higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N5

7 Junie 2021

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1
- Korporatiewe profiel
- Finansiële hoogtepunte
- Korporatiewe doelwitte
- Groepstruktuur
- Direkteursprofiele
- Voorsittersverklaring
- Departementele oorsig
- Ontleding van belanghebbers
- Direkteursverslag
- Kennisgewing van jaarvergaderings (10)

1.2
- Aard van produk of diens
- Aard van teikenmark
- Medium gebruik deur teikenmark
- Reikwydte van medium
- Gereeldheid van medium
- Opleiding (Enige 5 × 1) (5)

1.3

HOOFARTIKEL	NUUSARTIKEL
• Beplan en nagevors • Geskryf oor 'n tema • Geskryf deur kenner • Kan in opgedrag wees • Gewoonlik langer • Feitlik altyd eksklusief • Vergesel van skrywer se naam • Nie alle inligting in eerste paragraaf • Beskrywende taal • Permanent van aard (Enige VYF)	• Kan beplande nuus wees, harde of sagte nuus • Beskrywing van feite • Geskryf deur joernaliste of kenners • Joernaliste kry opdrag van redakteur • Bevat slegs noodsaaklike nuus • Kan in meer as een publikasie verskyn • Skrywer se naam gewoonlik nie gepubliseer nie • Eerste paragraaf bevat noodsaaklike inligting • Kort en bondige taal • Kort lewensduur (Enige VYF)

(5 + 5) (10)

1.4
1.4.1 Darum waarop kopie vir publikasie ingegee moet word
1.4.2 Woorde van persverklaring/artikel
1.4.3 Getal lesers van koerante of tydskrifte
1.4.4 Opdrag om storie nie te druk/vry te stel voor 'n sekere tyd/datum nie
1.4.5 Getal koerant of tydskrifte verkoop
(Enige relevante verduideliking) (5 × 2) (10)

1.5
- Kolomme vir redakteur nie voorsien
- Logo met adres en telefoonnommers nie ingevoeg
- Vetgedrukte opskif wat mediavrystelling identifiseer, ontbreek
- Geen spasie vir redakteur om aanmerkings te skryf (dubbelspasiëring)
- Interessante feite nie van liggaam van teks geskei nie
- Besonderhede van kontakpersoon nie beskikbaar (Enige relevante 5 × 2) (10)

1.6
- Menslike kant – trek aandag na foto
- Aksie – bring belangstelling na foto
- Wys gebruik van voorwerp – indien produk, wys hoe dit gebruik word
- Stel unieke foto's saam – dink aan unieke maniere om storie te vertel
- Duidelike fokus – foto moet skerp en in fokus wees
- Maak seker van soort foto's wat nodig is – kleur of swart-en-wit

(Enige relevante 5 × 1) (5)
[50]

VRAAG 2

2.1

INTERN	EKSTERN
• Werksjoernaal • Nuusbrief • Jaarverslag van personeel • Intranet • E-posse (Enige relevante VYF)	• Plaaslike/Nasionale koerante • Televisie • Radio • Spesialiteitstydskrifte • Joernale – professioneel • Algemene tydskrifte • Bylaes • Korporatiewe advertensies • Regstreekse pos • Jaarverslae • Pamflette en brosjures • Internetwebwerwe • E-pos (Enige relevante VYF)

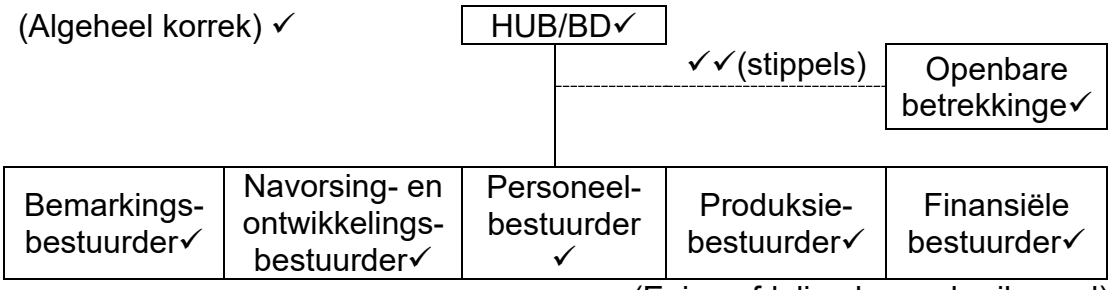
(5 + 5) (10)

2.2
- Klante en kliënte✓ koop goedere en dienste. Organisasies het klante nodig om te bestaan en moet in voeling met hulle behoeftes bly✓
- Media✓ is OSP se lewensinkomste en ontvang betyds eerlike en nuuswaardige vrystellings vir publikasie✓
- Plaaslike gemeenskap✓ kan druk op plaaslike owerheid plaas om aanlegte weens geraas en besoedeling te sluit✓
- Verskaffers✓ verskaf organisasies met grondstowwe en dienste soos krag, vervoer, telefone, professionele dienste, drukwerk, veiligheid, spyseniering en skoonmaakfasiliteite✓
- Middelman✓ nodig vir maatskappye om goedere en dienste te verkoop en hierdie bron van terugvoer om inligting oor klante se houding teenoor die maatskappy te verskaf moet nie verwaarloos word nie✓
- Regering✓ maak wette wat 'n raamwerk verskaf waarby elke organisasie moet bly✓
- Finansiële publiek✓ belê geld in maatskappy wat aandeelhouers se belangstelling aanwakker om die maatskappy se beeld te verbeter en selfvertroue te vermeerder✓ (Enige relevante 5 × 2) (10)

2.3
- Bestuur✓ – versigtig beheer, nie aan toeval oorgelaat nie✓
- Deur kommunikasie✓ – openbare skakelweseproses van kommunikasie✓
- Van persepsies en✓ – persepsies is net so belangrik soos werklikheid, indien nie meer belangrik nie✓
- Strategiese verhoudings✓ – OS fokus op belangrike verhoudings met teikengehore✓
- Tussen 'n organisasie en sy interne en eksterne aandeelhouers✓– dié wat materieel betrokke is by die organisasie se welstand✓ (5 × 2) (10)

2.4

(Algeheel korrek) ✓



(Enige afdeling kan gebruik word) (10)

2.5
- Internet✓ – meeste inligting beskikbaar op webwerwe deur goeie soekenjins te gebruik✓
  OSASA – algemene inligtinsbron met ook 'n bron wat deur lede besoek kan word
  Koerante – gepubliseer op internet met buitelandse en plaaslike nuus
  Webwerwe met telefoon- en faksnommers en e-posadresse van werknemers/afdelings
  Jaarverslae, besigheidsriglyne en invoer-/uitvoerinligting op internet
  (Enige EEN verduideliking)
- Encarta:✓ Aanlynensiklopedie wat op sleutelwoorde reageer✓
- Ander sagteware:✓ Spelling- en grammatikaprogramme is deel van sommige sagteware✓
- Koerantbiblioteke:✓ Knipsels van nuusstories alfabeties en chronologies gerangskik✓
- Inligtingsburo:✓ Brosjures oor plaaslike attraksies, produkte waarin toeriste kan belangstel, kaarte✓
- Poskantoor:✓ Witbladsye gee inligting oor telefoon- en faksnommers, kodes en tydsones✓
- Biblioteke:✓ SA Jaarboek word elke jaar gepubliseer met feite en statistieke✓
- SARAD:✓ Bevat data nodig vir plasing van advertensies✓
- Media:✓ Elke medium verskaf psigografiese profiel van lesers op versoek. Verskaf ook tariefkaart sou iemand korporatiewe advertensies wou plaas✓
- Inwonersburo/Noodlyn:✓ Verwys navraer na geskikte agentskap✓

(Enige relevante 5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Beeld wat organisasie wil voorhou. Visuele identiteit van maatskappy met logo's, slagspreuke, tipografie en kleur (2)

3.1.2 Publiek se gevoel oor maatskappy – dit kan dieselfde wees as wat die maatskappy wil voorhou, maar kan ook verskil (2)

3.2
- Skryfbehoeftes
- Literatuur
- Vervoer
- Verpakkingsmateriaal
- Argitektuur
- Tekens
- Bemarking en verkope
- Werknemerverhoudings
- Eetgerei
- Bedryfsmateriaal
- Klere
- Geskenke (Enige relevante 10 × 1) (10)

3.3
- Aard van produk
- Prestasie van produk
- Aanvaarbaar vir teikenmark
- Verpakking
- Buigsaamheid/Dinamika
- Prysbeleid
- Waarde vir geld
- Begroting of vir hoër inkomstegroep
- Advertensie
- Verkoopspromosiebedrywighede
- OS-aktiwiteite
- Aksie van buitelandse moedermaatskappy en tuismaatskappy
- Nasionale of internasionale organisasie
- Grootte van onderneming
- Soort vergaderplek
- Dienslewering
- Veiligheid van vergaderplek
- Arbeidsverhoudinge (Enige relevante 6 × 1) (6)

3.4
- Verbruikers benut organisasies met 'n goeie reputasie
- Verbruikers geneig om betroubare maatskappye meer te betaal en nuwe produkte van hulle te koop
- Aandeelhouers belê in maatskappy met goeie reputasie
- Banke en verskaffers gee krediet vir maatskappy met goeie beeld
- Wernemers ervaar werkbevrediging wat tot groter produktiwiteit lei
- Ekonomie gestimuleer en werke geskep (Enige relevante 5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

3.5
- Stuur mediavrystelling aan relevante redakteur, nooit aan spesifieke medium nie
- Skryf verskillende nuusvrystellings vir verskillende publikasies
- Vars en nuuswaardige artikels verkieslik
- Geen versteekte advertensies oor maatskappy. Skryf artikel oor onderwerpe, nie produkte nie
- Gebruik verskillende uitgangspunte vir dieselfde inligting aan verskillende koerante
- Gebruik belangrikste teikenmark vir spesifieke storie
- Bied dit eksklusief aan relevante redakteur
- Inligting moet waar en feitelik wees (Enige relevante 5 × 2) (10)

3.6 3.6.1
- Ruil tussen organisasie en entiteit
- Maatskappy verwag publisiteit in ruil vir finansiële ondersteuning
- Kontrak word geteken waarin duur van borgskap en hoeveelheid publisiteit verwag gestipuleer word (Enige 2 × 1) (2)

3.6.2
- Kry fondse vroegtydig – maatskappybegroting word vir jaar toegeken
- Bly in verbinding met borge – nooi hulle na ope dae, spesiale gebeurtenisse met foto's van NRO's se bedrywighede
- Stuur nuusbriewe met stories van mense wat die organisasie gehelp het
- Gee 'n klein geskenk as teken van waardering; SOS plekke van veiligheid vir kinders, stuur adresetikette aan borge

(Enige relevante 4 × 2) (8)

[50]

VRAAG 4

4.1
- Verseker dat werknemers gewaardeer voel as spanlede
- Bevorder begrip van probleme, behoeftes, pligte, verpligtinge en praktyke van bestuur
- Handhaaf 'n atmosfeer en metode wat bevorderlik is vir werklike tweerigtingkommunikasie
- Voorsien direkte kanaal vir werknemers en ook kanaal vir terugvoering

(Enige relevante 4 × 2) (8)

4.2
- Regstreeks – mees effektiewe manier om te kommunikeer omdat hindernisse uitgeskakel kan word. Geskik wanneer sensitiewe inligting oorgedra word
- Instellingsprogram ('Induction programne') – laat nuwe werknemers tuis voel. Bekendstelling aan kollegas by werk, inligting oor maatskappy, geskiedenis
- Aanlegtoere – help personeel verstaan wat maatskappy vervaardig
- Vergaderings en forums – werknemers en bestuur voel gemaklik om vrae te beantwoord wat aan hulle gestel word
- Bestuur- en toesighouerseminare – kort, intensiewe kursusse of werkmetodes bekend te stel en te bespreek
- Lokale-area netwerk (LAN) – Rekenaarnetwerk waaraan alle personeel gekoppel is
- Wye-area netwerk (WAN) – Dieselfde as LAN maar oor wyer area
- Telekonferensies – vergaderings op geslotekringtelevisie
- Openbare afkondigingstelsel – stel bestuur in staat om alle werknemers gelyktydig te bereik
- Video's – kommunikasie met werkers wat verkies om na video's te kyk liewer as om die nuusbrief te lees
- Instellingsboekies – reëls en voordele van organisasie verduidelik aan nuwe werknemers
- Verwysingsgidse – inligting oor groepversekering, mediese fondse, pensioenplanne en sosiale programme
- Institusionele literatuur – organisasiemissiestelling, aanbiedingsboeke en sosaiale verantwoordelikheidsprogramme
- Inligtingsrakke – by ontvangs met alle gedrukte organisasiemateriaal
- Muurkoerante – versprei nuus wat vinnig verouder. Sommige maatskappye gebruik dit om finansiële nuus aan alle werknemers te versprei
- Jaarlikse personeelverslae – verskil van jaarverslag in dié opsig dat hulle eenvoudiger is en finansiële besonderhede vereenvoudig aanbied
- Invoegings by salarisstrokies – boodskap met minimum koste vir maatskappy
- Voorstelle – houers in prominente plekke geplaas waarin personeel voorstelle kan plaas
- Bulletinborde – effektiefste word met kleefband in afdelings geskei en gereeld bygewerk (Enige relevante 6 × 2) (12)

4.3
4.3.1 Horisontale
4.3.2 Opwaartse
4.3.3 Diagonale
4.3.4 Afwaartse

(4 × 2) (8)

4.4
- Informeel – niks te doen met amptelike kommunikasie nie (2)

4.5
- Vermaak – algemene tydskrifte en koerantartikels
- Inlig/Opvoed – berigte or HIV, bekendstelling van nuwe beleid
- Stimuleer – BBP op besigtigingstoer van organisasie
- Motivering – probeer organisasie motiveer om geld te skenk
- Oorreding – om HUB te oorreed om organisasie op nuwe manier te bevorder
- Konflikoplossing – probleemoplossing tussen twee personeellede
- Opbou van verhoudings – byeenkoms om nuwe werknemers bekend te stel (Enige aanvaarbare 5 × 2) (10)

4.6
- Beheerstyl – leier maak alle besluite en sê aan ondergeskiktes wat gedoen moet word. Gebruik organisasie asook posisie van gesag en ekonomiese vergoedings om hulle te laat presteer
- Egalistiese styl – beklemtoon werknemerdeelname in probleemoplossing. Ondergeskiktes word geraadpleeg en mag besluitnemingsproses beïnvloed
- Strukturele styl – sistematiese kommunikasiestyl volgens reëls om 'n struktuur vir doelgerigte optrede te verskaf
- Dinamiese styl – neig om reguit en presies te wees, met duidelike riglyne met die doelstelling om ander tot aksie oor te haal
- Afstanddoeningstyl – afstanddoening van die segsman se menings
- Terugtrekkingstyl – segsman probeer om nie 'n mening uit te spreek nie en neem 'n neutrale standpunt in (Enige 5 × 2) (10)

[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou