higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

KOMMUNIKASIE N5
(Tweede Vraestel)

29 NOVEMBER 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1: ORGANISATORIESE KOMMUNIKASIE

1.1 Outokratiese/Burokratiese bestuurstyl (2)

1.2 Volgens die gevallestudie het Mnr. Mahlangu nie met die personeel gekonsulteer nie✓ en het hy die besluit geneem sonder enige deelname van die personeel.✓ Mnr. Mahlangu het die grootste mate van gesag✓ en het dit behou. Hy neem die besluit✓ en kondig dit slegs aan.
(TWEE relevante antwoorde met redes 4 × ½) (2)

1.3
- Kennisgewings
- Omsendbriewe
- E-posse aan personeel (Enige relevante 2 × 1) (2)

1.4
- Gee opdragte om uitgevoer te word
- Bewerkstellig samewerking in portuurgroepe
- Verbeter en versterk interne verhoudings (Enige 2 × 1) (2)

1.5 Opdraggewing/Inligtingsessies behels die gee van inligting✓ en opdragte✓ ten opsigte van werk wat afgehandel✓ moet word. (3)

1.6
1.6.1 Onwaar (Dit is nie streng en rigied nie.)
1.6.2 Waar
1.6.3 Waar
1.6.4 Onwaar (Dit is wanneer ’n buiteparty poog om te help.)
1.6.5 Waar
(5 × 1) (5)

1.7
- Lynstruktuur
- Lyn- en gesagstruktuur
- Funksionele organisasie (3)

1.8
- Dit is ’n vinniger proses.
- Bestuur raak bewus van probleme op laer vlakke.
- Personeel se moraal kan verbeter.
- Produktiwiteit verhoog.
- Dit dien as barometer vir personeel se moraal.
- Die bostelegraaf is meer aktief wanneer personeel ongemotiveerd en ongelukkig is.
- Personeel het meer vertroue in bestuur wat in hulle belangstel.
(Enige 3 × 2) (6)

1.9
- Dit is ’n deelnemende bestuurstyl.
- Bestuurders konsulteer met die personeel.
- Personeel se idees en inisiatiewe word erken.
- Leiers is betrokke by ondergeskiktes.
- Groepsbetrokkenheid is aan die orde van die dag.
- Personeel voel dat hulle vertrou word.
- Dit is ’n baie gemotiveerde styl. (Enige 5 × 1) (5)

[30]

VRAAG 2: FORMULERING VAN DOELSTELLINGS EN DOELWITTE

2.1
- Spesifiek
- Kwantitatief en kwalitatief meetbaar
- Haalbaar
- Relevant
- Kontroleerbaar (5)

2.2
- 'Tyd is geld' is veral waar in die sakewêreld.✓
- Tyd wat onnodig aan ’n bepaalde projek bestee word, is verspilde tyd aangesien dit meer effektief aan ’n ander projek bestee kon word.✓
- Geld word ook bespaar✓ – selfs gemaak – deur werk op die geskikte tyd te doen.✓ (4)

2.3
- Dagboeke
- Week- en jaarbeplanners
- Muurkaarte en lessenaarskryfblokkalenders
- Delegering
- Selfdissipline (Enige 4 × 1) (4)

2.4
- Identifiseer en skakel tydsverkwisting uit.
- Stel ’n tydskedule of rooster op.
- Stel ’n prioriteitslys van doelwitte op.
- Gebruik tydsbenuttingstegnieke.
- Evalueer jou tydsbesteding op ’n gereelde basis. (Enige 2 × 1) (2)

[15]

VRAAG 3: MEDIAKOMMUNIKASIE EN ADVERTERING

3.1 3.1.1 ’n Teikenmark is die marksegment✓ wat die produk of diens sal koop.✓ (2)

3.1.2 **Pamflette**
- Dek ’n bepaalde geografiese gebied
- Bekostigbare medium/lae prys om aan te skaf

Buitelug advertensies
- Geografies aangepas vir die gebied (Enige 2 × 1) (2)

3.1.3 **Pamflette**

- Geskrewe
- Meer permanent
- Belangrike medium
- Dek 'n bepaalde geografiese gebied
- Bekostigbare medium/lae prys om aan te skaf (Enige DRIE)

Buitelug advertensie

- Koste-effektief
- Groot teikengehoor
- Geografies aangepas vir die gebied
- Dra 'n boodskap binne 'n kort tydperk oor
- Dek 'n groot teikenmark (Enige DRIE)

(Slegs voordele nie in VRAAG 3.1.2 gemeld nie is aanvaarbaar)
(3 × 2) (6)

3.2
- Etos
- Logos
- Patos (Enige 2 × 1) (2)

3.3 **A = Aandag**

- Kenwysies, kleure, prente, grafiese voorstellings trek aandag.
- Trefreël trek aandag.

B = Belangstelling

- Feitlike inligting van produk of diens word gemeld.
- Eienskappe word genoem.
- Teikenmark word geteiken.

B = Begeerte

- Behoefte van teikenmark word geïdentifiseer.
- Emosionele benadering van eienskappe.
- Bevrediging van mense se behoeftes.

A = Aksie

- Die doen-woorde word gebruik.
- Adres, kontakpersoon, kontakinligting word gegee.
- Daar is 'n koepon met afslag.
- Sluitingsdatum van aanbod word gegee. (4 × 2) (8)

[20]

VRAAG 4: AANBIEDINGSKOMMUNIKASIE

4.1
4.1.1 E
4.1.2 C
4.1.3 A
4.1.4 B

(4 × 1) (4)

4.2
- Mense praat maksimum 200 woorde per minuut.
- Denkspoed is drie tot vier keer vinniger as wat iemand kan praat.
- Aandag word maklik afgetrek.
- Negatiewe gesindhede beïnvloed gedagtes.
- Die verbale konteks van die boodskap word soms verkeerd interpreteer.
- Nieverbale leidrade word geïgnoreer.
- Die luisteraar gee voor dat hy/sy luister.
- Steurnisse veroorsaak hindernisse. (Enige 3 × 1) (3)

4.3
- Verwelkomingstoespraak
- Afskeidstoespraak
- Toekenning gee of aanvaar
- Bedankingstoespraak
- Aankondiging
- Heildronk
- Etensuurtoespraak (Enige 3 × 1) (3)

4.4
- Beplan die oproep.
- Orden feite en inligting logies.
- Hou tersaaklike dokumentasie byderhand.
- Wees verseker van die korrekte telefoonnommer en kontakpersoon se naam.
- Hou pen en papier byderhand.
- Groet hoflik.
- Wees saaklik maar vriendelik.
- Laat ’n kort boodskap indien ’n antwoordmasjien antwoord. (Enige 3 × 1) (3)

4.5
- Bly kalm en rustig.
- Behou ’n vriendelike stemtoon.
- Luister simpatiek na die klagte.
- Moenie sug nie.
- Skakel die persoon deur na ’n behulpsame persoon.
- Moenie beloftes maak nie.
- Neem kennis en aantekeninge indien die persoon dreigemente maak.

(Enige 2 × 1) (2)
[15]

VRAAG 5: MULTIKULTURELE KOMMUNIKASIE

5.1
- Waardes
- Oortuigings
- Gedragsnorme
- Simbole
- Persepsies
- Gesindhede (Enige 4 × 1) (4)

5.2
- Hulle moet pogings aanwend om eksterne steurnisse uit te skakel.
- Konsentreer eerder op ooreenkomste as verskille tussen mense.
- Kennis van ander kulture: Wend 'n doelbewuste poging aan om kennis gebaseer op werklike feite rakende ander kulture op te doen.
- Identifisering van die ontvanger in die teikengroep: Die sender van 'n boodskap moet spesiale aandag gee aan die akkurate identifisering van die teikengehoor of ontvanger en sy/haar boodskap daarvolgens aanpas.
- Korrekte gesindheid: Multikulturele kommunikasie kan slegs slaag indien 'n gesonde gesindheid teenoor ander kulturele groepe gekweek word.
- Aandag aan taalgebruik: Dit is noodsaaklik om gebruik te maak van 'n gemeenskaplike taal wat algemeen verstaan word.
- Luister: In multikulturele kommunikasie is dit noodsaaklik om aandagtig te luister.
- Terugvoering: Maak seker dat die versoek reg verstaan is deur die bestelling te herhaal. (Enige 4 × 2) (8)

5.3
- Professie (beroep)
- Etnisiteit
- Godsdiens
- Vooroordeel
- Stereotipering (5)

5.4 Kultuur is die produk van die gedagtes,✓ waardes en lewesbeskouing van 'n spesifieke groep,✓ soos dit oor baie jare gehandhaaf en toegepas is.✓ (3)

[20]

TOTAAL: 100

Kopiereg voorbehou