higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N5

7 JUNIE 2019

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1 A **Definieer die situasie/situasie-ontleding**

- Vrouemaand-ontbyt
- Enige venue kan gebruik word
- Die organiseerder moet aangedui word (Kollege)
- Die datum/tyd wanneer die funksie plaasvind (Enige datum in Augustus)
- Dit is 'n eenmalige geleentheid (5)

B **Stel doelwitte**

- Om vrouens te vereer
- Om vrouens se bydrae te erken
- Om vrouens te inspireer om suksesvol te word
- Enige redelike doelwit (2)

C **Identifiseer belanghebbendes/teikengroep**

- Kollege
- Vroulike werknemers
- Vroulike studente
- Gassprekers
- Borge
- Besighede en nywerhede
- Gemeenskap
- Regering
- Enige redelike belanghebbende (4)

D **Ontwikkel die boodskap**

Enige redelike antwoord (2)

E **Plan van aksie/aktiwiteite**

- Druk van promosiemateriaal (programme & kaartjies)
- Versierings
- Toesprake
- Advertering in media
- Spesiale gaste by geleentheid
- Spyseniers
- Enige gepaste promosie-aktiwiteite (5)

F **Stel begroting vas**

- Arbeid
- Reiskoste
- Administratiewe koste
- Bokoste
- Huurkoste – venues vir funksies
- Promosiekoste – persverklarings, druk van promosiemateriaal, 10% gebeurlikheid (4)

Kopiereg voorbehou

G **Terugvoer en evaluering**
- Omvang van publisiteit
- Algemene terugvoer
- Opbrengs van radio- en televisie-uitsending
- Bywoning
- Enige redelike terugvoer en evaluering

(4)

Opskrifte (7 × 2) (14)

1.2
- Gebrek aan persoonlike kontak
- Mediavloed
- Multikulturalisme
- Opkoms van vakbonde
- Kompetisie (5)

1.3
- Skep en verbetering van die maatskappy se beeld
- Verbeter vlakke van begrip tussen alle betrokkenes
- Bevorder goeie gesindhede, vertroue en ondersteuning
- Verbreed die invloedsfeer van 'n organisasie
- Ontleed toekomstige tendense en voorspel gevolge (5)

[50]

VRAAG 2

2.1
- Dit is belangrik dat besoekers aan 'n maatskappy hoflik behandel word
- Dit geld vir alle personeel, nie net voorste-linie personeel nie
- Besoekers kan kliënte, verteenwoordigers of persoonlike besoekers wees
- Lig ontvangs in dat jy 'n besoeker verwag
- Ontvang die besoeker self en vra 'n sekretaresse om besoeker by ontvangs te ontmoet
- Bied besoekers verversings en iets om te lees aan as hulle moet wag
- Hou die deur oop vir die besoeker
- Staan op en skud hande
- Skud hande ná afloop van die vergadering
- Wanneer besoekers vertrek, vergesel hulle na buite
- Groet besoekers in die ontvangsarea
- Stuur besoekers na die regte kantore
- Moet besoekers nooit laat wag nie (Enige 10 × 1) (10)

2.2

- **Opleidingshandleiding:**
  Bevat alle inligting wat werknemer moet weet

- **Kennisgewingborde:**
  – Moet gereeld bygewerk word
  – Moet aantreklike wees en nie 'moeg' nie
  – Bevat nuus, instruksies, foto's

- **Personeelblad:**
  – Bevat verslae van die organisasie se bestuurders
  – Personeel se persoonlike nuus/prestasies
  – Oogmerk – versterk verhoudings tussen bestuur en personeel
  – Maandeliks gepubliseer – groot organisasies weekliks

- **Vergaderings:**
  – Maak direkte interpersoonlike interaksie met 'n vrye vloei van inligting moontlik
  – Bespreek enige tersaaklike kwessies

- **Seminare**:
  – Uitruil van inligting tussen bestuur en toesighouers is nuttig
  – Byvoorbeeld uitruiling tussen bemarking en OB-personeel aangaande marknavorsing

- **Video's, skyfies en films:**
  – Word gebruik in opleidings-/induksieprogramme
  – Met betrekking tot dienste, produkte, veiligheid, prosedures en voordele
  – Sekere maatskappye maak 'n personeelvideo en gee 'n personeelblad uit (Enige 5 × 2) (10)

2.3

- Erken die kliënt – groet hulle kalm en vriendelik
- Vra om verskoning – die kliënt wil 'n verskoning hê, of dit jou fout is of nie
- Verduidelik die situasie – vind presies uit wat die probleem is
- Aanvaar verantwoordelikheid – doeltreffende manier om 'n lojale kliënt te kry
- Wees taktvol – spaar die kliënt die verleentheid as dit sy/haar fout was
- Bevestig tevredenheid – maak seker dat die kliënt tevrede is met die onderlinge ooreenkoms
- Hou 'n joernaal by – dit sal help om te voorkom dat die probleem weer in die toekoms voorkom
- Bel die kliënt – as dit nodig is, bel die kliënt om seker te maak die produk is afgelewer of dat hulle tevrede is met die uitkoms (Enige 5 × 2) (10)

2.4

- Om bewustheid van die maatskappy se doelwitte te skep
- Om die werknemer te help om die pos en die maatskappy goed te ken
- Om hulle te help om te besef dat persoonlike en die maatskappy se sukses hand aan hand loop
- Om die werknemer te help besef dat hulle werk belangrik is
- Om bewustheid te skep dat die personeel ambassadeurs is
- Om seker te maak dat die personeel ten volle ingelig is oor alle ontwikkelings in die organisasie (5)

Kopiereg voorbehou

2.5 2.5.1 B
2.5.2 D
2.5.3 E
2.5.4 A
2.5.5 C

(5 × 1) (5)

2.6
- Beherende styl
- Egalitêre styl
- Strukturele styl
- Dinamiese styl
- Afstanddoenende styl
- Onttrekkende styl (6)

2.7
- 'n Persoonlike vergadering – die strydende partye kan 'n probleemoplossende vergadering hou om probleme te identifiseer en deur openlike bespreking op te los
- Uitbreiding van hulpbronne – as konflik veroorsaak word deur skaarsheid van hulpbronne
- Uitstryking ('smoothing') – minimering van verskille terwyl klem geplaas word op gemeenskaplike belange tussen die strydende partye
- Skikking – elke party gee iets van waarde prys
- Vermyding – word gebruik wanneer dit 'n nietige kwessie is of wanneer partye tyd nodig het om af te koel vóór 'n kwessie aangepak word.

(Enige 2 × 2) (4)
[50]

VRAAG 3

3.1
- Om te interesseer/amuseer – die meeste tydskrifte en sekere koerantartikels
- Om in te lig – koerantartikel oor VIGS-statistieke
- Om te stimuleer/beïndruk – om 'n BBP op 'n toer van die organisasie te neem
- Om te motiveer – om aan 'n NRO te skryf in die hoop om 'n skenking of borgskap te kry
- Om te dwing – om aan werknemers wat baie gesels te sê dat as hulle nie betyds klaarmaak nie, hulle oortyd sal moet werk
- Oortuig – om jou HUB te oortuig om jou toe te laat om 'n nuwe metode te beproef om die organisasie te promoveer (Enige 5 × 2) (10)

3.2
- Maatskappy se finansiële resultate
- Personeelveranderings op senior vlak
- Verkryging van groot bestellings
- Bekendstelling van nuwe produkte
- Groot wysigings van ou produkte
- Opening van 'n nuwe fabriek
- Vinnige of noodaflewering
- Verbeterde werkstoestande
- Fondsinsamelingsprojekte
- Gemeenskapsprojekte (Enige 5 × 1) (5)

Kopiereg voorbehou

3.3 3.3.1 Nuus waarvoor die meeste mense die koerant koop.✓ Vervat in eerste 4/5 bladsye✓ en dek kwessies soos rampe,✓ sporthoogtepunte,✓ politieke gebeure,✓ skandale,✓ oorlog✓ of BBP troues.✓ (Enige 2 × 1) (2)

3.3.2 Artikels wat gewoonlik minder emosionele inhoud en impak het.✓ Geneig om hoofsaaklik plaaslike nuus te wees,✓ byvoorbeeld opening van kompleks,✓ mensgerig,✓ diergerig,✓ fondsinsameling.✓ (Enige 2 × 1) (2)

3.3.3 Glansartikels ✓ en die uitslae van studie✓ (Enige EEN) (1)

3.4
- Gedrukte media
- Oudiovisuele media
- Oudio media
- Elektroniese media
- Buitelugmedia (Enige 4 × 1) (4)

3.5
- Persreklame
- Interne publikasies (blaaie, nuusbriewe, jaarverslae, pamflette en brosjures)
- Opleiding
- Aanbiedings
- Advertensies
- Uitstallings
- Geskenke
- Rekords (Enige 6 × 1) (6)

3.6
- 'n Program van gebeure met tydskedules
- 'n Transkripsie van die HUB se toespraak indien geskeduleer is
- 'n Volledige lys van alle deelnemers en biografiese agtergrond van hoofde
- Visuele materiaal soos goeie gehalte drukwerk wat duidelik gemerk moet wees
- Langer, algemene nuusstorie wat agtergrondinligting gee
- Twee of drie hoofstories vir die gedrukte media
- 'n Bladsy met tersaaklike feite wat gewoonlik by kopie ingesluit word of as vullers gebruik word
- Brosjures oor die funksie of organisasie (Enige 5 × 2) (10)

3.7
- Die korporatiewe profiel
- Finansiële hoogtepunte
- Korporatiewe doelwitte
- Groepstruktuur
- Direkteure se profiele
- Voorsitter se verklaring
- Hersiening van afdelings
- Ontleding van aandeelhouers
- Direkteursverslag
- Kennisgewing van Algemene Jaarvergadering (10)

[50]

VRAAG 4

4.1 4.1.1
- Hulle bepaal die langtermyn toekoms van die maatskappy.
- Goeie diens lei tot kliënte se lojaliteit.
- Kliënte sal in die toekoms op dieselfde handelsmerk aandring as hulle tevrede is.
- Verbruikers vorm magtige groepe wêreldwyd. (4)

4.1.2
- Verskaffers sal produkte en dienste verskaf wat 'n organisasie nodig het.
- Die goedere wat verskaf word, moet van 'n hoë kwaliteit wees, gereeld verskaf word en betyds wees. (2)

4.1.3
- Plaaslike rade is bekommerd oor die aktiwiteite van organisasies in hulle areas, hulle beplanningsaansoeke, die besoedeling wat hulle veroorsaak en of hulle die onderskeie regulasies oor veiligheid, higiëne en mate en gewigte nakom.
- Die sentrale regering voer wette deur wat die maatskappy beïnvloed.
- Die regering se positiewe onderskrywing dra by tot die organisasie se beeld. (3)

4.1.4
- Die media is die poort na jou ander teikengehore.
- Hulle is waarskynlik die belangrikste teikengehoor.
- Die media en organisasie deel 'n verhouding van onderlinge afhanklikheid.
- Die media het vars, nuuswaardige stories nodig en die organisasie het reklame nodig. (4)

4.1.5
- Aandeelhouers verskaf kapitaal wat die maatskappy nodig het.
- Die maatskappy tree op as rentmeester teenoor die belanghebbendes. (2)

4.2
- Eerlikheid
- Empatie
- Hoflikheid
- Behulpsaamheid
- Goedgesindheid
- Professionalisme
- Betroubaarheid (Enige 5 × 1) (5)

4.3
- Lig die ontwerper in – die OB-praktisyn ontwerp nie die logo nie, maar werk hand aan hand met die ontwerper
- Navorsing – voer onderhoud met sleutelpersoneel om vas te stel wat maatskappy se missie, visie, produkte, beleide en doelwitte is. Identifiseer die identiteit van die organisasie se mededingers.
- Besluit op 'n ontwerp – bied verskeie opsies aan vir sleutelpersoneel. Almal moet die vrymoedigheid hê om hulle menings te lug.
- Opstel van handleiding – noem presies hoe logo gebruik moet word.
- Implementering – alle personeel moet ingelig word oor die nuwe korporatiewe identiteit. (5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

4.4
- Aard van die produk
- Prestasie van produkte
- Aanvaarbaar vir teikengehoor
- Verpakking
- Buigsaamheid/dinamika
- Prysingsbeleid
- Waarde vir geld aangebied
- Begroting of bomark
- Advertering
- Verkoopspromosie-aktiwiteite
- OB-aktiwiteite
- Aksie van oorsese moedermaatskappy en land van herkoms
- Nasionale of internasionale organisasies
- Grootte van die onderneming
- Tipe venue – perseel
- Lewering van dienste
- Veiligheid van venues
- Arbeidsbetrekkinge (Enige 10 × 1) (10)

4.5
- Verbruikers sal organisasies met 'n goeie reputasie ondersteun. Hulle vertrou maatskappye wat geld-terug waarborge aanbied en maatskappye met 'n uitgebreide verantwoordelikheidsprogram.
- Verbruikers sal meer waarskynlik meer betaal en nuwe produkte by 'n vertroude maatskappy koop.
- Aandeelhouers sal belê in 'n maatskappy met 'n goeie reputasie.
- Banke en verskaffers sal krediet toestaan aan 'n maatskappy met 'n goeie beeld.
- Werknemers sal werksbevrediging ervaar. Dit lei tot groter produktiwiteit, beter diensoriëntasie en uiteindelik groter winste.
- Die ekonomie sal gestimuleer word en werk sal geskep word. (Enige 5 × 2) (10)

[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou