higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

MUSIEKBESIGHEID EN -STYLE N6

(3030706)

8 November 2022 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 12 bladsye.

034Q1B2208

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
MUSIEKBESIGHEID EN -STYLE N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 300

INSTRUKSIES EN INLIGTING:

1. Beantwoord al die vra.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs 'n blou of swart pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.1–1.25) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1 Lewende optredes is die belangrikste … vir die verkoop van musiek.

A platform
B formaat
C opname
D hulpmiddel

1.2 Kunstenaars maak meer geld op lewende optredes as met ... verkope.

A MPs
B iTunes
C album-
D klavier-

1.3 Oudiokoderingsformaat gebruik … word of verlieslose kompressie gebruik ('uncompressed') om die lêergrootte te verminder.

A berging
B stroming
C kompressie
D formatering

1.4 Die … is 'n voorbeeld van toestelle waarop 'n mens musiek kan speel wat van die internet afgelaai is.

A I-port
B viool
C televisie
D klavier

1.5 Die bekendstellingsfase stel die nuwe … aan die mark bekend.

A kunstenaar
B vertoning
C styl
D genre

1.6 … wil 'n produk koop wat vinnig sal verkoop.

A Aanhangers
B Kliënte
C Agentskappe
D Kleinhandelaars

1.7 Kleinhandelaars … meer albums van 'n kunstenaar wat in die rypheidsfase is.

A kopieer
B bekom
C koop
D verpak

1.8 'n Opname … is 'n gespesialiseerde fasiliteit vir die opname van musiek deur kunstenaars.

A ingenieur
B ateljee
C sintetiseerder
D vervaardiger

1.9 Met selektiewe verspreiding kan die bemarker kies om 'n … streek te teiken.

A geografiese
B oostelike
C bevolkte
D afgeleë

1.10 'n … verspreidingstrategie is die beste waar daar geen mededingers is nie.

A Eksklusiewe
B Inklusiewe
C Selektiewe
D Intensiewe

1.11 Die eerste stap in effektiewe bemarking is om 'n bemarkingsplan te ...

A versend.
B vertoon.
C dupliseer.
D skep.

1.12 Om die … te ken aan wie jy jou musiek wil bemark, is die sleutel tot sukses.

A groep
B gehoor
C kunstenaar
D bestuurders

1.13 Effektiewe musiekbemarking vereis 'n … begrip van jou gehoor.

A unieke
B verskillende
C vars
D omvattende

Kopiereg voorbehou

1.14 'n Kunstenaar moet sy/haar mark verstaan te weet waar hulle inpas en die unieke … te kan eien wat hulle aan hul aanhangers kan bied.

A waarde
B promosies
C albums
D spesiale aanbiedinge

1.15 Die kern van enige bemarkingspoging is 'n …; in dié geval is dit 'n album.

A optrede
B produk
C doelwit
D rekord

1.16 Produkontwikkeling behels alle aktiwiteite wat daarop gerig is om seker te maak dat die produk ... word.

A gepubliseer.
B geadverteer.
C voltooi.
D bemark.

1.17 Die maatskappy moet 'n mark identifiseer vir musiek wat reeds opgeneem is en 'n … ontwikkel om die mark te bereik.

A roete
B program
C opname
D skedule

1.18 Die bemarker moet in staat wees om die gehoor presies in woorde of op papier te kan ...

A definieer.
B vergader.
C bepaal.
D verander.

1.19 Die musiek se verkoopargumente kan in 'n ... beklemtoon word.

A CD
B promosie
C ateljee
D verpakking

Kopiereg voorbehou

1.20 Die definisie van die gehoor deur die bemarker maak dit moontlik om … te skep wat by die gehoor se belangstellings en eienskappe pas.

A trefpunte
B afsetbevorderings
C verkoopstasies
D omsetrekeninge

1.21 … voeg waarde tot die produk om dit van die kompetisie te onderskei.

A Skeibaarheid
B Bemarking
C Verankering
D Verkope

1.22 Die produkverpakking vir die CD-omslagkuns kan … word om die eienskappe te beklemtoon wat die teikenmark aantreklik sal vind.

A gekopieer
B ontwerp
C beplan
D ingesluit

1.23 Visuele aanlokking, … van produksie, spoed van produksie, grootte en vorm van verpakking is die vereistes vir kleinhandeluitstallings en wetlike vereistes.

A koste
B tipe
C kwaliteit
D styl

1.24 'n Produk kan so hoog geprys word dat dit buite die bereik van die … kliënte is.

A gewone
B geteikende
C spesiale
D nuwe

1.25 … is een van die aanlynplatforms waar mense hul musiek kan aflaai.

A Musica
B Gallo
C Studio
D Spotify

(25 × 2) **[50]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1–2.25) in die ANTWOORDBOEK neer.

2.1 Die dekodeerderfunksie keer die enkodering om vir terugspeel of redigering.

2.2 Afgelaaide musiek kan nie op MP3-toestelle gespeel word nie.

2.3 Multi-albumstelle verkoop beter by gewilde kunstenaars.

2.4 Dit is die plig van 'n kunstenaar om die maatskappy wat hom/haar opneem te bemark.

2.5 Nuwe kunstenaars sukkel om besprekings tydens die bekendstellingsfase te kry.

2.6 Kleinhandelaars is huiwerig om CD's vir 'n opkomende kunstenaar te koop.

2.7 Verbruikers hou op om die plate van 'n kunstenaar in 'n afnamefase te koop want daar is nuwe vrystellings in die mark.

2.8 Die doel van eksklusiewe verspreidingstrategie is om winsmarges te verminder.

2.9 Twitter en Facebook kan gebruik word om musiekprodukte te bemark.

2.10 Genre is die styl van kuns, musiek of letterkunde.

2.11 Oudiokoderingsformaat kan nie tydens bis-stroom gebruik word nie, wat gewoonlik in 'n houer ingebed is.

2.12 Musiek in 'n digitale formaat kan selfs in afgeleë gebiede maklik toeganklik wees.

2.13 Inkomste wat by die vertoningslokaal gemaak word, gaan na die salaris van die persoonlike bestuurder.

2.14 Verbruikers kan musiek vanaf 'n internetwerf stroom, dit op 'n persoonlike rekenaar aflaai en dit na 'n draagbare terugspeeltoestel kopieer.

2.15 Digitale bemarking bereik die verbruikers met behulp van internetverbinding.

2.16 Verbruikers kan nie direk vanaf YouTube-webwerf na musiek luister nie.

2.17 Kunstenaar kan 'n webwerf skep om hul produk te adverteer.

2.18 'n Goed bestuurde bemarkingsprogram verhoog die aanvraag, wat tot meer radio- en televisiespeltyd en 'n groter verspreiding van plate lei.

Kopiereg voorbehou

2.19 Die uitgediende produk verkoop vinniger omdat verbruikers daarmee bekend is.

2.20 Bestuur van die bemarkingsprogram beteken die monitering van die inkomende vloei van geld uit verskeie inkomstestrome.

2.21 In groot maatskappye is dit die finansiële afdeling wat debiteure en rekeninge betaalbaar administreer.

2.22 Tussengangers is nie vir advertensies op plaaslike vlak verantwoordelik nie.

2.23 Plaaslike advertensies word geskep om verbruikers na die winkel te lok.

2.24 Die advertensie moet deelname van die gehoor vereis deur mense tot een of ander aksie uit te lok.

2.25 Advertensies word nie toegelaat om emosionele boodskappe te bevat nie.

(25 × 2) **[50]**

VRAAG 3

Kies ’n beskrywing uit KOLOM B om by ’n word/item in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–O) langs die vraagnommer (3.1–3.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
3.1	Oudio-formaat	A	van musiek word in konserte of klubs deur kunstenaars gedoen
3.2	Oudiovisuele format	B	kan aan lande bemark waar gretige gebruikers van hul produk gevind word
3.3	Nuwe kunstenaar	C	Reliable en Musica is 'n voorbeeld van groot musiekkleinhandelkettingwinkels wat musiek versprei
3.4	Kleinhandelaars	D	teiken mense wat 'n kunstenaar se opname geniet en dit sal geniet om die kunstenaar in aksie te sien
3.5	Die produk	E	kleinhandelaars sal die onverkoopte rekords verpak en dit aan die verspreidingsmaatskappy terugbesorg vir terugbetaling
3.6	Look and Listen	F	die nuwe kunstenaar vat vlam wanneer die hele potensiële teikenmark bereik is
3.7	Die verbruikersproduk-bemarker	G	lewensiklus betree sy groeistadium
3.8	Eksklusiewe verspreidingstrategie	H	is 'n vyfskyfie-kompilasie van vorige vrygestelde opnames
3.9	Die bemarkingsplan	I	kodeer die bis-uitleg van die data-oudio, metadata uitgesluit
3.10	'n Lewendige optrede	J	is huiwerig om jou rekord te koop, wat nog te sê om aan jou rakspasie in hul winkels te gee
3.11	Digitale formaat	K	moet die bemarker help om te verstaan wat in die plaaslike gemeenskap sowel as binne die genre wêreldwyd gebeur
3.12	'n Multi-albumstel	L	behels alle aktiwiteite wat daaraan gewy is om seker te maak dat die produk bemarkbaar is
3.13	Gedurende die rypheidsfase	M	is gepas as jy 'n innoverende nuwe produk bekendstel, hetsy goedere of dienste
3.14	Gedurende die afnamefase	N	is 'n musiekverkope-formaat wat al hoe gewilder word
3.15	Produkontwikkeling	O	tree soms gratis op tydens die bekendstellingsfase in ruil vir gratis publisiteit

(15 × 2) **[30]**

VRAAG 4

Voltooi die volgende sinne deur ’n word of woorde uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die woord langs die vraagnommer (4.1–4.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

stroom; enkelsnitte; deuntjies; kodering; genre; kanaal; verbruikers; Spotify; distribueer; promotors; kleinhandelaars; op te voed; kassette; opname; afladings

4.1 Tydens die bekendstellingsfase is die uitdaging om verbruikers oor die voordele van die nuwe produk … en hulle die waarde daarvan te laat sien.

4.2 Verbruikers beweeg nou na stroomformaatlêers en verkies om musiek via ... te koop.

4.3 Die groeikoers sal vinnig styg soos baie ... begin om jou rekords te koop en jou vertonings in groot getalle bywoon.

4.4 Sommige kunstenaars reik steeds … uit om aan die behoeftes te voldoen van mense wat op hul ou kassetspelers luister.

4.5 Die prys van 'n multi-album is hoër as dié van ... .

4.6 … is 'n middel waardeur musiekkunstenaars hul produk kan versprei.

4.7 Die data wat in 'n oudiolêer gestoor word, kan onverwerkte bis-stroom in 'n oudio- … formaat wees.

4.8 … stel meer daarin belang om met nuwe produkte te werk wat baie potensiaal toon.

4.9 Gedurende die afnamefase sal … begin om jou rekords in die uitverkopingsmandjies te plaas.

4.10 'n … is 'n artistieke, literêre of musikale styl van 'n bepaalde era.

4.11 Pandora is een van die webwerwe waar jy gratis musiek kan … .

4.12 Digitale musiekbemarking is 'n toonaangewende verskaffer van internetbemarkingsdienste van hoë gehalte vir die onafhanklike ... gemeenskap.

4.13 Wix Music het al die media wat 'n kunstenaar sal benodig om musiek aanlyn te bevorder, verkoop en … .

4.14 Om jou musiek te bemark, distribueer jou … op topaanlynwinkels en stromingsdienste soos iTunes, Spotify, Google Play, Radio en vele ander.

4.15 Die YouTube-… help nuwe kunstenaars om 'n begin te maak om hulself aanlyn te adverteer.

(15 × 2) **[30]**

TOTAAL AFDELING A: 160

Copyright reserved

AFDELING B

VRAAG 5

Definieer die volgende konsepte:

5.1	Multi-albumstel	(8)
5.2	Eksklusiewe verspreidingstrategie	(8)
5.3	Rasionele appèl-advertensie	(2)
5.4	Handelsware	(2)
5.5	Advertensie	(2)
5.6	Emosionele appèl in advertensie	(2)

[24]

VRAAG 6

6.1	Noem TIEN webtuistes waar mens gratis na musiek kan luister.	(20)
6.2	Vir 'n kunstenaar om suksesvol te wees, moet die sosiale media-bevordering behoorlik gedoen word. Gee VYF stappe om jou musiek suksesvol te bevorder deur sosiale media te gebruik.	(10)
6.3	Wat is die VIER funksies van tekens (‘signs’)?	(8)

[38]

VRAAG 7

7.1	Gee DRIE voorbeelde van advertnesies wat die emosies prikkel.	(6)
7.2	Wat is die VYF tipes advertensiemiddele wat 'n kunstenaar kan gebruik om hul produk te adverteer?	(10)

[16]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 8

Die sukses van elke musikant hang af van hoe hy/sy bemark word.

Bespreek, in detail, die komponente van 'n musiekbemarkingsprogram onder die volgende opskrifte:

8.1	Bepaling van die produk se verkoopspunte	(16)
8.2	Verpakking van die produk	(10)
8.3	Prysbepaling van die produk	(18)
8.4	Verspreiding	(14)
8.5	Musiekbevordering	(4)
		[62]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 300

Kopiereg voorbehou