higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N5

15 JUNIE 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1 PUNT VIR OPSKRIF (IN KORREKTE VOLGORDE) + 23 PUNTE SOOS AANGEDUI

1.1 **A** **Definieer die situasie/situasie-analise**✓

- Dit is 'n eenmalige projek – Potensiële nuwe kliënte
- 'n Plek/lokaliteit moet aangedui word - Hans Merensky Golf Estate
- Die organiseerder (PixelStack) moet aangedui word
- Die datum van die loodsing - 30 Junie 2018 (1 + 3) (4)

B **Doelstellings**✓

- Om potensiële kliënte aan die besigheid voor te stel
- Om kliënte deel van die maatskappy te laat voel
- Om die onderneming van PixelStack te bevorder
- Om verkope te laat toeneem
- Enige relevante antwoord (1 + 3) (4)

C **Identifiseer belanghebbersd/teikengroep**✓

- Werknemers
- Borge
- Sprekers
- Kliënte
- Enige relevante antwoord (1 + 2) (3)

D **Ontwikkel die antwoord**✓
Enige redelike antwoord (2)

E **Plan van aksie/aktiwiteite**✓

- Druk van T-hemde, pamflette, uitnodigings
- Voorbereiding van plek van byeenkoms
- Aanbieding aan die afgevaardigdes
- Geskenke aan afgevaardigdes
- Gassprekers
- Musiek (DJ)
- Sekuriteit
- Spyseniers
- Enige geskikte promosionele aktiwiteite (1 + 5) (6)

F **Bepaal die begroting**✓

- Arbeidskoste
- Admin koste
- Drukkoste
- Algemene koste
- Promosiekoste
- Huur van byeenkomsplek
- 10% onvoorsiene gebeurlikhede
- Enige relevante antwoord (1 + 4) (5)

G

- **Terugvoer en evaluasie**✓
- Hoeveelheid publisiteit
- Algemene terugvoer
- Radio en televisie uitsaaiterugvoer
- Bywoning
- Verhoging in verkope indien enige
- Navrae
- Klagtes en kritiek
- Begroting as waarderingsinstrument (planne binne die begrotingsgrense) (1 + 5) (6)

1.2

- Die missie en beleid van die organisasie
- Die historiese agtergrond van die organisasie
- Korporatiewe strategie (lang- en korttermyn doelstellings
- Dienste of produkte wat deur die organisasie voorsien word
- Organisatoriese struktuur
- Personeel kontakbesonderhede
- Lys van belanghebbendes van die organisasie
- Instruksies vir kommunikasiemedia
- Klagtes en navraagriglyne
- Organisatoriese publikasie-inligting
- Inligting oor spesiale gebeurlikhede soos opedae, herdenkings-gebeurtenisse, ens.
- Gesamentlike sosiale verantwoordelikheid en gemeenskaps-betrokkenheid (Enige 5 × 2) (10)

1.3 1.3.1 Die 'OSP' (Openbare skakelpraktisyn) moet aansoeke evalueer en bepaal of hulle vir die organisasie geskik is.

1.3.2 Die OSP moet verseker dat volle inligting aangaande die maatskappy se finansiële status aan aandeelhouers verskaf word.

1.3.3 Die OSP moet nuuswaardige persvrystellings voorsien en betroubare antwoorde verskaf wanneer hy deur die media ondervra word.

1.3.4 Die organisasie moet aan wetgewing voldoen en verdere wetgewing voorstel.

1.3.5 Die organisasie moet 'n positiewe beeld voorhou en die gemeenskap deur sosiaal-verantwoordelike programme ondersteun.

(5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 2

2.1
- **Joernalistiek en mediakennis** – vir onderhandeling met die media of pers
- **Kommunikasie** – Openbare Skakelwesepraktisyns moet goeie kommunikators wees om met verskillende openbare seksies te kan gesprek voer
- **Admin en finansiële bestuur** – vir die organisering van skakelwese-projekte en beheer van begrotings
- **Bemarking en marknavorsing** – kennis om die funksies van bemarking te verstaan en in staat te wees om navorsing te doen
- **Menslike hulpbronnebestuur en arbeidsbetrekkinge** – sluit in kennis van die organisering van opleidingskursusse, onderhandelings of konflikbestuur (5 × 2) (10)

2.2
- Om bewustheid van die maatskappy se doelstellings te skep
- Om die werknemer te help om op hoogte van die werk en maatskappy te wees
- Om die bewustheid te skep dat persoonlike sukses en die maatskappy se sukses nou verbonde is
- Om die werknemers te help besef dat hulle werk belangrik is
- Om bewustheid te skep dat personeel ambassadeurs vir die maatskappy is
- Om seker te maak dat die personeel ten volle ingelig is

(Enige 5 × 1) (5)

2.3
- Vraelyste
- Groepvergaderings
- Organisatoriese werkswinkels
- Seminare
- Terugvoervorms
- Enige redelike antwoord (5 × 1) (5)

2.4 2.4.1 Kommunikasie van bestuur na personeel, bv. verslae, instruksies, ens.

2.4.2 Tussen soortgelyke werknemers op dieselfde vlak bv. medewerkers wat ‘n nuwe projek bespreek

2.4.3 Gebruik amptelike organisatoriese kanale bv. bestuurder gee instruksies aan onderhoriges/werknemers lewer verslag aan toesighouer

2.4.4 Onoffisiële kanaal/kommunikasie met die maatskappy wat op hoorsê gegrond is bv. werknemers praat oor gerugte van ontslagte of praat oor die implementering van ‘n ,moontlike nuwe beleid in verband met ‘n waterverkoeler.

2.4.5 Systap die nomale ketting van opdragte bv. ‘n werknemer wat ‘n ander departement se bestuurder nader om inligting te bekom.

(5 × 2) (10)

2.5 **Vyf instrumente van interne kommunikasie (1 punt vir die noem en 1 punt vir toepassing)**

- **Induksieprogramme**:
  - Gebruik om nuwe lede oor die organisasie se werkvoorwaardes in te lig
  - Lê van ‘n effektiewe grondslag vir interpersoonlike kommunikasie
- **Opleidingshandleiding**:
  - Bevat alle inligting waarvan ‘n werknemer moet weet
- **Bulletinborde**:
  - Moet gereeld opgedateer word
  - Moet aantreklik lyk en nie ‘moeg’ (verouderd) voorkom nie
  - Bevat nuus, instruksies, foto’s
- **Huisjoernaal**:
  - Bevat verslae van die organisasie se bestuurders
  - Personeel se persoonlike nuus/suksesse
  - Doelstelling – versterk verhoudings tussen bestuurslede
  - Maandeliks gepubliseer – groot organisasies weekliks
- **Jaarlikse verslag aan personeel**:
  - Vereenvoudigde weergawe van jaarverslag
  - Stel dit aan alle werknemers beskikbaar
  - Bevat finansiële status/operasionele ontwikkeling
  - Toekomstige planne, sosiale betrokkenheid, opleidingsprogramme
- **Vergaderings**:
  - Verleen direkte interpersoonlike interaksie met ‘n vry uitruiling van inligting
  - Bespreek enige relevante sake
- **Seminare**:
  - Uitruiling van inligting tussen bestuur en toesighouers is nuttig
    Bv. uitruiling tussen bemarkings- en skakelwese personeel rakende bemarkingsnavorsing
- **Voorstelkassie**:
  Werknemers word uitgenooi om voorstelle bv. Verhoogde produktiwiteit, besparing van koste, ens. te pos
  - Op ‘n prominente posisie
- **Riemtelegramme/Hoorsê**:
  - Informele kommunikasie
  - Mag konstruktief of destruktief gebruik word
- **Geslotebaantelevisie**:
  - Gebruik gedurende opleiding/induksie/oopdae
- **Leesrakke**:
  - Organisasie van boekies, brosjures, pamflette
  - Nie duur nie
- **Videos, skyfies en films**:
  - Gebruik in opleiding/induksieprogramme
  - In verband met dienste, produkte, veiligheid, prosedures, voordele
  - Sommige maatskappye lewer ‘n personeelvideo asook ‘n personeeljoernaal

(Enige relevante 5 × 2)(10)

2.6
- Beheer
- Gelykstelling ('Equalitarian')
- Struktureel
- Dinamies
- Laat varing/Opgewing
- Onttrekking (Enige 5 × 1) (5)

2.7
- Openlikheid
- Aktiewe gehoorvaardighede
- Integriteit
- Objektiwiteit
- Geduld
- Ondervinding
- Voorbereid
- Vrymoedig
- Respekvol/diplomaties
- Artikuleer
- Dapper
- Direk
- Opmerksaam
- Nie emosioneel nie/onbewoë (Enige 5 × 1) (5)

[50]

VRAAG 3

3.1 Vyf verskille in kruiskulturele kommunikasie (1 punt vir benaming en 1 vir toepassing – enige redelike beskrywing)

Liggaamshouding✓
- Westers – staan om respek te betoon
- Afrika – sit om respek te betoon
- Oosters – buig
- Enige relevante voorbeeld

Handgebare✓
- Ekstensief gebruik in Suid-Europa/Midde-Ooste
- Wes-Europeërs is meer konserwatief
- Enige relevante voorbeeld

Gesigsuitdrukkings ✓
- Glimlag – Japannese gebruik dit om gevoelens te verberg
- Weste – toon blydskap
- Afrika – kan verwondering, verleentheid, verrassing uitdruk
- Enige relevante voorbeeld

Oogkontak✓
- Weste – geen oogkontak weerspieël oneerlikheid
- Afrika – geem oogkontak toon respek
- Enige relevante voorbeeld (10)

Liggaamskontak ✓
- Gedefinieer volgens kultuur
- Uit plek uit – word beskou as beledigend
- Arabiere, Jode en Oos-Europeërs hou van aanraking
- Engelse, Duitsers, Noord-Europeërs en Asiërs hou nie van liggaams-aanraking nie
- Enige relevante voorbeeld

Persoonlike ruimte✓
- Verskil per kultuur
- Amerikaners/Afrikane nader as Britte
- Enige relevante voorbeeld

(Enige 5 × 2)

3.2
- Arriveer vroeg, betyds vir grimering.
- Moenie dun strepe of die kleur rooi dra nie. Dit 'bloei' op die skerm.
- Haal van die maag af asem om te ontspan en om die stem te verdiep.
- Jy moet die feite op jou vingerpunte hê, maar moenie oorrepeteer nie.
- Kyk die ondervraer in die oë en moenie na die kamera kyk nie. (5 × 2) (10)

3.3 **Die aard van die produk/diens** – Elkeen sal 'n spesifieke medium nodig hê om die teikengehore te bereik.
Die aard van die teikengehoor – Gedefinieer deur geslag, taal, ouderdom, inkomste, 'LSM', ens.
Medium gebruik deur die teikengehoor – Koste is hier 'n belangrike faktor.. Dit is die koste van die medium na die teikengehoor. Nie almal besit televisiestelle nie.
Die reikafstand van die medium – Dit verwys na die aantal teikengehore wat die besondere medium lees of daarna kyk.
Die frekwensie van die medium – hoe dikwels word dit gepubliseer/vertoon?
Tydreëling – 'n Lys van spesiale aanbiedinge en spertye vir die jaar word deur die media voorsien. 'n Persvrystelling, byvoorbeeld, moet drie maande vooruit aan tydskrifte gestuur word. (Enige 5 × 2) (10)

3.4
- **Menslike belangstelling –** Menslike belangstelling trek aandag na 'n foto.
- **Aksie** – Aksie dra by tot belangstelling in 'n foto.
- **Toon die voorwerp in gebruik** – as dit 'n foto van 'n nuwe drukker is, toon sy werking.
- **Stel unieke skote op** – Dink aan unieke maniere om jou storie te vertel.
- **Helderheid van fokus** – Die foto moet skerp in fokus wees. Baie van die skerpheid gaan verlore wanneer die foto vir 'n nuusblad gereproduseer word.
- **Maak seker van die soort foto's wat benodig word** – Verskillende redakteurs vereis verskillende tipes foto's. Sommiges verkies swart en wit terwyl andere weer kleur verkies. (Enige 5 × 2) (10)

3.5

GLANSARTIKEL	NUUSARTIKEL
• Bepland en nagevors • Geskryf rondom 'n tema • Geskryf deur 'n kundige in die onderwerp • Kan opgedra word • Gewoonlik langer • Byna altyd eksklusief • Skrywer se naam word gepubliseer • Eerste paragraaf bevat nie al die inligting nie • Beskrywende taalgebruik • Permanente aard (Enige VYF)	• Kan beplande of sagte nuus wees • Geskryf deur 'n joernalis • Joernaliste word aangesê wat om te skryf • Bevat slegs essensiële nuus • Mag in meer as een publikasie gepubliseer word • Skrywer se naam word nie gepubliseer nie • Eerste paragraaf bevat al die inligting • Kort en beknopte taal • Kortstondig (Enige VYF)

(10)
[50]

VRAAG 4

4.1
- Gesamentlike profiel
- Finansiële hoogtepuinte
- Gesamenlike doelwitte
- Groepstruktuur
- Direkteur en bestuursprofiele
- Voorsitter se verklaring
- Oorsig oor departemente
- Analise van aandeelhouers/Finansiële opsomming/oorsig
- Direkteur se verslae
- Kennisgewing van algemene jaarvergadering (10)

4.2 4.2.1 **Borgskap** – 'n Uitruiling tussen 'n organisasie en 'n entiteit. Die maatskappy verwag publisiteit in ruil vir finansiële ondersteuning. (2)

4.2.2 **Donasie** – Geld wat om 'n rede geskenk word sonder enige verwagting van 'n opbrengs. (2)

4.3
- Plaaslike rade is bekommerd oor die aktiwiteite van organisasies in hulle areas, hulle beplanningsaansoeke, besoedeling en of hulle veiligheid, gesondheid en gewigte en metingsregulasies nakom.
- Die sentrale regering passeer wette wat die maatskappy, invoer en uitvoer, buitelandse valuta, patente, ens. beïnvloed..
- Die regering se positiewe onderskrywing dra tot die organisatoriese beeld by. (3)

4.4 Eerlikheid
Empatie
Welwillendheid
Behulpsaamheid (Enige 3 × 1) (3)

4.5
- Trek 'n lys op van met wie jy wil kommunikeer.
- Stuur altyd 'n mediavrystelling aan die relevante redakteur.
- Skryf 'n aantal verskillende nuusvrystellings vir verskillende publikasies.
- Redakteurs soek vars, nuuswaardige artikels.
- Redakteurs weerstaan proppe wat as advertensies vir die maatskappy maskereer.
- As jy dieselfde inligting aan verskeie nuusblaaie stuur, word die verskillende invalshoeke wat elkeen kan neem, aanbeveel.
- Besluit wie die belangrikste teikengehoor vir die spesifieke storie/berig is.
- Al die inligting wat verstrek word, moet betroubaar en feitelik wees.
- Moet nooit 'n respons van 'geen kommentaar' lewer wanneer jy deur verslaggewers genader word nie.
- Stuur enige nuus wat relevant is aan die pertinente redakteur/verslaggewer, selfs al het dit niks met jou maatskappy te doen nie.

(Enige 5 × 2) (10)

4.6
- Samevattende opdragte aan die ontwerper – Die praktisyn moet hand aan hand met die ontwerper werk. Vra ook om 'n portefeulje van die ontwerper se werk te sien. Vind 'n ontwerper wie se styl/gevoelsuiting in ooreenstemming met jou opdrag van die HUB is.
- Navorsing – Voer onderhoud met die sleutelpersoneel om uit te vind wat die maatskappy se missie, visie, beleide en doelstellings is. Identifiseer die organisatoriese identiteit van mededingers. Stel die verskillende gebruike van die logo vas.
- Besluit op 'n ontwerp – Die ontwerpmaatskappy sal verskillende opsies aan sleutelpersoneel voorlê. Dit is belangrik dat elkeen vry voel om sy/haar mening te lug en indien nodig, om die voorgestelde ontwerp te hersien. Hoe meer mense oor 'n ontwerp saamstem, hoe beter.
- Samestelling van 'n handleiding – Dit is 'n handleiding wat presies sê hoe die logo gebruik moet word. Dit is belangrik dat dieselfde korporatiewe identiteit dwarsdeur die organisasie gehandhaaf word.
- Implementering – Personeel word van die nuwe korporatiewe identiteit in kennis gestel.

(5 × 2) (10)

4.7
- Aard van die produk
- Verrigting van die produkte
- Aanvaarbaar vir teikengehoor
- Verpakking
- Buigsaamheid/dinamisme
- Prysvasstellingsbeleid
- Waarde vir geld aangebied
- Begroting of eksklusiwiteit
- Advertering
- Verkoopspromosie aktiwiteite
- 'PR' aktiwiteite
- Aksie van oorsese land van oorsprong en tuisland
- Nasionale en internasionale organisasies
- Grootte van die onderneming
- Tipe plek ('venue') – perseel
- Lewering van diens
- Veiligheid van 'venue'
- Arbeidsverhoudinge

(Enige 10 × 1) (10)

[50]

GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou