higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1220**(A)**(N12)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

MUSIEKBESIGHEID EN STYLE N6

(3030706)

12 November 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 11 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTMENT OF HIGHER EDUCATION AND TRAINING
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

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

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae.
2. Lees AL die vrae noukeurig 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 BLOU of SWART ink.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde vir 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 ... is 'n analoog klankopbergmedium in die vorm van 'n plat skyf.

A USB
B Veniel
C Kasset
D Video

1.2 'n Kompakte oudio-klankkasset staan ook bekend as ('n)...

A visueel.
B CD.
C kassetband.
D stoor.

1.3 'n … oudio-kassetopnemer word gebruik om tuisklankopnames op te neem en te stoor.

A Draagbare
B Kompakte
C Stereo
D iPod

1.4 Musiek in …formaat is baie gewild.

A band-
B digitale
C stereo-
D venial-

1.5 Jy kan jou aanlyn-teenwoordigheid laat geld met 'n verskeidenheid van … dienste om jou handelsmerk uit te brei.

A kommersiële
B reklame
C finansiële
D produksie

1.6 … opnemers is minder besorg oor die kommersiële aspekte van hulle opnames.

A Professionele
B Aanlyn
C Ateljee
D Amateur

Kopiereg voorbehou

1.7 In … opnames word elke instrument of stem afsonderlik opgeneem.

A multibaan-
B gekombineerde
C enkel-
D proef-

1.8 'n Voorafopgeneemde … lus (loop) kan gebruik word om 'n tempo te bepaal.

A CD
B drom
C lied
D snit

1.9 Die proses om foute op 'n opgeneemde klankbaan te korrigeer …

A herhaling.
B meng.
C akkoordnote.
D redigering.

1.10 Die hervrystelling van 'n ... van 'n bestaande lied is 'n goeie manier om nuwe lewe in 'n ou vrystelling te blaas.

A komposisie
B video
C versameling
D ritme

1.11 Gratis vertonings is nodig vir 'n nuwe kunstenaar om … te wen.

A guns
B kliënte
C publisiteit
D gewildheid

1.12 … is 'n webwerf wat jou instaat stel om na musiek te luister wat daarin gelaai is.

A Internet
B iPod
C You Tube
D Webtuiste

1.13 Die plig van 'n plate-… is om kunstenaars se klankopopnames te verteenwoordig en te ontgin.

A maatskappy
B regisseur
C bestuurder
D vermenger

Kopiereg voorbehou

1.14 … verteenwoordig musiekkopieregte vir die geskrewe werk.

A Opnemers
B Toesighouers
C Promotors
D Uitgewers

1.15 Maatskappye moet nog steeds goeie musiek …

A bedryf.
B kureer.
C bevorder.
D adverteer.

1.16 … platemaatskappye het ooreenkomste met verspreidingsmaatskappye wat hul musiek aan winkels stuur.

A Professionele
B Groot
C Gestigte
D Beroemde

1.17 ... is EEN van die aanlynmusiekwinkels.

A Musica
B Betroubaar
C You Tube
D Beatles

1.18 As 'n orkes, verkeerde bewegings voor en na die tyd op die … maak, kan dit veroorsaak dat hulle nuwe ondersteuners verloor.

A oefening
B oplaai
C verhoog
D konsert

1.19 Wanneer 'n kunstenaar laat by die optredelokaal aankom, veroorsaak hulle dat die hele ... in paniek verval.

A boodskap
B promosie
C optrede
D onderneming

1.20 ... bemarking bied luisteraars toegang tot musiek aanlyn en hulle is in staat om nuwe kunstenaars op hul eie te ontdek.

A Mobiele
B Formele
C Data-
D Besigheids-

Kopiereg voorbehou

1.21 Die eerste stap om 'n opname te maak is om 'n klankbaan te …

A kombineer.
B versamel.
C skep.
D beproef.

1.22 … verflouing word gedoen sodat geen instrument, harder of sagter klink as die ander instrument nie.

A Gebalanseerde
B Stemmings-
C Harmonisering
D Vermenging

1.23 … is van die materiaal wat kunstenaars kan gebruik om lewendige optredes te bemark.

A Kaarte
B Plakkate
C Aanplakbiljette
D Prente

1.24 Bemarking van 'n lewendige vertoning kan die gebruik van relevante ... insluit.

A voorskoue
B webtuistes
C byeenkomslokale
D onderhandelinge

1.25 Promotors en byeenkomsplekke versoek kunstenaars om by die lokale op 'n vasgestelde tyd te wees vir …

A repetisies.
B stemoefening
C opwarming.
D inlaai.

(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 'n Bandopnemer is 'n klankstoortoestel wat musiek weer kan terugspeel.

2.2 MP3-lêers kan nie na CD omgeskakel word nie.

2.3 Inbrand van lêers na disket op die rekenaar, beteken dat jy die toestel op 'n warm area moet plaas.

2.4 Jy kan die orde van liedjies herrangskik deur lêers te sleep en te laat val in die lys op die rekenaar.

2.5 Lewendige konsertoptredes kan slegs by opname-ateljees gedoen word.

2.6 Radiostasies kan nie 'n nuwe kunstenaar bevorder nie, hulle deel met ou gesoute kunstenaars.

2.7 Musiekopname word slegs in 'n opname-ateljee gedoen.

2.8 Mense gebruik 'n USB-mikrofoon om musiek op te neem en plaas dit dan aanlyn.

2.9 Die tendens in musiekproduksie verskuif meer en meer na tuisateljees.

2.10 Ingenieurs gebruik dieselfde metode om die multisnit-album te vorm.

2.11 Wanneer jy 'n snit redigeer, kan jy die hele snit wat nie waarde tot die album bydra nie, uitvee.

2.12 'n Kompakskyf is die mees aanvaarbare formaat om musiek van hierdie era te verkoop.

2.13 Die voltooiing van die opnameproses is 'n waarborg dat die kunstenaar baie bekend sal wees.

2.14 Agente wat instem om optredes vir nuwe kunstenaars te bespreek, ondervergoed hulle omdat hulle nie bekend is nie.

2.15 Kunstenaars moet nie betaal word vir elke advertensie wat op hul video's vertoon word nie.

2.16 Jy kan video's, snitte en agter-die-skermsinhoud vir jou aanhangers op YouTube laai.

2.17 Om musiek op iTunes te verkoop, moet jy 'n rekening skep.

2.18 Vir die verkoop van musiek op iTunes, sal iTunes 'n webwerf en sosiale media-bladsy vir jou skep as hul bemarkingstrategie.

Kopiereg voorbehou

2.19 Sosiale media bied musikante die vermoë om met hul ondersteuners te kommunikeer.

2.20 Mobiele bemarking is 'n meer effektiewe manier om jou produk te bemark omdat almal 'n mobiele toestel het.

2.21 Oorvertellings kan nie as 'n effektiewe bemarkingsinstrument beskou word nie

2.22 Aanlynmusiekbemarking kan gedoen word deur die gebruik van 'n mobiele toestel.

2.23 'n Nuwe kunstenaar het groot potensiaal om groot skares ondersteuners na hul eerste vertoning te trek.

2.24 Om elke naweek in dieselfde dorp te speel, is voordelig vir jou vertoning en om meer ondersteuners te lok.

2.25 Die publisering van jou optredes op die plaaslike optredekalender, bevorder jou vertonings effektief.

(25 × 2) **[50]**

VRAAG 3

Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat by die term in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–O) langs die vraagnommer (3.1-3.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
3.1	'n Multisnitopname	A	nuwe produkte/kunstenaars betree die mark
3.2	Tegnologie	B	besluite moet gedurende die skepping van die produk gedoen word
3.3	Verspreidingsmaatskappye	C	moet fokus om die koste laag te hou of maksimum profyt te verseker
3.4	Reisprogram	D	vereis dat die kunstenaar die gewone multikanaalverspreiding omseil
3.5	Meeste maatskappye	E	is om massa verskeping vir herverkoop af te breek
3.6	Openbare betrekkinge agentskappe	F	is een van die verpakkingsfaktore wat tydens prysbepaling oorweeg moet word
3.7	Musiekverspreiding	G	Is daarop gemik om nuwe rekordverkope aan te moedig en verhoogde vraag wat sal lei tot meer radio-en televisie bloodstelling
3.8	Gedurende die afnamestadium	H	het inhuisfasiliteite om bemarking en radiospele te dek
3.9	Bemarking	I	Is die een wat die reëls en persoonlikheid van die produk oorskrei.
3.10	Koste van produksie	J	is 'n onafhanklik opname-instrument wat afsonderlik opneem.
3.11	Die musiekbemarker	K	het al die inligting wat die kunstenaar benodig vir sy/haar vertonings.
3.12	Verspreiding deur 'n kunstenaar alleen gedoen	L	dienste sluit die bevordering van nuwe vrystellings en kunstenaars na aanynblogs in
3.13	Konsertoptredes	M	is die skakel tussen jou voltooide opname en jou toekomstige ondersteuners.
3.14	Die rol van die tussen-ganger	N	het die manier waarop media gedeel en versprei word, herskep.
3.15	Die produk wat uitstaan	O	is verantwoordelik om opnames na die winkels te stuur

(15 × 2) **[30]**

VRAAG 4

Kies die korrekte woord en vul die ontbrekende woord in, die spasies hier onder in. Skryf slegs die woord of woorde langs die vraagnommer (4.1–4.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

aanbieding; persverklarings; kompetisie; regte; tussengangers; teiken; volwassefase; digitale; blootstelling; verpakking; ontwerp; boodskappe; produk; maatskappy; middelman

4.1 Vervaardiging van fisiese produkte vir musiek sluit … in.

4.2 … musiekopnames word verskillend en op verskillende webwerwe aanlyn versprei.

4.3 iTunes is een manier om… vir kunstenaars te genereer.

4.4 Goeie promotors weet hoe om skoon … te lewer en stuur inhoud vir resensie.

4.5 Elke ... in die verspreidingskanaal moet 'n persentasie van die inkomste uit musiekopnameverkope kry.

4.6 In digitale verspreiding behou die kunstenaar volle ... van hul musiek wanneer hulle begin met die uitbouing van hulle handelsmerk.

4.7 Die produk se lewensiklus begin met die produk se ..., ontwikkeling, inleiding tot die mark, volwassenheid en eindig met die onttrekking van die mark.

4.8 ... fase is die tydperk wanneer die produk begin groei.

4.9 Eksklusiewe verspreidingstrategie verkry of identifiseer die beste ... en maksimeer winsgrense.

4.10 Die proses van ... -ontwikkeling sluit sy verpakking in.

4.11 Wanneer jy 'n groep mense identifiseer wat potensiële kopers van jou plate is, is hulle jou ... -gehoor.

4.12 Om die gehoor op papier te definieer, maak dit vir bemarkers moontlik om verkope te skep met ... wat aangepas is vir die gehoor se belangstelling.

4.13 Tradisioneel moes kunstenaars onderskryf word deur 'n musiekmaatskappy ... om 'n album op te neem.

4.14 As nuwe kunstenaar is die ... van jou werke aan 'n joernalis, 'n voorstelling aan die wêreld.

4.15 Die vasstelling van die waarde van die produk behels om dit te onderskei van ...

(15 × 2) **[30]**

TOTAAL AFDELING A: 160

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 5

5.1 Definieer die volgende begrippe:

5.1.1 Musiekverspreiding (4)

5.1.2 Intensiewe verspreiding (2)

5.1.3 Markdekking (4)

5.1.4 Digitale bemarking (4)

5.1.5 E-handel (2)

5.2 Wat is die rol van tussengangers tydens die verspreidingsproses? (4)

5.3 Bespreek kortliks die DRIE markdekkingstrategieë wat hieronder genoem word.

5.3.1 Ongedifferensieerde bemarking

5.3.1 Gedifferensieerde bemarking

5.3.3 Gekonsentreerde bemarking

(3 × 2) (6)

5.4 Hoekom sal jy as kunstenaar digitale verspreiding kies wanneer jy jou musiekopnames of CDs versprei? (14)
[40]

VRAAG 6

6.1 Bespreek hoe die aanlynmusiekverspreiding die musiekbedryf geaffekteer het. (20)

6.2 Jy is 'n kunstenaar wat 'n aanlynbesigheid geopen het.

Verduidelik wat 'n digitale handelaar is en hoe jy dit vir jou e-handelswebwerf sal gebruik. (10)
[30]

VRAAG 7

7.1 Bespreek die VIER fases van die produklewensiklus met betrekking tot 'n loopbaan as 'n opnamekunstenaar.

7.1.1 Bekendstellingsfase (20)

7.1.2 Groeifase (14)

7.1.3 Volwassenheidsfase (22)

7.1.4 Afname -of sterwendsfase (14)
[70]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 300

Kopiereg voorbehou