

	Table of Contents	Type	Page
1	Anonymous and Separable Hedonic Coalition Formation Games: Nash Stability Under Different Membership Rights <i>Mehmet Karakaya, Seçkin Özbilen</i>	<i>Research</i>	303-319
2	Oil Price Pass-Through on Sector-Level Prices: Evidence from Turkey <i>Mehmet Fatih Ekinci, Hülya Saygılı</i>	<i>Research</i>	321-335
3	G20 Ülkeleri Arasında Kişi Başı Enerji Tüketiminde Yakınsama Hipotezi Geçerli Mi? Nahar-Inder Testi'nden Bulgular (Is the Convergence Hypothesis Valid for Per Capita Energy Consumption among G20 Countries? Findings from the Nahar-Inder Test) <i>Cihat Karademir, Şencan Felek, Reşat Ceylan</i>	<i>Research</i>	337-350
4	The Cultural Diversity of the Board of Directors and Capital Structure <i>Bahadır Karakoç, Uğur Arcağök</i>	<i>Research</i>	351-368
5	Examination of the Existence of Month of the Year, Day Effect of the Week, and Seasonal Anomalies in Gold Futures Contracts: The Case of Turkey <i>Yasemin Karataş Elçiçek</i>	<i>Research</i>	369-387
6	Mobil Bankacılık Uygulamalarının Benimsemesini Etkileyen Faktörler: Genç Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma (Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking Applications: A Research on Young Consumers) <i>Gülşen Alkaç Özdemir</i>	<i>Research</i>	389-408
7	Yerli ve Milli Markalar Konusunda Tüketicilerin Etnosentrik Eğilimlerinin Marka Evangelizmi, Marka Sadakati ve Marka Bağlılığı Üzerindeki Etkisi (The Effect of Ethnocentric Consumer Behaviors on Brand Evangelism, Brand Loyalty and Brand Commitment about Domestic and National Brands) <i>Bora Gökteş</i>	<i>Research</i>	409-432

Table of Contents

Type

Page

Marka Yönetiminde Renk Seçimi: Renk Kümeleme Modeli

8	(Color Selection in Brand Management: Color Clustering Model)	<i>Research</i>	433-444
---	---	-----------------	---------

Doğuş Yüksel