
技術詞彙

「4A」	指	美國廣告代理商協會，一個美國廣告公司行業組織。4A的會員通常為大型的綜合跨國廣告公司，稱為4A廣告公司。非4A會員的大型綜合廣告公司亦常被稱為A4廣告公司。
「4S」店	指	在中國向終端消費者提供銷售、零部件供應、服務及檢測的授權汽車經銷商。
「線上」或「ATL」	指	通過電視、收音機、雜誌、戲院及報紙等大眾媒體進行的營銷活動。
「線下」或「BTL」	指	非媒體傳播或廣告的形式，或並非通過大眾媒體渠道提供的營銷服務。BTL營銷的例子包括活動營銷。
「博客」	指	存放在互聯網的日記或個人評論，公眾易於閱覽。博客通常由一名個人開設，並經常性載入評論、事件描述、或圖像或影片等其他材料。
「CRM」或「客戶關係管理」	指	用於規劃、安排及控制組織中的售前及售後活動的綜合客戶信息系統。CRM包括處理準客戶及客戶的所有範疇，包括呼叫中心、銷售隊伍、營銷、技術支援及現場服務。
「DM」或「直接營銷」	指	一種廣告形式，透過多種渠道(包括電郵、直接郵件、社交媒體、產品目錄、互聯網廣告、互動電視、呼叫中心等)直接接觸受眾。公司透過傳單、產品目錄、促銷函及街道廣告等宣傳手法直接向客戶傳播。
「網絡公關」	指	網絡公共關係，亦稱線上公關。利用互聯網等電子通訊方式及其他新技術進行傳播，以有效地與公司持份者及公眾溝通。

技術詞彙

「大額消費品」	指	單價相對較高的消費品及／或服務，在平均家庭開支中的佔比較高。該等消費品包括(當中包括)汽車及家居產品、旅遊及金融服務以及時裝、珠寶、鐘錶、遊艇及酒類等奢侈品。
「大額消費品領域」	指	涉及大額消費品銷售及營銷的行業領域。
「整合營銷傳播服務」	指	一九九零年代，由美國西北大學榮譽教授唐•E•舒爾茨(Donald E. Schultz)提倡的營銷理念。其核心原則為營銷應以消費者為導向，以整合及協調方式利用多種傳播形式，持續向目標消費群傳達一致的品牌或產品信息，並配以獨特影像。向全球企業提供的常用整合營銷傳播服務包括廣告、公關、活動組織等，並會與其他品牌營銷服務方式整合，如整合營銷傳播公司以專業方式向其客戶提供的社會媒體營銷服務。
「互聯網」	指	一個將世界各地的電腦連接並可讓公眾參與的互連網絡系統。互聯網可讓電腦用戶分享多媒體文件。互聯網受歡迎的功能包括(其中包括)電郵、博客、討論群組(如BBS及網上論壇)、網上交談(如微軟網絡的MSN Live Messenger)、門戶網站及社交網站。
「互聯網廣告」	指	一種利用互聯網並可通過博客、微博、社交網站、網上論壇、門戶網站等發布廣告的廣告方式。
「微博」	指	一種新興的社交網站形式(如Twitter)形式與博客類似的簡短信息或在互聯網上發帖。微博的檔案容量一般較博客少，可讓用戶交流少量內容，如短句、即時留言、獨立圖像或影片連結。

技術詞彙

「公關」	指	一種傳播形式，主要目的是增進公眾理解及加強認知度。常用公關工具包括新聞稿、新聞發布會、發言安排及社區服務計劃。
「跨國公司」	指	跨國公司，指管理總部設在一個國家(稱為原籍國)並在其他多個國家經營(稱為所在國)的公司，亦可稱為國際企業。
「網上論壇」	指	亦稱為互聯網論壇，是一個人們可以發帖方式留言交談的網上討論區。它提供了一個問答場地，並可予監察以確保內容恰當。
「短信」	指	短信息服務，手機及其他手提設備的一種常用文字信息編寫及文字傳輸服務。
「社交網站」	指	社交網站，為一個著力於建立及反映人與人之間(尤其是擁有共同興趣及／或參與相同活動的人群之間)的社會網絡或社會關係的網上服務、平台或網站。
「門戶網站」	指	一般透過通向或接入搜索引擎、新聞、信息等而成為其他網站的接入點的網站。門戶網站將來自不同來源的資料以統一的方式呈列。
「無線營銷」	指	通過無線傳播媒介進行的廣告推廣。無線營銷的典型例子包括發送廣告短信和在移動通信網絡及／或手機及平板電腦應用程式放置廣告。