

The Eminent Management University

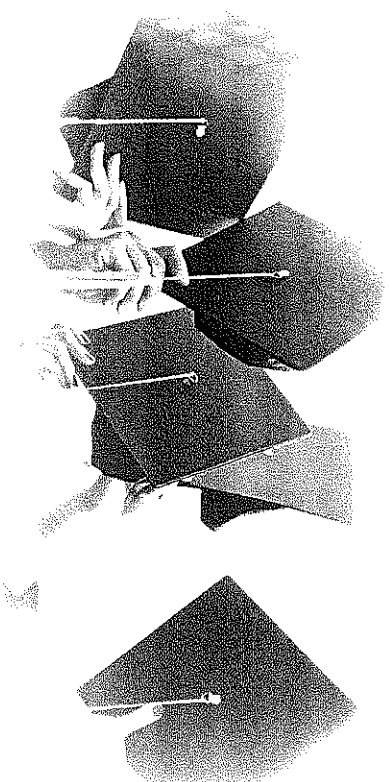
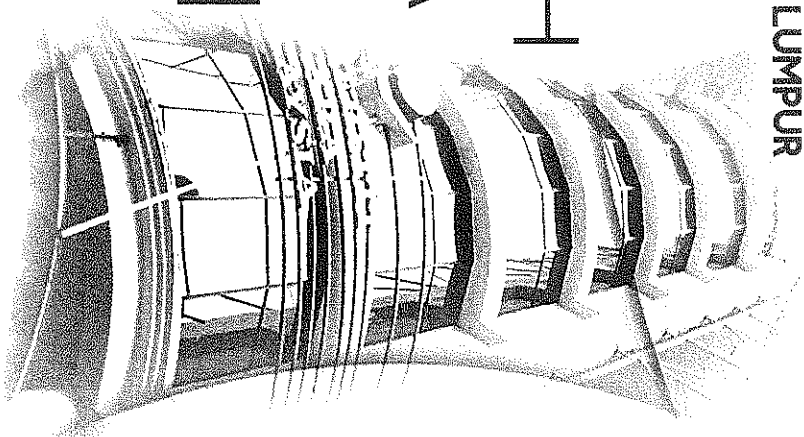


UUM

Universiti Utara Malaysia

KUALA LUMPUR

BUKU PANDUAN
PROGRAM IJAZAH
SARJANA MUDA
KOMUNIKASI
[B.COMM (Hons)]
2015/2016



PROGRAM IJAZAH SARJANA MUDA KOMUNIKASI DENGAN KEPUJIAN [B.COMM (Hons)]

PENGANTARAN

Tujuan program, objektif dan hasil pembelajaran adalah konsisten dengan wawasan UUM dan Misi dan Visi UUM CAS. Tujuan Sarjana Muda Komunikasi ialah untuk melahirkan siswazah dengan pengetahuan yang kompetitif, berprinsip dan berkemahiran dari segi asas teoritikai dan praktikal agar dapat merencanakan, melaksanakan dan menguruskan strategi komunikasi yang kompetitif serta inovatif di samping mengiktiraf kesan komunikasi dan pengurusan terhadap individu, organisasi dan masyarakat.

MATLAMAT PROGRAM

Setelah melengkapkan program ini, pelajar diharapkan dapat:

1. Meningkatkan pengetahuan dan ketahanan mengenai pengurusan komunikasi dalam sistem organisasi dan masyarakat.
2. Mengaplikasikan ketahanan dan pengetahuan mengenai pengurusan komunikasi.
3. Mengintegrasikan dan mensintesis isu-isu komunikasi, dan menilai kemungkinan penyelesaian dalam konteks yang luas dalam organisasi dan masyarakat.
4. Memahami dan melaksanakan tanggungjawab dan etika profesional.
5. Mempamerkan komunikasi dan kerja berpasukan yang efektif.
6. Menggunakan pemikiran kritis untuk menyelesaikan masalah dengan menggunakan strategi dan kreativiti yang sesuai.
7. Menggunakan kemahiran keusahawanan yang sesuai untuk mendapatkan peluang perniagaan dalam industri, dan mengintegrasikan teknik-teknik komunikasi relevan dan strategi ke dalam projek-projek komunikasi.
8. Mengambil bahagian dalam pembelajaran sepanjang hayat, aktiviti kemajuan kerjaya dan berkembang seling dengan ilmu semasa komunikasi.
9. Mempamerkan kepimpinan serta bertanggungjawab dan melaksanakan kemahiran pengurusan serta pembuatan keputusan.

PROSPEK KERJAYA

Program ini menyediakan pelajar-pelajar kepada peluang-peluang kerjaya dalam industri komunikasi dan media. Contohnya mereka boleh bekerja dalam sektor awam dan swasta. Antara kerjaya yang berkaitan adalah pegawai perhubungan awam, eksekutif komunikasi korporat, pengurus dalam sektor komunikasi, penyarah, pegawai pengurusan dan lain-lain.

STRUKTUR PROGRAM IJAZAH SARJANA MUDA KOMUNIKASI [BACHELOR OF COMMUNICATION (HONS.)]

Program Ijazah Sarjana Muda Komunikasi dengan Keujian mengandungi EMPAT (4) komponen seperti di bawah:

KOMPONEN	JAM KREDIT
A. TERAS UNIVERSITI	25
B. TERAS PROGRAM	83
C. MINOR	18
D. ELEKTIF BEBAS	3

JUMLAH JAM KREDIT KESELURUHAN 129

Bagi diutamakan Ijazah Sarjana Muda Komunikasi dengan Keujian, seseorang pelajar dikehendaki mengambil dan lulus minimum 129 jam kredit yang meliputi kursus-kursus dalam struktur program seperti di bawah:

A. TERAS UNIVERSITI (25 JAM KREDIT)

KOD KURSUS	NAMA KURSUS	JAM KREDIT
SADN1013	Tamadun Islam dan Tamadun Asia	3
SADN1033	Kenegaraan Malaysia	3
SADN1043	Hubungan Enik	3
SBLE1033	English for Communication I	3
SBLE1043	English for Communication II	3
SBLE2103	Process Writing	3
SAD1013	Asas Keusahawanan	3
VXXXXXXX	Kursus ko-kurikulum	4

* Pilih SATU (1) bidang ko-kurikulum yang diminati, dan pelajar terfakuk kepada syarat-syarat yang ditetapkan di bawah bidang tersebut.

B. TERAS PROGRAM (83 JAM KREDIT)

KOD KURSUS	NAMA KURSUS	JAM KREDIT	PRASARAT
GMDA1013	Pengantar Sains Sosial	3	TIADA
SBLM1023	Pengantar Penulisan	3	TIADA
SCCA1013	Pengantar Komunikasi	3	TIADA
SCCA1023	Teori Komunikasi	3	TIADA
SCCA1033	Komunikasi Dalam Organisasi	3	TIADA
SCCT1013	Teknologi Komunikasi Maklumat (ICT) dan Masyarakat	3	TIADA

SINOPSIS KURSUS DAN PRA-SYARAT

SCCA1013 PENGANTAR KOMUNIKASI

PRA-SYARAT: TIADA

Sebagai pendedahan asas, kursus ini bertujuan memberikan pendedahan latar belakang disiplin komunikasi. Selain itu, kursus ini akan memberi pendedahan kepada para pelajar mengenai beberapa takrifan, model dan unsur-unsur utama proses komunikasi. Begitu juga dengan bentuk-bentuk serta jenis-jenis komunikasi yang terlibat dalam proses komunikasi kemanusiaan akan didedahkan kepada para pelajar melalui kursus ini. Menenuhi kursus ini juga pelajar akan diterapkan dengan bidang-bidang komunikasi seperti komunikasi organisasi, komunikasi perubahan sosial dan teknologi komunikasi. Akhirnya dengan mengikut kursus ini pelajar akan dapat memperoleh pengetahuan asas mengenai bidang komunikasi sebagai salah satu cabang dalam bidang sains sosial.

SCCA1023 TEORI KOMUNIKASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan memberi kefahaman kepada pelajar tentang teori-teori komunikasi. Fokus diberikan kepada pembentukan dan perkembangan teori-teori serta konsep-konsep komunikasi. Selain daripada membincangkan pelbagai jenis teori asas dalam komunikasi, tumpuan akan turut diberikan terhadap teori-teori komunikasi: Interpersonal, kelompok, organisasi, masyarakat dan teknologi. Secara keseluruhan kursus ini memberi pendedahan kepada pelajar tentang pembentukan, perubahan dan perkembangan teori-teori komunikasi.

SCCA1033 KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini memberikan pendedahan asas kepada para pelajar mengenai pelbagai aspek komunikasi dalam pengurusan organisasi. Para pelajar akan diberikan pendedahan tentang teori, pengurusan, konsep komunikasi dan amalan komunikasi dalam organisasi. Pelajar juga akan didedahkan dengan teknik komunikasi terkini.

SCCA2013 KAEDAH PENYELIDIKAN KOMUNIKASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini memberi pendedahan kepada pelajar akan kepentingan penyelidikan di dalam komunikasi dan bagaimana ia berfungsi dalam ruang lingkup bidang berkenaan. Aspek-aspek utama yang akan disentuh ialah teori dan hubungannya dengan penyelidikan, penyelidikan kuantitatif dan kualitatif, proses-proses dan elemen-elemen yang terdapat dalam kedua-dua jenis penyelidikan tersebut. Selain itu, turut dibincangkan penulisan kertas cadangan penyelidikan dan laporan penyelidikan komunikasi.

SCCA2023 KOMUNIKASI KEMANUSIAAN

PRA-SYARAT: TIADA

Komunikasi adalah elemen terpenting dalam mempelajari dan mengenali manusia serta kemanusiaan. Justeru itu, kursus ini cuba memaparkan beberapa konsep, teori dan komponen komunikasi yang boleh dijadikan panduan untuk memahami ciri-ciri kemanusiaan seperti konsep diri, persepsi, komunikasi lisan dan tanpa lisan, pembujukan, proses mencari dan menyampaikan maklumat, dan pembinaan hubungan. Ciri-ciri komunikasi kemanusiaan akan dibincangkan dalam beberapa konteks komunikasi

seperti komunikasi interpersonal, kumpulan kecil, kumpulan, temuduga, antara budaya dan komunikasi massa. Di samping itu, persoalan tentang kepimpinan, proses perundingan dan etika komunikasi juga akan dibincangkan.

SCCA2033 MEDIA DAN MASYARAKAT

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan kefahaman pelajar tentang hubungan media dengan masyarakat. Pembincangan tertumpu kepada teori-teori media terhadap masyarakat. Pelajar juga akan pasti peranan dan kedudukan media serta pengaruh media terhadap masyarakat. Pelajar juga akan didedahkan kepada struktur pengaliran maklumat dan perancangan media. Isu-isu berkaitan media dan masyarakat yang terkini akan dibincangkan dalam bentuk kajian kes.

SCCA2043 KOMUNIKASI ANTARABUDAYA

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan memberikan pandangan teoritis dan pengetahuan praktis tentang proses-proses komunikasi antara budaya dan slang budaya sebagai panduan kepada mereka yang terlibat di dalam keadaan tersebut, khususnya di negara-negara yang mempunyai masyarakat majmuk. Selain daripada itu, arah aliran maklumat dalam organisasi multinasional juga dibincangkan di samping kepentingan komunikasi.

SCCA2053 PENULISAN KORPORAT

PRA-SYARAT: TIADA

Bidang penulisan komunikasi korporat merupakan salah satu bidang tanggungjawab utama pengamal perhubungan korporat. Tujuan utama penulisan korporat adalah untuk meningkatkan imej dan identiti sesebuah organisasi melalui mesej yang disampaikan dalam pelbagai media. Justeru, kursus ini akan memberi pendedahan kepada pelajar tentang kaedah penulisan korporat, analisis khlayak, pencarian maklumat dan penggunaan media yang efektif. Melalui kursus ini, pelajar diharapkan dapat mengetahui cara membuat perancangan media, menulis berita, iklan dan rencana korporat yang dapat menonjolkan imej organisasi, dan mempertahankan kemahiran menghasilkan pelbagai format penulisan korporat.

SCCA2073 PERHUBUNGAN AWAM

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini memberi pendedahan kepada pelajar tentang definisi dan konsep yang penting dalam disiplin perhubungan awam secara khusus. Di samping itu, kursus ini juga memberi pengetahuan dan kefahaman tentang konsep dan strategi komunikasi dalam lapangan perhubungan awam. Perkara menarik mengenai kursus ini ialah fokusnya kepada isu kritikal perhubungan awam pada masa kini iaitu pengurusan isu dan krisis. Para pelajar akan dibekalkan dengan kefahaman mengenai disiplin perhubungan awam secara teori dan amalan dengan penyusunan program-program perhubungan awam dengan lebih baik dan sistematik.

SCCA2083 UNDANG-UNDANG DALAM KOMUNIKASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelajar tentang dasar dan undang-undang yang berkaitan dengan komunikasi. Tumpuan kursus adalah kepada undang-undang

perubahan sosial. Kumpulan sasaran, media, teknologi media, strategi komunikasi dan kaedah komunikasi merupakan antara aspek yang akan dibincangkan secara mendalam di samping teori-teori dan model-model yang baru. Di samping itu juga, kursus ini akan turut mengupas dasar-dasar serta polisi negara yang memberi kesan secara langsung mahupun tidak langsung terhadap perkembangan komunikasi pembangunan.

SCCG3113 KOMUNIKASI ORGANISASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan untuk memudahkan kefahaman pelajar tentang teori-teori organisasi dari perspektif komunikasi. Sebagai lanjutan daripada kursus Komunikasi dalam Organisasi, para pelajar akan didedahkan dengan lebih terperinci mengenai konsep-konsep komunikasi dalam organisasi seperti kepentingan maklumat, hubungan interpersonal, kepimpinan, komunikasi kumpulan, pengaruh teknologi dalam pengurusan organisasi; dan pengubahan komunikasi yang strategik dalam amalan komunikasi sebuah organisasi. Di akhir kursus ini para pelajar akan memahami beberapa teori dan konsep organisasi, amalan komunikasi dalam organisasi dan berkemampuan untuk membentuk perspektif minda yang lebih kritikal dan analikal, interpretif dan fungsionalis.

SCCG3123 KOMUNIKASI PERUNDINGAN

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini merupakan satu pendedahan asas kepada pelajar mengenai komunikasi perundingan. Antara aspek yang disentuh termasuklah konsep-konsep penting dalam komunikasi dan perundingan, teori-teori dan model-model perundingan, perancangan, strategi dan taktik perundingan serta kemahiran-kemahiran dan kuaiti yang perlu ada pada seseorang di dalam menjalankan kegiatan perundingan.

SCCG3133 KOMUNIKASI DAN PERUBAHAN ORGANISASI

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini memberi penekanan kepada peranan komunikasi dalam proses perubahan dan pembangunan organisasi. Lanjutan daripada itu penekanan kepada kursus ini adalah bagaimana proses diagnosis dapat dilaksanakan dalam proses penilaian kecekapan dan keberkesanan perubahan yang dirancang serta dilaksanakan. Kaedah komunikasi interpersonal yang berkesan dalam pengubahan serta pelaksanaan proses perubahan (organizational change) yang berkesan dalam pencapaian matlamat organisasi. Selain daripada itu, pendedahan akan diberikan dalam aspek pengurusan pengetahuan (Knowledge management) yang wajar diaplikasikan dalam pengurusan terkini organisasi.

SCCG3143 KEMAHIRAN KOMUNIKASI KEPENGURUSAN

PRA-SYARAT: TIADA

Kursus ini bertujuan memudahkan pelajar memahami prinsip-prinsip dan teknik komunikasi yang dipertingkatkan oleh seseorang pengurus. Penekanan diberikan kepada kemahiran komunikasi yang berkesan, sahlah peribadi yang positif, keyakinan yang mantap dan pemikiran yang analikal.

SCCG3153 KOMUNIKASI KORPORAT

PRA-SYARAT: TIADA

Masyarakat kini telah bergerak dari masyarakat pengurusan kepada masyarakat keusahawanan. Malahan organisasi adalah lebih kompleks dari segi peranan dan strukturnya. Ini ditambah pula dengan

perubahan arus teknologi yang semakin canggih. Kesemua alasan ini menekankan bahawa elemen pengurusan tidak lagi mencukupi malahan ia telah dijanjkan kepada satu paradigma baru yang dikenali sebagai kepimpinan. Kepimpinan dalam organisasi adalah penting dalam membentuk kepercayaan dan keyakinan publik terhadap organisasi. Oleh itu, komunikasi korporat telah dikenalpasti sebagai jentera utama dalam menjaga elemen kepimpinan tersebut melalui komunikasi dua hala di kalangan publik dalaman dan luaran. Komunikasi korporat menguasai perspektif komunikasi yang ekstensif yang menulurkan kepada dimensi baru seperti polisi komunikasi, komunikasi pengurusan, komunikasi kesihatan dan risiko, komunikasi pelabur, publisiti dan perlakuan korporat, pengurusan media, krisis komunikasi, teknologi komunikasi dan komunikasi antara budaya. Kesemua elemen tersebut dikatakan dapat memenuhi objektif organisasi dan publik-publiknya dan sekaligus menjamin kepada pembentukan imej dan reputasi organisasi yang mantap.

SCCG3163 SEMINAR KOMUNIKASI ORGANISASI

PRA-SYARAT: SCCG3113 KOMUNIKASI ORGANISASI

Kursus ini akan memberi pendedahan kepada pelajar tentang isu-isu terkini komunikasi dalam organisasi, khususnya kepada pendekatan terkini strategi komunikasi yang berseesuaian dengan era pengurusan organisasi. Di antara tajuk-tajuk perbincangan adalah beberapa konsep pengurusan, aplikasi komunikasi dalam organisasi, kritikan terhadap aspek-aspek perancangan dan pelaksanaan strategi komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan penglibatan serta proses perubahan sikap. Matlamat kursus ini adalah untuk memantapkan kreativiti dan daya pemikiran yang lebih analikal di kalangan pelajar, khususnya dalam aspek kemahiran komunikasi lisan dan tanpa lisan. Pendekatan yang digunakan dalam kursus ini adalah dengan menggunakan kajian kes, penulisan dan perbincangan laporan dan aplikasi penyelesaian.

SCCG3998 LATIHAN PRAKTIKUM KOMUNIKASI

PRA-SYARAT: TELAH MENGAMBIL DAN LULUS KESEMUA KURSUS DI BAWAH STRUKTUR PROGRAM

Latihan praktikum adalah wajib kepada semua pelajar Komunikasi yang akan menamatkan pengajian. Tempoh masa bagi latihan praktikum ialah selama 4 bulan. Pelajar akan ditempatkan di organisasi yang berseesuaian dengan bidang komunikasi supaya mereka dapat mempraktikkan ilmu teori dan amali yang telah dipelajari. Di akhir latihan, pelajar dikehendaki menyiapkan satu laporan mengenai projek yang telah dilaksanakan di organisasi berkenaan. Laporan ini akan mengandungi permasalahan dan cadangan penyelesaian berbentuk kritikal dan analikal.

SCCG3106 LATIHAN ILMIAH

PRA-SYARAT: SCCA2013 KAEDAH PENYELIDIKAN KOMUNIKASI DAN TELAH MENGAMBIL DAN LULUS 70 JAM KREDIT

Projek ilmiah adalah wajib kepada semua pelajar yang mengikuti program Komunikasi. Pelajar perlu mencadangkan satu projek penyelidikan berkaitan tumpuan/minor masing-masing dan diberikan sebarang penyelia dari kalangan pensyarah untuk menyelia projek mereka. Projek ini merupakan kajian mini yang bertujuan memberi pendedahan kepada pelajar tentang ilmu menganalisis dan memelihara data primer. Pelajar juga akan didedahkan dengan kaedah penyelidikan, penyelesaian masalah dan berfikir secara kritis.

BPMN1013	Introduction to Management	3	NONE
SCCT1033	Introduction to Media Technology	3	NONE
STIV1023	Multimedia System Foundation	3	NONE
SCCA2013	Research Method in Communication	3	NONE
SCCA2023	Human Communication	3	NONE
SCCA2033	Media and Society	3	NONE
SCCA2043	Intercultural Communication	3	NONE
SCCA2053	Corporate Writing	3	NONE
SCCA2073	Public Relations	3	NONE
SCCA2083	Communication Law	3	NONE
SCCA2093	Publication Management	3	NONE
SCCA2103	Leadership Communication	3	NONE
SCCA3013	Strategic Communication Management	3	NONE
SCCA3023	Communication Audit	3	NONE
SCCG3153	Corporate Communication	3	NONE
SCCZ3106	Thesis	6	SCCA2013 Research Method For Communication AND have completed at least 70 credit hours
SCCX3998	Industrial Training	8	Have taken and passed all courses under the programme structure

C. MINOR (18 CREDIT HOURS)

1. CONTEMPORARY MARKETING offered by school of Business Management.

Students MUST choose SIX (6) courses from the list below:

Code	Course	Credit Hours	Pre-requisite
BPMM1013	Introduction of Marketing	3	None
BPMM2023	Marketing Management	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPMM3013	Consumer Behaviour	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPMM3043	Marketing Strategy and Analysis	3	BPMM2023 Marketing Management AND Has Taken ONE (1) Core Course of Marketing
BPMM3083	Service Marketing	3	BPMM1013 Introduction of Marketing

BPMM3133	Retailing Management	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPMM3023	Sales Management	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPMM3113	Brand Management	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPCM3103	Integrated Marketing Communication	3	BPMM1013 Introduction of Marketing
BPMM3033	Marketing Research	3	BPMM1013

D. FREE ELECTIVE (3 CREDIT HOURS)

Students can choose any courses offered by other programme at the same School or courses offered by other schools taking into account the following:

- i. Must meet the prerequisite of the course if such course requires prerequisite.
- ii. Equivalent courses will not be considered as free elective courses.

COURSE SYNOPSIS AND PRE-REQUISITE

**SCCA1013 INTRODUCTION TO COMMUNICATION
PRE-REQUISITE: NONE**

As a foundation course, this course aims to provide students with the rudiments of the discipline of communication. The course will introduce students to definitions, models and basic elements of the communication process. Students will also study the levels and types of communication in the process of human communication. In addition, the course introduces students to the fields of communication such as organizational communication, development communication and communication technologies. By the end of the course, students will get a basic knowledge of communication as a branch of the social sciences.

**SCCA1023 COMMUNICATION THEORY
PRE-REQUISITE: NONE**

This course provides students with an understanding of communication theories. The main focus of the course is the development of the concepts and theories of communication. Besides discussing basic communication theories, the course emphasizes interpersonal theories, group communication theories, organizational communication theories, media and society, and communication technology theories. In general, the course exposes students to the development, changes and growth of the theories of communication.

**SCCA1033 COMMUNICATION IN ORGANIZATION
PRE-REQUISITE: NONE**

This course provides basic exposure to the students about various aspects of communication in organizational management. Students will be given an overview of management theory, communication concepts and communication practices within the organization. Students will be exposed to the latest communication techniques.

population will help in realizing the change plans. Hence, communication aspect is relevant and important to development efforts. This course discusses the relationship between change and communication. The course will also cover issues concerning communication in development such as the role of communication in channeling information related to development plans. In addition, it will discuss the development of an effective communication network as a strategy for information dissemination in developing a nation.

SCCD3223 PERSUASIVE COMMUNICATION
PRE-REQUISITE: NONE

This course will focus on the concepts, models and theories of persuasion, public audience analysis, formulation and preparation of messages and medium of communication. Various aspects of persuasion like ethics and persuasion, totalitarian persuasion and the impact of persuasion will also be discussed in detail.

SCCD3233 DEVELOPMENT JOURNALISM
PRE-REQUISITE: NONE

Many issues concerning development news reports are often raised. Among these are the roles of journalists in reporting development news. Hence, this course aims at providing theoretical and practical knowledge of news writing, especially that of development. Many concepts and styles of news writing will be introduced as guidelines to reinforce students' knowledge of journalism and enable them to apply in their work.

SCCD3243 SOCIAL MARKETING
PRE-REQUISITE: NONE

Social marketing is an important part of generic marketing which will determine the success of an organization. Thus, it needs expertise in planning and organizing social marketing strategies which need to be implemented. This course will focus on the needs, aims and targets, social marketing strategies, the use of communication media, monitoring and evaluation and related philosophies and theories.

SCCD3253 INTERNATIONAL MEDIA ANALYSIS
PRE-REQUISITE: NONE

This course covers media influences on international relations through in-depth studies of the newspaper, broadcasting, print, electronic and hybrid media contents. The course focuses on the comparative media systems worldwide and the interaction of those systems in achieving peace and understanding. It also discusses the main issues concerning the comparative flow of information between the developed and developing countries including their imbalance, media systems, communication training and research practices. It provides an understanding about intercultural communication, cultural imperialism, propaganda and public opinion making.

SCCD3263 COMMUNICATION FOR SOCIAL CHANGE SEMINAR
PRE-REQUISITE : SCCD3273 COMMUNICATION FOR SOCIAL CHANGE

This course is aimed at discussing and reviewing contemporary issues related to the theories, models and approaches in social change communication. The course will also discuss the paradigms which

influence development communication. Other aspects that will be discussed in detail include target groups, media, media technology, communication strategies and communication methods. It will also discuss government policies which affect, directly or indirectly, development communication.

SCCG3113 ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
PRE-REQUISITE: NONE

This advanced level course enhances the understanding of organizational theories from the communication perspective. Students will learn more about communication concepts in organizations, such as the importance of information, interpersonal relationships, leadership, group communication, the influence of technology on organizational communication and the application of communication strategies to communication practices in organizations. At the end of the course, students will understand a number of concepts and theories of organizations, communication practices in an organization and become more critical, analytical, interpretive and functionalist.

SCCG3123 NEGOTIATION COMMUNICATION
PRE-REQUISITE: NONE

This course introduces negotiation communication to students. Students will be introduced to the basic and important concepts of communication and negotiation, theories and models of negotiation, planning, negotiation strategies and tactics and skills and qualities that individuals should have when they enter negotiations.

SCCG3133 COMMUNICATION AND ORGANIZATIONAL CHANGE
PRE-REQUISITE: NONE

This course focuses on the role of organizational communication in the process of change and development. The course also focuses on how to diagnose competency evaluation and effectiveness of innovations that are planned and implemented. Students will be exposed to effective interpersonal communication methods used in planning as well as the organizational change process implemented to achieve organizational goals. Students will also be exposed to relate aspects of knowledge management (k-management) applied in current organizational management.

SCCG3143 MANAGERIAL COMMUNICATION SKILLS
PRE-REQUISITE: NONE

This course aims to enhance students' understanding of communication principles and techniques that are needed by managers. Emphasis is given to effective communication, positive personal characteristics, confidence and analytical thinking.

SCCG3153 CORPORATE COMMUNICATION
PRE-REQUISITE: NONE

Today, society has moved from management to entrepreneurship. Furthermore, organizations are increasingly becoming more complicated and sophisticated. Various scholars have identified corporate communication as the most important aspect in an organization. Effective corporate communication can provide an effective two-way communication between the internal and external public. Corporate communication controls communication policies, managerial communication, health and risk communication, investor communication, publicity and corporate advertising, media management,