

**EYLÜL 2015 VE ÖNCESİ TARİH BASKILI
SOSYAL MEDYA
DERS KİTABINA İLİŞKİN DÜZELTME CETVELİ**

1- Ünite 3, sayfa 59, "Twitter ve Başarısı" başlığı altındaki ilk paragraf aşağıdaki gibi düzeltilmiştir.

Twitter, 280 (orijinal kaynağında 140 yazmakta olup güncel duruma uyarlanmıştır) karakteri aşmayacak şekilde, daha kısa ve sık gönderileri genellikle bir mobil telefon kullanarak paylaşmayı sağlayan bir sosyal ağdır ve mikroblogging konsepti üzerine kurulmuştur. 280 karakterli gönderiler "tweet" olarak bilinmektedir. Tweet'ler kullanıcılara, kısa metin mesajları biçiminde büyük çapta içeriği paylaşmasına imkân vermektedir. Böylece gönderiler, tek tek insanlarla ya da tüm grupla paylaşılmaktadır. Twitter, mikroblogging için orijinal platformlardan biridir ve kurulduğu 2006 yılından bu yana, bu alanda sözü geçmektedir.

2- Ünite 4, sayfa 90, dikkat yazısı ve altındaki paragraf aşağıdaki şekilde birleştirilmiştir.

İnsanların dış hekimleri, saç stilistleri gibi büyük yerel işletmeleri bulmalarına yardımcı olmak için 2004 yılında kurulan Yelp, Yelp uygulamasıyla Yelp'i ziyaret eden aylık ortalama 34 milyon tekil ziyaretçiye ve 2018'in 3. çeyreğinde mobil Web aracılığıyla Yelp'i ziyaret eden 75 milyon tekil ziyaretçiye sahiptir. Yelpçiler, 2013 yılının sonuna doğru 171 milyondan fazla yorum yazdılar. Yorumlara ek olarak, etkinlikleri, listeleri bulmak ve diğer Yelpçiler ile konuşmak için Yelp'i kullanabilirsiniz. Her işletme sahibi (veya yönetici) fotoğraf göndermek ve müşterileriyle mesajlaşmak için ücretsiz bir hesap oluşturabilir. Yelp, yerel işletmelere reklam satarak para kazanıyor. Bunlar, sitenin etrafında açıkça "Yelp Reklamları" etiketli olarak görürsünüz. Ödeme yapan reklam-verenler, kendi yorumlarını hiçbir zaman değiştiremez veya yeniden sipariş edemez.

3. Ünite 4, sayfa 103, "Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı" 3. sorunun doğru cevap şıkkı "a" olarak değiştirilmiştir.

4. Ünite 6, sayfa 144, "Yatırımın Geri Dönüşü" başlığı altındaki 2. paragraf aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Örneğin, bir işletme bir kampanya için ₺10.000 harcamış olsun ve bu kampanya sonucunda da ₺15.000 getiri elde etmiş olsun. Bu durumda işletmenin elde ettiği net getiri ₺5.000 (15.000 – 10.000) olacaktır. Yatırımın geri dönüş oranı ise %50 ((15.000 – 10.000) / 10.000) olacaktır. Bir başka deyişle işletme bu kampanya için yatırdığı her ₺1 karşılığında, ₺1,5 gelir elde etmiştir.

5. Ünite 6, sayfa 156, "İzleme ve Raporlama" başlığı "Raporlama ve Değerlendirme" olarak değiştirilmiştir.