**Kurumsal İletişim**

**A** **Ahlâk:** Bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda bulundukları davranış kuralları, aktöre.  
**Ambalaj:** Eşyayı sararak, paket yaparak ya da sandığa yerleştirerek, taşınabilir bir duruma koyma işi, sarmalama.  
**Armağan:** Birini hoşnut etmek ya da saymış olmak için karşılıksız verilen seçme şey, hediye.  
**Avantaj:** Üstünlük sağlayan şey, yarar.

**B**  **Bürokrasi:** Bir işin yürütülmesinde ya da çözülmesinde uzun boylu ve dolaşık yollardan işlem yapılması usulü, kırtasiyecilik.

**C/Ç CEO:** Chief Executive Officer  
**Çalışan:** Çalışmak eylemini yerine getiren kişi.  
**Çevre:** Bir işle, konuyla ya da kişiyle ilişkili olanların hepsi.

**D**  **Davranış:** Birine, bir şeye karşı alınan durum.  
**Demokratik:** Demokratlığa uygun.  
**Dizayn (İng. Design):** Taslak, proje, düşünce, amaç, model.

**E**  **Etik (İng. Ethic):** Ahlâka uygun, ahlâk bilimi, ahlâk sistemi.

**G**  **Geleneksel:** Geleneğe dayanan, ananevi.

**I/ İ İmaj (İng. Image):** Şekil, hayal, bir kişi ya da kurum hakkında toplumun kanısı.  
**İtibar:** Güvenilir olma durumu, saygınlık, prestij.

**K Kimlik:** Birinin belli bir kimse olmasını sağlayan çeşitli koşulların tümü.  
**Kriz:** Bunalım, buhran.  
**Kültür:** Bir topluluğun tinsel özelliğini, duyuş ve düşünüş birliğini oluşturan gelenek durumundaki her türlü yaşayış, düşünce ve sanat varlıklarının tümü, ekin.

**L**  **Logo:** Amblem.

**M Manipülatif:** Ustalıkla yönetmek.  
**Marka:** Resim ya da harflerle yapılan işaret, bellilik  
**Medya:** Gazete, radyo, televizyon gibi araçların bütünü.  
**Misyon:** Bir kimseye ya da bir kurula verilen özel görev.  
**Motivasyon:** Harekete geçirme, dürtü, güdü.  
**Müşteri:** Satın alan, alıcı.

**N**  Negatif: Olumsuz, eksi, ters.

**O/Ö Öneri:** Bir işle ilgili olarak ileri sürülen düşünce, teklif.  
**Örgüt:** Teşkilat, oluşum, teşekkül.

**P Paydaş:** Bir şeyde payı olan, hissedar.  
**Pazar:** Belli bir şeyin satıldığı yer  
**Pazarlama:** Bir ürünün, bir malın satışını sağlamak için girişilen etkinliklerin tümü.  
**Pozitif İmaj:** Olumlu görüntü / etki  
**Proaktif İletişim:** Olası sorunları önceden görüp, bu sorunları etkileyip, kurumsal fırsat ve imaja döndürme süreci.

**R**  **Reaktif İletişim:** Kurumun güç duruma düştüğü dönemlerde, kuruma ilişkin bilgi akışını daha etkin olarak kullanılma süreci.  
**Rekabet:** Yarışma.  
**Reklam:** Bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek ve böylelikle sürümünü sağlamak için söz, yazı, resim ya da filmle yapılan her türlü çaba.

**S/Ş Satışçı:** Satış işini gerçekleştiren kişi.  
**Sembol:** Simge.  
**Sponsor:** Destekleyen, himaye eden.  
**Strateji:** Bir amaca varmak için eylem birliği sağlama ve düzenleme sanatı.  
**Stratejik:** Stratejiye ilişkin, Strateji açısından önemli olan.

**T**  **Tüketici:** Tüketme işini yapan (kimse), bitiren.

**U/Ü Ürün:** Bitki, hayvan, toprak ve denizden elde edilen yararlı şey, mahsul; bir tutum ve davranışın ortaya çıkardığı şey.

**V**  **Vizyon:** Görme, önsezi, imgelem, görme gücü.

**Y**  **Yönetim:** Yönetme işi, çekip çevirme, idare.