
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA
In Collaboration With

TAYLOR'S COLLEGE

First Semester Examination
Academic Session 2005/2006

November 2005

YBP 326 – Corporate Communication
Komunikasi Korporat

Duration: 3 hours
Masa: 3 jam

This examination paper consists of **SIX (6)** pages of printed materials.
Kertas peperiksaan ini mengandungi ENAM (6) muka surat yang bercetak.

Answer **THREE (3)** questions. **Question ONE (1)** is compulsory.
Jawab THREE (3) soalan. Soalan SATU (1) adalah wajib.

Each question carries 100 marks.
Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Answer **FIVE (5)** questions. Each question worth 20 marks.
Jawab LIMA (5) soalan berikut. Setiap satu soalan 20 markah.
- (a) State the desired result the management would like to achieve when they use communication.
Nyatakan hasil yang diinginkan oleh pihak pengurusan apabila mereka menggunakan komunikasi.
 - (b) Discuss four (4) principles of internal communication for the CEO. Use relevant examples to illustrate your discussion.
Bincangkan empat prinsip komunikasi dalaman Ketua Pegawai Eksekutif (CEO) korporasi. Gunakan contoh-contoh sesuai dalam perbincangan itu.
 - (c) What is centralization and decentralization in corporate communication. State the advantages and disadvantages of both.
Apakah dia konsep pemusatan dan nyahpusatan dalam komunikasi korporat. Berikan kebaikan dan keburukan kedua-duanya.
 - (d) Explain briefly all of the sub-functions of corporate communication.
Jelaskan dengan ringkas semua sub-fungsi komunikasi korporat.
 - (e) Explain the elements of the identity mix and relate it to the formation of corporate image.
Jelaskan elemen dalam campuran identiti dan kaitkan dengan pembentukan imej korporat.
 - (f) Who are the constituents of investor/financial relations programmes and state their roles.
Siapakah konstituen kepada program hubungan pelabur /kewangan dan nyatakan peranan mereka.
 - (g) Who uses corporate advertising and why?
Jelaskan siapakah yang menggunakan periklanan korporat dan kenapa mereka menggunakannya.

- 3 -

- (h) Discuss the steps when communicating during crisis. Use a crisis that you know of as an example.
Bincangkan langkah-langkah bila berkomunikasi semasa krisis. Gunakan satu krisis yang anda tahu sebagai contoh.
- (i) The possible goals for employee communication are derived from a conferences board study of over 200 top managers of companies (Argenti, 2004). State the seven possible goals.
Pihak pengurusan atasan berpendapat bahawa terdapat tujuh matlamat komunikasi kakitangan yang mungkin dicapai dalam hubungan komunikasi kakitangan. Nyatakan matlamat-matlamat tersebut.
- (j) Explain the factors and considerations to ensure the effectiveness of employee communication programme.
Jelaskan faktor-faktor dan pertimbangan untuk memastikan keberkesanan program komunikasi kakitangan.

2. Corporate identity is the physical manifestation of the image of an organization. It has to be maintained. Nevertheless identity change is sometimes unavoidable because of internal and external environmental factors. This situation was experienced by General Electric Company (GE) which has diversified its products. GE has to change the perception of its constituents. By using the GE case, answer the following:

Identiti korporat adalah manifestasi fizikal imej organisasi. Ia perlu dipertahankan. Namun perubahan identiti kadangkala perlu dilakukan kerana faktor-faktor persekitaran dalaman dan luaran. Ini telah di alami oleh Syarikat General Electric (GE) yang telah mempelbagaikan produk keluarannya dan perlu menukar persepsi konstituennya. Berpandukan kepada kes General Electric tersebut, jawab soalan-soalan berikut:

- 4 -

- (a) How much does GE need to communicate through identity change to change the perception of the constituents.
Berapa banyakkah yang boleh dikomunikasikan oleh GE melalui perubahan identitinya untuk mengubah persepsi konstituen?
- (b) How would the change help or hinder GE's overall corporate communication long term strategy ?
Bagaimanakah perubahan itu boleh membantu atau tidak strategi jangka panjang komunikasi korporat GE. General Electric?
- (c) Use the identity management process to explain GE's identity change.
Gunakan proses menguruskan identiti untuk menjelaskan perubahan identiti GE.

3. A government hospital was criticized because of several cases involving bad management and administration. Among the cases were baby kidnapping, baby swapping, the failure to determine the gender of a baby, and poor service by the hospital staff towards its patients. These events have affected the image of the hospital.

Sebuah hospital kerajaan telah dikritik disebabkan beberapa kes pengurusan dan pentadbiran yang memalukan. Di antara kes-kes tersebut ialah pencolekan bayi, pertukaran bayi, pertukaran jantina bayi dan kes layanan buruk kakitangan terhadap pesakitnya. Imej hospital ini telah terjejas akibat kejadian-kejadian tersebut.

- (a) Explain how impression management can be used by the hospital to improve its image. Discuss the impression management dimensions suitable for this case.
Jelaskan bagaimana pihak pengurusan hospital boleh menggunakan pengurusan tanggapan untuk membaiki imejnya. Bincangkan dimensi-dimensi pengurusan tanggapan yang sesuai dalam kes tersebut.

- (b) Discuss the steps in the image formation process by Van Riel (1995) to assist the hospital in determining the source of the image problem.

Bincangkan langkah-langkah proses pembentukan imej oleh Van Riel (1995) untuk membantu hospital ini mencari punca masalah imej yang dihadapi.

4. Choose either question (a) or (b):

Pilih sama ada soalan (a) atau (b):

- (a) With reference to Fletcher Electronic case study, (Argenti 2004), state the problems that arised as a result of the management communication at Fletcher Electronic especially that of Vice President Procurement. Explain the corporate communication strategy that should have been in place in their effort to communicate the changes.

Sila rujuk Lampiran A. (Kajian kes Fletcher Electronic (Argenti 2004) nyatakan masalah-masalah yang timbul akibat komunikasi pihak pengurusan Fletcher Electronic terutamanya Timbalan Presiden Bahagian Perolehannya. Terangkan strategi komunikasi korporat yang sepatutnya di lakukan oleh pihak pengurusan Fletcher Electronic dalam usaha mengkomunikasikan perubahan-perubahan yang hendak di laksanakan.

- (b) With reference to Dow Corning Industry Breast Implant case, answer the following questions:

Dengan merujuk kepada kes "Breast Implant" Dow Corning Industries, jawab soalan berikut:

- (i) In your opinion, what specifically could Dow Corning and Barrie Carmichael in particular, have done to avoid the situation.

Pada pendapat anda apakah yang boleh dilakukan oleh Dow Corning khususnya Barrie Carmichael untuk mengelakkan situasi ini.

- (ii) Develop a corporate communication strategy for Dow Corning to decide whether to participate in the Oprah Winfrey Show.

Bangunkan strategi komunikasi korporat untuk memutuskan samada Dow Corning harus menyertai rancangan Oprah Winfrey atau tidak.

5. Organisations must cultivate good relationship with the media. This will expediate support from the media. Part of the support is the opportunity to state your stand about and issue by having an interview session with the media.

Organisasi perlu membina hubungan yang baik dengan media. Hubungan yang baik ini memudahkan komunikasi korporat mendapatkan sokongan dari pihak media. Salah satu sokongan tersebut ialah peluang untuk menyatakan pendirian organisasi dengan mengadakan sesi temuramah dengan media.

- (a) Discuss the best approaches in preparing the top management for the interview session.

Bincangkan pendekatan-pendekatan yang terbaik dalam menyediakan pihak pengurusan atasan untuk sesi temuramah dengan media.

- (b) Explain the ways to maintain on going media relations.

Jelaskan cara-cara mengekalkan hubungan yang baik dengan media.