higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

MUSIEKBESIGHEID EN -STYLE N6

8 NOVEMBER 2022

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 B
1.2 C
1.3 C
1.4 A
1.5 A
1.6 D
1.7 C
1.8 B
1.9 A
1.10 A
1.11 D
1.12 B
1.13 D
1.14 A
1.15 B
1.16 D
1.17 B
1.18 A
1.19 D
1.20 B
1.21 C
1.22 B
1.23 A
1.24 B
1.25 D

(25 × 2) **[50]**

VRAAG 2

2.1 Waar
2.2 Onwaar
2.3 Waar
2.4 Onwaar
2.5 Waar
2.6 Waar
2.7 Waar
2.8 Onwaar
2.9 Waar
2.10 Waar
2.11 Onwaar
2.12 Onwaar
2.13 Onwaar
2.14 Waar
2.15 Waar
2.16 Onwaar
2.17 Waar

Kopiereg voorbehou

2.18 Waar
2.19 Onwaar
2.20 Waar
2.21 Waar
2.22 Onwaar
2.23 Waar
2.24 Waar
2.25 Onwaar

(25 × 2) **[50]**

VRAAG 3

3.1 I
3.2 D
3.3 O
3.4 J
3.5 G
3.6 C
3.7 B
3.8 M
3.9 K
3.10 A
3.11 N
3.12 H
3.13 F
3.14 E
3.15 L

(15 × 2) **[30]**

VRAAG 4

4.1 op te voed
4.2 afladings
4.3 verbruikers
4.4 kassette
4.5 enkelsnitte
4.6 Spotify
4.7 kodering
4.8 promotors
4.9 kleinhandelaars
4.10 genre
4.11 stroom
4.12 opname
4.13 distribueer
4.14 deuntjies
4.15 kanaal

(15 × 2) **[30]**

TOTAAL AFDELING A: 160

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 5

5.1 Multi-albumstelle
'n Multi-albumstel kan 'n twee-skyf-vrystelling van nuwe musiek wees. Dit kan ook 'n vyf-skyfie-samestelling wees van vorige vrygestelde opnames.✓✓ Wat ook al die musikale inhoud is, multi-albums verkoop in aansienlik minder getalle as enkelskywe, bloot omdat hul pryse baie hoër vasgestel moet word.✓✓ Multi-albumformate werk oor die algemeen as die kunstenaar reeds uiters gewild is, met 'n kerngehoor van kliënte wat gereed is om 'n nuwe vrystelling op te raap, ongeag die koste.✓✓ Byvoorbeeld, Bruce Springsteen se 1986 vyf-skywe regstreekse stel het goed verkoop, as gevolg van ingehoue aanvraag vir rekords van sy legendariese konserte.✓✓ (8)

5.2 Eksklusiewe verspreidingstrategie
In hierdie strategie kies jy die beste tussengangers en kliënte. Hierdie strategie is gepas waar jy nie werklik ernstige mededinging het nie, en waar jy 'n spesialiteitsproduk het wat jy volhoudend op dieselfde winsgewende vlak wil verskaf.✓✓ Hierdie metode sal nie jou mark laat groei of aandeel aansienlik verhoog nie, maar dit sal winsmarges maksimeer.✓✓ Hierdie strategie is ook gepas indien jy 'n innoverende nuwe produk, hetsy goedere of diens, bekendstel. Jy vind 'n beperkte aantal vroeë aannemers in enige mark, aangesien 'n massiewe poging om 'n nuwe innoverende produk te massabemark gewoonlik misluk.✓✓ Begin met eksklusiewe verspreiding as kompetisie vir diegene wat daarin belangstel om nuwe idees te probeer, en werk dan jou weg op tot selektiewe verspreiding vir diegene wat die meeste belangstel om nuwe idees te probeer voordat die hoofstroom dit aanvaar. Laastens, brei uit na intensiewe verspreiding namate die mark rypheid bereik en jou klem kan dan verskuif vanaf 'n poging om eerstekeergebruikers te vind na 'n gespook om herhalende besigheid te verseker.✓✓ (8)

5.3 'n Rasionele appèl-advertensie verwys na die redelike, praktiese en funksionele begeerlikheid van 'n produk of diens vir 'n potensiële verbruiker.✓✓ (2)

5.4 Handelsware is goedere wat tydens 'n vertoning/promosie van produkte verkoop word, veral deur die uitstalling daarvan by die verkoopspunt.✓✓ (2)

5.5 'n Advertensie is 'n kennisgewing of aankondiging via 'n reklamemiddel wat 'n produk, diens of geleentheid bevorder.✓✓ (2)

5.6 Emosionele appèl in advertensies is reklameboodskappe wat gewoonlik op uitbeeldings eerder as inligting gebaseer is, wat poog om die adverteerder se doelwitte te bereik deur sterk emosies of gevoelens te ontlok eerder as deur rasionele appèl. ✓✓ (2)
[24]

VRAAG 6

6.1
- Sound cloud✓✓
- Deezer✓✓
- Pandora✓✓
- Spotify✓✓
- Google play music✓✓
- iHeartRadio✓✓
- SHOUTcast✓✓
- AccuRadio✓✓
- Slaker✓✓
- Mixcloud, Myspace, Groove Music, Thesixtyone, Rdio✓✓ (10 × 2) (20)

6.2
- Skep 'n strategie om jou musiek te bevorder.✓✓
- Besluit op die inhoud van die strategie wat jy wil skep.✓✓
- Kies die toepaslike sosiale media-platform om jou musiek te bevorder.✓✓
- Bepaal watter media jy in jou inhoud sal gebruik.✓✓
- Distribueer jou inhoud na 'n gehoor.✓✓ (5 × 2) (10)

6.3
- Tekens (‘signs’) kan die pad na jou besigheid beduie.✓✓
- Tekens signs’) kan as straatadvertensies dien.✓✓
- Tekens (‘signs’) kan help om jou beeld te bou.✓✓
- Tekens (‘sings’) kan nuttige inligting verskaf.✓✓ (4 × 2) (6)

[38]

VRAAG 7

7.1
- Geluk✓✓
- Vertroue✓✓
- Hartseer, skuldgevoelens, vrees, woede, passie✓✓ (3 × 2) (6)

7.2
- Radio✓✓
- Televisie ✓
- Buite transito-reklame (‘Outdoor transit’)✓✓
- Aanlyn✓✓
- Plaaslike koerante, tydskrifte, pamflette, advertensieborde ens.✓✓ (5 × 2) (10)

[16]

VRAAG 8

8.1 Bepaling van die produk se verkoopspunte

Om 'n duidelike idee te hê van die produk se verkoopspunte - die matriks van eienskappe wat die gehoor waardevol en aantreklik sal vind - is noodsaaklik vir effektiewe bemarking.✓✓ Die verkoopspunte kan in 'n verpakking beklemtoon word en dien as basis vir die opskrifte en boodskappe wat in die reklame en advertensies gebruik word. ✓✓ Wanneer jy begin om die verkoopspunte te bepaal, is dit belangrik om meer as net die musiek in ag te neem. Gehore is aangetrokke tot meer as melodieë; hulle kan aangetrek word deur die kunstenaar se persoonlikheid en voorkoms. Hulle voel dalk 'n verwantskap met die lewenstyl en filosofie wat deur die kunstenaar se liedjies se standpunt uitgedruk word.✓✓ Musiek as produk kan 'n kragtige simbool wees vir die keuses en oortuigings van 'n gedefinieerde groep mense.✓✓ Punk rock simboliseer byvoorbeeld rebellie teen die establishment en teen korporatiewe rockmusiek in die besonder. Alles oor punk rock se aanbieding, van die verslete kitaar tot die geskeurde T-hemde, het die simboliek benadruk. Hierdie elemente het hoofsaaklik by luisteraars aanklank gevind wat hulself as buite die hoofstroomkultuur voorgestel het. ✓✓Om 'n produk suksesvol te verkoop beteken om 'n greep te hê op al sy verkoopspunte, op beide dit wat waarneembaar (die musiek en kunstenaar) en verborge (die onderliggende boodskappe wat oorgedra word) is.✓✓ Hoe meer jy hierdie aspekte kan definieer en kommunikeer, hoe meer akkuraat sal jy die produk aan die regte gehoor kan bemark. ✓✓In 'n geval van 'n klassieke strykkwartet, byvoorbeeld, kan die openlike verkoopspunte die volgende wees: die groep het verskeie gesogte toekennings gewen; dit speel gewaagde nuwe musiek; die koop van die groep se opname sal die kliënt se persepsie van himself/haarself versterk as kultureel gesofistikeerd en in pas met die avant-garde. ✓✓ (16)

8.2 Verpakking van die produk

Nadat die produkgehoor en verkoopspunte geïdentifiseer is, tot watter mate ook al moontlik is, moet die bemarker die volgende vrae beantwoord: Met inagneming van die voltooide opname, wat kan gedoen word om dit so te verpak dat die gehoor oorreed sal word is om dit te koop?✓✓ Die produkverpakking, die CD-omslagkuns, kan byvoorbeeld ontwerp word om die eienskappe te beklemtoon wat die teikenmark aantreklik sal vind.✓✓ Dit kan ook gebruik word om die aandag uitdruklik op die belangrikste verkoopspunte te vestig.✓✓ Die hoofontwerp en verkoopspunte kan hergebruik word op bykomende materiaal soos plakkate, kleinhandelvertoonitems, webwerwe en aandenkingsware.✓✓ Hulle kan ook in advertensies versterk word. Visuele aanlokking is nie die enigste faktor in verpakking nie. Ander oorwegings is produksiekoste, spoed van produksie, grootte en vormvereistes vir kleinhandelvertoning, en wetlike vereistes.✓✓ (10)

8.3 Prysvasstelling van die produk

Die prys van 'n produk het 'n belangrike invloed op sy verkope.✓✓ 'n Produk kan so hoog geprys word dat dit buite die bereik van die geteikende kliënte is.✓✓ Aan die ander kant, as dit te laag geprys is, kan die verkoper dalk nie wins verdien nie.✓✓ En as die pryse van dié van soortgelyke mededingende produkte verskil, kan die verkoopseffek baie betekenisvol wees: verhoogde verkope indien dit laer as die mededingersprys is; minder verkope indien die prys hoër as mededingerpryse is.✓✓ Om al hierdie basisse te dek, moet die verkoper drie faktore balanseer wanneer 'n prys vasgestel word: die koste van produksie, die waarde van die produk soos deur die kliënt bepaal word, en die prys van mededingende produk.✓✓ In die musiekbedryf word dit makliker gemaak deur die feit dat pryse relatief gestandaardiseer is: die topprys vir nuwe plaaslike CD is sowat R100.00 of R109.99.✓✓ Die bedryf, gesamentlik, het gevind dat dit 'n wenslike prys is om koste te dek en 'n wins te verdien; terselfdertyd is dit 'n prys wat kliënte bereid is om te betaal (alhoewel, opsies wat op die internet beskikbaar is, standaard CD-pryse minder aantreklik laat lyk). ✓✓Dus, vir die musiekbemarker, sal die fokus ten opsigte van prysvasstelling dikwels daarop wees om (1) koste laag te hou om maksimum wins op die algemeen aanvaarde prys te verseker, en (2) om afslag op daardie prys as verkoopsaansporings te bied.✓✓ In die wêreld van musiek neem promosie baie vorme aan, insluitend lewendige optredes, radiospeltyd, televisie, internetaktiwiteit, gratis mediadekking (publisiteit) en betaalde advertering.✓✓ (18)

8.4 Verspreiding

Tussen die produk en die kliënt ontstaan die vraag oor hoe om die twee te verbind. Die antwoord op daardie vraag is verspreiding. Dit sal nie die bemarker veel baat om die gehoor te ken en om dan nie die produk beskikbaar te stel in kleinhandelwinkels wat vir daardie gehoor voorsiening maak nie.✓✓ Dit is dalk voor die hand liggend, maar tog die moeite werd om te noem: verkoop die produk by plekke waar mense gaan om sulke produkte te koop. In die musiekbedryf is dit nie moeilik om daardie plekke te identifiseer nie. Die meeste mense koop plate by groot platewinkels, hetsy op straat of op die internet ✓✓ Die proses om rekords in daardie winkels te kry, is egter nie heeltemal so eenvoudig nie. Normaalweg moet die verkoper van die rekord eers die dienste van 'n verspreider, 'n tussenpersoon of derde party verkry, wie se werk dit sal wees om as 'n eenstopdiens op te tree om vir die verspreiding na talle verkoopspunte te sorg.✓✓ Teen 'n prys, sal die verspreider jou CD's ontvang en dit aan sy kleinhandelondernemings verkoop.✓✓ Die reeks entiteite wat betrokke is by die verskuiwing van die produk, van die verkoper na die kliënt, word die verspreidingskanaal genoem.✓✓ Elke deel van ketting - die verkoper, die verspreider en die kleinhandelaar - funksioneer as 'n lid van die span, die benadering tot die opstel van verspreidingskanale, en die keuse van die gepaste een (verspreidingskanaal) en die aangewese kanaallede is 'n deurslaggewende deel van bemarking.✓✓ Sou jy 'n eenmansaak verkies, of iets soortgelyks, sal jou benadering tot verspreiding wees om die gewone veelledige kanale te omseil. Jy sal dan 'n besteldiens-stelsel deur die internet kan instel met behulp van 'n e-pos, 'n telefoonnommer en/of om 'n aanlyn bestelvorm te gebruik. Jy sal die besending organiseer. Jy kan selfs 'n brosjure met 'n bestelkoepon skep, wat jy na persone op 'n geteikende poslys sal pos.✓✓ (14)

Kopiereg voorbehou

8.5 Musiekbevordering

'n Noodsaaklike deel van enige bemarkingsplan is 'n promosiestrategie. Promosie kom daarop neer om die wêreld oor die produk in te lig, om potensiële kopers van die waarde daarvan te oorreed, en om voortdurend openbare bewustheid van 'n kunstenaar en produk te versterk.✓✓ Sonder promosie kan jy alle ander komponente - produk, verspreiding en gehoor - in plek hê of geïdentifiseer het, en die onderneming sal steeds ongemerk deur die publiek bly.✓✓ (4)

[68]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 300

Kopiereg voorbehou