



Selamat Datang
Ke Laman Portal
Universiti Putra Malaysia

UTAMA | FAKTA & ANGKA | MEDIA | DIREKTORI KAKITANGAN | LOKASI | PETA LAMAN | SOALAN LAZIM | HUBUNGI KAMI

CARI



Isnin, Jun 16, 2014

MENGENAI KAMI

PENYELIDIKAN

AKADEMIK

JARINGAN

ANTARABANGSA

KEHIDUPAN KAMPUS

PERKHIDMATAN



| A- | A | A+ | ENGLISH

BERITA »

Kertas penyelidikan pensyarah UPM menang anugerah Emerald

Oleh Kuah Guan Oo

Foto oleh Marina Ismail



Prof Madya Dr Zulhamri Abdullah, pensyarah penjenamaan korporat, yang juga pengarah Pusat Pembangunan Keusahawanan & Kebolehpasaran Siswazah (CEM) UPM.

SERDANG, 30 Mei (UPM) – Satu kertas penyelidikan mengenai imej korporat yang dihasilkan dua pensyarah Universiti Putra Malaysia (UPM) bersama seorang penyelidik daripada Universiti Teknologi Petronas (UTP) terpilih untuk anugerah 2014 Highly Commended Paper oleh Emerald Group Publishing.

Penyelidikan mengenai "Membina identiti korporat unik secara dalam talian" itu diketuai Prof Madya Dr Zulhamri Abdullah, pensyarah penjenamaan korporat, yang juga pengarah Pusat Pembangunan Keusahawanan & Kebolehpasaran Siswazah (CEM) UPM.

Rakan penyelidik beliau ialah Prof Madya Dr Yuhanis Abdul Aziz, ketua Jabatan Pengurusan dan Pemasaran, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan UPM dan Prof Madya Dr Shahrina Md Nordin daripada Jabatan Pengurusan dan Kemanusiaan, UTP.

Kertas penyelidikan mereka dipilih sebagai pemenang bagi kategori Risiko & Perancangan Pemasaran oleh juri penerbit bertaraf global berpejabat di United Kingdom itu, yang misinya adalah untuk mewujudkan hubungan antara penyelidikan dan amalan untuk kebaikan masyarakat.



Prof Madya Dr Yuhanis Abdul Aziz, ketua Jabatan Pengurusan dan Pemasaran, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan UPM

Menurut laman webnya, Emerald Group Publishing mengendalikan portfolio lebih 290 jurnal dan lebih 2,350 buku serta naskhah siri buku. Ia juga menawarkan pelbagai produk secara dalam talian serta beraneka sumber dan perkhidmatan pelanggan.

Dr Zulhamri dan Dr Yuhanis, yang begitu gembira kerana kertas penyelidikan mereka mendapat pujian Emerald, berkata mereka mengambil masa hampir dua tahun untuk menyiapkan penyelidikan berkenaan, termasuk membuat analisis mengenai misi dan kenyataan sedia ada dalam laman web 300 badan korporat Malaysia dan 214 badan korporat Singapura, berdasarkan kriteria persenaliti jenama Aaker.

Dengan menggabungkan bidang kepakaran mereka . Dr Zulhamri dalam bidang komunikasi dan penjenamaan korporat, Dr Yuhanis dalam bidang pemasaran perkhidmatan dan Dr Shahrina dalam bidang komunikasi korporat . tiga penyelidik ini dengan tekun membuat analisis terhadap kenyataan secarad alam talian tentang misi dan visi syarikat senaraian berkenaan serta mengkaji bagaimana kriteria Aaker digunakan secara berkesan untuk membina identiti korporat yang unik.

Dr David A. Aaker merupakan guru pemasaran dan profesor pemasaran di University of California, Berkeley.

%Apa yang menyedihkan ialah kami dapati syarikat ini gagal dalam ujian kami untuk menonjolkan diri mereka ke tahap atau standard identiti korporat dalam konteks lima ciri yang digunakan untuk membuat analisis dan menghakimi kenyataan mengenai misi dan visi mereka secara dalam talian,+kata Dr Zulhamri.



Dr Shahrina Md Nordin daripada Jabatan Pengurusan dan Kemanusiaan, UTP

Lima kriteria yang dimasukkan itu ialah keikhlasan, keterujaan, kecekapan, kecanggihan dan kelasakan, dengan setiap satu mempunyai sub-ciri tersendiri. (<http://www.emeraldgroupublishing.com/authors/literati> dan <http://www.emeraldinsight.com/10.1108/MIP-04-2013-0057>).

%Hasilnya turut memeranjatkan kami semua kerana ia menunjukkan bahawa syarikat senaraian awam berkenaan agak lemah dalam merancang dan menonjolkan imej korporat masing-masing.

%Bagaimanapun, kami melihat mereka di peringkat hulu, yang mungkin hanya mempamerkan hubungan secara tidak langsung kerana syarikat-syarikat ini lebih cenderung untuk memberi fokus terhadap jaminan mereka mengenai barang dan perkhidmatan di peringkat hiliran,+kata beliau.

Sambil menyatakan bahawa peranan beliau dalam penyelidikan itu adalah membuat analisis, Dr Yuhanis menyifatkan pengiktirafan yang diberi Emerald itu sebagai %suatu pencapaian+ kerana kebanyakan hasil penyelidikan hanya memberi tumpuan terhadap pemasaran, tidak begitu banyak mengenai komunikasi korporat.

%Kebanyakan penyelidik pasaran akan memberi fokus terhadap kegiatan hiliran, bukan hulu seperti laman web bagi identiti korporat, penjenamaan dan imej,+katanya.

Seperti Dr Zulhamri, Dr Yuhanis juga melihat anugerah Emerald itu sebagai pengiktirafan antarabangsa terhadap penyelidikan mereka. . UPM/kgo/sp

* Rencana ini telah diterjemahkan oleh Encik Samsudin Puteh