
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Kolej Teknologi Pulau

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang Akademik 2005/2006

November 2005

YBP 326 – Komunikasi Korporat

Masa : 3 jam

Kertas peperiksaan ini mengandungi **EMPAT (4)** muka surat yang bercetak.

Jawab **TIGA (3)** soalan. Soalan **SATU (1)** adalah wajib.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Jawab lima (5) soalan berikut. Setiap satu 20 markah.
- (a) Nyatakan hasil yang diinginkan oleh pihak pengurusan apabila mereka menggunakan komunikasi.
 - (b) Bincangkan empat prinsip komunikasi dalaman Ketua Pegawai Eksekutif (CEO) korporasi. Gunakan contoh-contoh sesuai dalam perbincangan itu.
 - (c) Apakah dia konsep pemusatan dan nyahpusatan dalam komunikasi korporat. Berikan kebaikan dan keburukan keduanya.
 - (d) Jelaskan dengan ringkas semua sub-fungsi komunikasi korporat.
 - (e) Jelaskan elemen dalam campuran identiti dan kaitkan dengan pembentukan imej korporat
 - (f) Siapakah konstituen kepada program hubungan pelabur/kewangan dan nyatakan peranan mereka.
 - (g) Jelaskan siapakah yang menggunakan periklanan korporat dan kenapa mereka menggunakannya.
 - (h) Bincangkan langkah-langkah bila berkomunikasi semasa krisis. Gunakan satu krisis yang anda tahu sebagai contoh.
 - (i) Dalam satu kajian, pihak pengurusan atasan mencadangkan bahawa terdapat tujuh matlamat komunikasi kakitangan yang mungkin dicapai dalam hubungan komunikasi kakitangan. Nyatakan matlamat-matlamat tersebut.
 - (j) Jelaskan faktor-faktor dan pertimbangan untuk memastikan keberkesanan program komunikasi kakitangan.

2. 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 dialami 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:
- (a) Berapa banyakkah yang boleh dikomunikasikan oleh GE melalui perubahan identitinya untuk mengubah persepsi konstituen?
 - (b) Bagaimanakah perubahan itu boleh membantu atau tidak strategi jangka panjang komunikasi korporat GE General Electric?
 - (c) Gunakan proses menguruskan identiti untuk menjelaskan perubahan identiti GE.
3. Sebuah hospital kerajaan telah dikritik disebabkan beberapa kes pengurusan dan pentadbiran yang memalukan. Di antara kes-kes tersebut ialah penculikan bayi, pertukaran bayi, pertukaran jantung bayi dan kes layanan buruk kakitangan terhadap pesakitnya. Kejadian-kejadian ini telah menjejaskan imej hospital kerajaan. Persepsi negatif ini dapat dirumuskan dari laporan-laporan dalam media tempatan.
- (a) Jelaskan bagaimana pihak pengurusan hospital boleh menggunakan pengurusan tanggapan untuk membaiki imejnya. Bincangkan dimensi-dimensi pengurusan tanggapan yang sesuai dalam kes tersebut.
 - (b) Bincangkan langkah-langkah proses pembentukan imej oleh Van Riel (1995) untuk membantu hospital ini mencari punca masalah imej yang dihadapi.

4. SAMA ADA

- (a) 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 dilakukan oleh pihak pengurusan Fletcher Electronic dalam usaha mengkomunikasikan perubahan-perubahan yang hendak dilaksanakan.

ATAU

- (b) Dengan merujuk kepada kes "Breast Implant" Dow Corning Industries, jawab soalan berikut:
- (i) Pada pendapat anda apakah yang boleh dilakukan oleh Dow Corning khususnya Barrie Carmichael untuk mengelakkan situasi ini.
- (ii) Bangunkan strategi komunikasi korporat untuk memutuskan samada Dow Corning harus menyertai rancangan Oprah Winfrey atau tidak.

5. 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.

- (i) Bincangkan pendekatan-pendekatan yang terbaik dalam menyediakan pihak pengurusan atasan untuk sesi temuramah dengan media.
- (ii) Jelaskan cara-cara mengekalkan hubungan yang baik dan berterusan dengan media.