
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA
In Collaboration With

TAYLOR'S COLLEGE

Second Semester Examination
Academic Session 2004/2005

March 2005

YBP 326 –Communication Corporat
[Komunikasi Korporat]

Duration: 3 hours
[Masa: 3 jam]

Please check that this examination paper consists of FIVE pages of printed materials before you begin the examination.

[Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi LIMA muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.]

Answer **THREE (3)** questions. **QUESTION 1** which is compulsory and **TWO (2)** other questions.

*[Jawab **TIGA (3)** soalan. **SOALAN 1** yang diwajibkan dan mana-mana **DUA (2)** soalan lain.]*

Each question carries 100 marks.

[Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.]

1. Answer FIVE (5) questions below:
[Jawab LIMA (5) soalan di bawah:]

- (a) All levels of management use communication to achieve certain desired results. Explain those desired results.

[Jelaskan hasil yang ingin dicapai oleh pihak pengurusan dalam usaha-usaha komunikasinya.]

- (b) What are the elements in organisational communication and marketing communication components.

[Apakah elemen-elemen yang terkandung dalam komponen komunikasi keorganisasian dan komunikasi pemasaran?]

- (c) What is Integrated Marketing Communication (IMC)? Explain the elements of IMC.

[Apakah komunikasi pemasaran bersepadu? Jelaskan elemen-elemen di dalamnya.]

- (d) Differentiate between the Art of Rhetoric model by Aristotle and Strategic Communication model by Mary Munter (Argenti, 2002).

[Bezakan model "The Art of Rhetoric" oleh Aristotle dengan model strategi komunikasi oleh Mary Munter (Argenti, 2002).]

- 3 -

- (e) Discuss briefly the centralisation and decentralisation concepts by explaining the advantages of the two concepts.

[Bincangkan konsep pemusatan dan nyahpusatan dengan memberikan kebaikan kedua-keduanya.]

- (f) What are the ways in which strong corporate identity can be effective?

[Kemukakan bagaimana identity korporat yang teguh boleh menjadi berkesan.]

- (g) State and explain the various duties of corporate communication managers in relations to employee communications.

[Nyatakan dan bincangkan beberapa tugas pengurus komunikasi korporat dalam komunikasi kakitangan.]

- (h) Explain the situations where strong corporate image is particularly helpful to the organisation.

[Jelaskan beberapa situasi di mana imej yang teguh dapat membantu organisasi.]

- (i) Discuss the categories of corporate advertising by citing relevant examples.

[Bincangkan kategori-kategori periklanan korporat dengan menggunakan contoh-contoh yang sesuai.]

- (j) Who made up the constituencies of inventor/financial relations?

[Siapakah konstituensi hubungan pelabur dan kewangan?]

...4/-

2. Media relations is one of the important functions in corporate communication. Organisations must take time to cultivate the relationships with media organisation and their members by taking certain approaches.

(a) Discuss the approaches used by corporate communication practitioners to maintain media relations.

(b) Why is media relations important to organisations?

[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. Strategic Communication Model (Argenti 2002) has been used to solve communication problems faced by an organisation. By referring to any case study you have discussed in class, explain how this model can help analyse the problem in the case study and provide solutions.

[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. There are a few possible goals for employee communications as derived from a conferences board study of over 200 companies (Argenti 2002). These goals can help organisations to plan employee communication programmes.
- (a) Explain the possible goals for employee communication programmes as suggested by that study.
 - (b) Discuss communication pattern used in implementing employee communication programmes.

Please use any relevant case study you have discussed in class to support your answer.

[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 komunikasik yang digunakan untuk melaksanakan program kakitangan.*

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