

**ARALIK 2015 TARİH BASKILI
PAZARLAMA İLETİŞİMİ
DERS KİTABINA İLİŞKİN DÜZELTME CETVELİ**

1. Ünite, 13. Sayfa, BPI Gelişimi ve Tanımı başlığının 2. paragrafı aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Schultz 1991 yılında BPI kavramını Amerika Birleşik Devletlerinde ortaya attıktan sonra birçok akademisyen bu alanda çalışmaya başlamış ve neredeyse her biri kendi BPI kavramını geliştirmiş ve ortak bir tanım birliğine varılamamıştır. 1993 yılında Bütünleşik Pazarlama İletişimi (BPI) Amerikan Reklam Ajansları Birliği (American Association of Advertising Agencies) tarafından, her bir iletişim faaliyetinin stratejik bir role sahip olduğunu kabul eden ve bunların bir araya getirilerek organizasyonların iletişim çabalarının açık, tutarlı ve maksimum sonuç getirecek şekilde planlamasının ve yürütülmesinin gerekli olduğunu savunan bir pazarlama iletişimi yaklaşımı olarak tanımlanmıştır (Percy, 2008).