
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Institut ASTIN

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang Akademik 2004/2005

Mac 2005

YBP 326 – Komunikasi Korporat

Masa : 3 jam

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **SOALAN NO. 1** yang diwajibkan dan mana-mana **DUA** soalan lain.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Jawab lima [5] soalan di bawah:
 - [a] Jelaskan hasil yang ingin dicapai oleh pihak pengurusan dalam usaha-usaha komunikasinya.
 - [b] Apakah elemen-elemen yang terkandung dalam komponen komunikasi keorganisasian dan komunikasi pemasaran.
 - [c] Apakah komunikasi pemasaran bersepadu? Jelaskan elemen-elemen di dalamnya.
 - [d] Bezakan antara model "*The Art Of Rhetoric*" oleh Aristotle [Argenti, 2002] dengan model strategi komunikasi oleh Mary Munter dengan menerangkan kelebihan model Mary Munter tersebut [Argenti, 2002].
 - [e] Bincangkan konsep pemusatan dan nyahpusatan dengan memberikan kebaikan kedua-duanya.
 - [f] Kemukakan bagaimana identiti korporat yang teguh boleh menjadi berkesan.
 - [g] Nyatakan dan bincangkan beberapa tugas pengurus komunikasi korporat dalam komunikasi kakitangan.
 - [h] Jelaskan beberapa situasi di mana imej yang teguh dapat membantu organisasi.
 - [i] Bincangkan kategori-kategori periklanan korporat dengan menggunakan contoh-contoh yang sesuai.
 - [j] Siapakah konstituensi hubungan pelabur dan kewangan.

2. Hubungan media merupakan salah satu fungsi yang penting dalam komunikasi korporat. Organisasi perlu menyuburkan hubungan medianya dengan menggunakan beberapa pendekatan.
 - [a] Bincangkan pendekatan yang digunakan dalam komunikasi korporat untuk memastikan hubungan medianya sentiasa terpelihara.
 - [b] Mengapakah hubungan media penting kepada organisasi?

3. Model Strategi Komunikasi Korporat [Argenti 2002] sering dijadikan rujukan untuk menyelesaikan masalah komunikasi yang dihadapi oleh sesuatu organisasi. Menggunakan kajian kes yang anda pernah bincangkan di dalam kelas, jelaskan bagaimana model ini boleh digunakan untuk menganalisis masalah dalam kajian kes itu dan mencadangkan penyelesaiannya.

4. Terdapat beberapa matlamat program komunikasi kakitangan seperti yang diperolehi melalui kajian yang dibuat terhadap 200 syarikat [Argenti 2002]. Matlamat-matlamat ini membantu merancang program komunikasi kakitangan bagi sesebuah organisasi:
 - [a] Jelaskan apakah matlamat-matlamat tersebut.
 - [b] Bincangkan pola komunikasi yang digunakan untuk melaksanakan program kakitangan.

Sila gunakan kajian kes yang sesuai yang anda telah bincangkan dalam kelas untuk menyokong jawapan anda.