
CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Page No</u>
1	CHALLENGES TO MULTINATIONAL COMPANIES AND ITS IMPACT ON THE MARKETING POLICIES IN EGYPT	94-119
2	A RESEARCH ON INDUSTRIAL FOOTBALL	120-130
3	A THEORITICAL STUDY ON DISCUSSIONS ABOUT MARKETING THEORY AND DIFFERENT POINT OF VIEWS ON MARKETING THEORY	131-144
4	CRITICAL AND ANALYTICAL METHODOLOGY IN CAMPAIGN MANAGEMENT: A PROCESS MANAGEMENT MODEL FOR NGOs	145-162
5	IMPROVISATIONAL MODEL OF BUSINESS REGISTRATION FOR BRANDING SERVICES IN CONGO-BRAVILLE	163-193

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Sayfa No</u>
1	ÇOKULUSLU ŞİRKETLERİN KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR VE BU ZORLUKLARIN MISIR'DAKİ PAZARLAMA POLİTİKALARINA ETKİSİ	94-119
2	ENDÜSTRİYEL FUTBOL ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	120-130
3	PAZARLAMA TEORİSİNE İLİŞKİN TARTIŞMALARA VE FARKLI BAKIŞ AÇILARINA YÖNELİK TEORİK BİR İNCELEME	131-144
4	KAMPANYA YÖNETİMİNDE KRİTİK VE ANALİTİK METODOLOJİ: STK'LAR İÇİN BİR SÜREÇ YÖNETİMİ MODELİ	145-162
5	KONGO-BRAZZAVILLE'DE MARKALAMA HİZMETLERİ İÇİN TİCARİ SİCİL DOĞAÇLAMA MODELİ	163-193