Ek Okuma Metinleri

Presbery, Frank (2000) “The History of Advertising”, **Advertising & Society Review**, 1(1).

Miller, G. (2011). **Tüketimin Evrimi: Cinsiyet, Statü ve Tüketim**, Alfa Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, s. 27-34 ve s. 47-57.

Fraser, I. (2008). “İhtiyaç”, **Hegel ve Marks İhtiyaç Kavramı** içinde, Dost Kitabevi, Ankara, s. 17-33.

Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “İzafiyet Hakkındaki Hakikat”, s. 27-46.

Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Arz ve Talep Safsatası”, s. 47-69.

Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Sıfır Maliyetin Maliyeti”, s. 71-85.

Ariely, Dan (2013). **Akıldışı ama Öngörülebilir: Kararlarımızı Biçimlendiren Güçlü Kuvvetler** *içinde* “Fiyatın Gücü”, s. 181-199.

Zorlu, A. (2006). Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri, Glocal Yayınları, Ankara, s. 163-276.

Batı, U. (2015). **Tüketici Davranışları: Tüketim Kültürü, Psikolojisi ve Sosyolojisi Üzerine Şeytanın Notları,** s.59-133.

Otay Demir, F. (2015). **Sadece: Tüketim Olgusu Üzerine Denemeler** *içinde* “Modern Masallar: Sembolik Tüketim ve Kimlik İnşaası”, s. 55-68.

Ongur, H. Ö. (2011). **Tüketim Toplumu, Nevrotik Kültür ve Dövüş Kulübü**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s. 41-80.

Bıçakçı, H. (1994). **Doğa Tarihi**, İletişim Yayınları, İstanbul, s. 73-97.

Batı, U. (2015). **Tüketici Davranışları: Tüketim Kültürü, Psikolojisi ve Sosyolojisi Üzerine Şeytanın Notları,** s. 261-291.