth Communication on The Sub Dimensions of Consumer Based Brand Equity: The Mediating Role of Brand Image)</i> Erkan Yildiz	163-181