higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

# NASIENRIGLYN

## NASIONALE SERTIFIKAAT

## OPENBARE SKAKELWESE N5

## 26 NOVEMBER 2018

**Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.**

Kopiereg voorbehou

## VRAAG 1

2 punte vir opskrif (in korrekte volgorde) + 26 punte soos aangedui.

1 A Definieer die situasie/ situasionele analise✓✓
- Hierdie is 'n eenmalige projek om die studente in kennis te stel oor die nuwe beleid.
- Studente moet aandui waar die aktiwiteit plaasvind
- Valsbaai Kollege moet aangedui word en ook
- Wanneer die voorgestelde aktiwiteit gaan plaasvind (4 + 2) (6)

B Stel doelwitte✓✓
- Om te verseker dat studente bewus is van die nuwe beleid
- Om studente in kennis te stel van die nuwe jaarpunt vereiste
- Om studente in kennis te stel van die 80% bywoningsvereiste

(Enige relevante antwoord) (3 + 2) (5)

C Identifiseer belanghebbendes/ teikengroep ✓✓
- Werknemers
- Studente
- Werknemers
- Sprekers
- Gemeenskap
- Staatsamptenare (Enige relevante antwoord) (3 + 2) (5)

D Ontwikkel die boodskap✓✓
Enige redelike antwoord

E Plan van aksie/ aktiwiteite✓✓
- Druk van die beleide
- Voorbereiding van die lokaal
- Opstel van die klankstelsel
- Voorlegging aan die studente
- Gassprekers/ motiveringsprekers
- Sekuriteit
- Spyseniering (Enige geskikte promosie-aktiwiteite) (6 + 2) (8)

F Bepaal begroting✓✓
- Arbeidskoste
- Adminkoste
- Drukkoste
- Algemenekoste
- Promosiekoste
- Huur van die lokaal
- 10% gebeurlikheid (Enige relevante antwoord) (6 + 2) (8)

G Terugvoer en evaluering✓✓
- Hoeveelheid publisiteit
- Algemene terugvoer
- Radio en televisie uitsending opbrengste
- Bywoning
- Toename in studente bywoning
- Navrae (6 + 2) (8)

1.2
- Beplanning van OS programme/ projekte
- Verhoudings
- Skryf en redigering
- Produksie
- Praat (Speaking)
- Navorsing
- Spesiale geleenthede (Enige 5 × 1) (5)

1.3
- VIGS bewustheid
- Veilige behuising
- Omgewingsbewustheid
- Entrepreneuriese beeld
- Verhoudings
- Misdaad voorkoming
- Onderwys (Enige 5 × 1) (5)

**[50]**

## VRAAG 2

2.1
- Bevorder ‘n selfhelp kultuur aangesien mense mekaar help
- Funksioneer as ‘n ondersteuningstelsel waar mense vaardighede deel
- Voorsien professionele kontakte, rolmodelle
- Voorsien inligting oor geleenthede, opleiding en hulpbronne
- Skep ‘n gevoel dat ‘n persoon behoort
- Verhoog individuele blootstelling
- Lede ruil nuttige kennis en idees uit (Enige 5 × 2) (10)

2.2
- Effektiewe skryfvaardighede (briewe, berigte)
- Goeie oorredings en taalkundige vaardighede
- Vaardighede vir effektiewe probleemoplossing
- Effektiewe besluitnemingsvaardighede
- Goeie interpersoonlike vaardighede
- Hoogsontwikkelde organisatoriese vaardighede (Enige 5 × 1) (5)

2.3
- Erken die student, wees kalm en vriendelik
- Apologie
- Kry duidelikheid ten opsigte van die probleem/ vind uit of dit geldig is
- Neem verantwoordelikheid vir aksies en probeer verwagtinge en meer bereik
- Hanteer dit met takt indien dit die student se fout was
- Maak seker dat die student gelukkig is
- Hou 'n joernaal – dit sal help dat die probleem nie weer sal voorkom nie.
- Maak opvolg oproep – indien nodig
- Luister na student – moet hom/haar nie in die rede val nie
- Vind presies uit wat die student wil hê (Enige 5 × 1) (5)

2.4
- Inlywingsprogramme
- Handleidings vir opleiding
- Kennisgewingborde
- Huisjoernale
- Jaarlikse verslae
- Vergadering en forum bespreking
- Seminare
- Voorstelskemas
- Grapevine
- Video, skyfies of films
- Leestafels
- Geslote baan televisie
- Kennisgewingborde
- Produk uitstallings
- Luidspreker stelsel
- Opedae
- Dienstoekennings
- Sosiale funksies
- Biljette
- Inligtingstaanders
- Telekonferensie (Enige 5 × 1) (5)

2.5
- Om bewustheid van die maatskappy se doelwitte te skep
- Om werknemers te help om bekend te raak met die werk en maatskappy
- Om te help besef dat persoonlike sukses en die maatskappy se sukses saamgebind is.
- Om werknemers te help besef dat hul werk belangrik is aangesien die produkte of dienste wat die maatskappy lewer voordelig is vir die samelewing en dus produktiwiteit verhoog
- Om bewustheid te skep dat personeel beide tydens en buite werksure ambassadeurs is.
- Om te verseker dat die personeel ten volle ingelig is oor al die ontwikkelings in die organisasie. (Enige 5 × 2) (10)

2.6
- Die gebruik van eenvoudige, duidelike taal
- Ken u teikengehoor
- Kies die toepaslike kommunikasie hulpmiddel
- Verkry terugvoer
- Wees sensitief teenoor kulturele agtergronde (5)

2.7 2.7.1 'n Sekretaresse wat 'n verslag aan 'n bestuurder buite haar departement indien.

2.7.2 Twee sekretaresses wat inligting oor 'n vergadering, wat gehou moet word, deel.

2.7.3 'n Werknemer wat 'n verslag by sy bestuurder indien.

2.7.4 'n Bestuurder wat sy werknemers opdrag gee om 'n vergadering by te woon.

2.7.5 Twee kollegas wat die sport resultate by die waterverkoeler bespreek.

(Enige toepaslike voorbeeld) (5 × 2) (10)
**[50]**

## VRAAG 3

3.1 Liggaamspostuur✓ (✓vir noem en ✓✓ vir voorbeelde)
- Westers – staan om respek te betoon
- Afrikaner – sit om respek te betoon
- Ooste – buig

Handgebare✓
- Word breedvoerig gebruik in Suid-Europa/ Midde-Ooste
- Wes-Europeërs meer konserwatief

Gesigsuitdrukkings✓
- Glimlag – Japanese gebruik om gevoelens te masker
- Weste – toon geluk
- Afrika – kan bewondering wys, verleentheid, verrassing

Oogkontak✓
- Weste – geen kontak impliseer oneerlikheid
- Afrikaner– toon respek

Persoonlike spasie✓
- Verskil volgens kultuur
- Amerikaners/ Afrikaner nader as Britte

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

(Enige 5 × 3) (15)

3.2
- Praat in ‘n natuurlike toon
- Praat duidelik
- Moenie vinnig praat nie
- Verander tempo deur pouses te vat en jou toespraak te verleng
- Hou ‘n ‘glimlag’ op jou gesig
- ‘n Stem met ‘n hoë toonhoogte is skril en onaangenaam, ‘n laer toonhoogte is meer hoorbaar

(Enige 5 × 1) (5)

3.3
- Vroue – Sarie, Rooi Rose, Fair lady, Cosmopolitan, Marie Claire
- Mans – GQ, FHM
- Jeug– Talk, YoungTime, Top 40
- Finansieel– Financial Mail, Financial Week, Finansies en Tegniek
- Boere– Farmers Weekly, Landbou Weekblad
- Vermaak– VideoScene, Top 40 Music
- Professioneel – Career Success, Management Today
- Stokperdjie entoesias– enige toepaslike titel (Enige 5 × 2) (10)

3.4
- Die aard van die produk/ diens
- Die aard van die teikengehoor
- Die medium wat deur die teikengehoor gebruik is
- Die reik van die medium
- Die frekwensie van die medium
- Tydsberekening (6)

3.5
- Gedrukte media
- Oudiovisuele media (multimedia)
- Klankmedia
- Elektroniese media
- Buitelugmedia (Enige 4 × 1) (4)

3.6
- Papier grootte – wit A4
- Opskrifte – duidelik gemerkte persverklaring
- Titel – CAPS- tik in hoofletters
- Spasie – 40mm tussen die opskrif en titel
- Onderstreping – moet nie onderstreep nie
- Marges – ten minste 40m aan elke kant van die papier
- Spasiëring – dubbele lynspasiëring
- Een kant – tik slegs aan een kant
- Subopskrif – indien lank
- Cues – 'meer' onderaan elke relevante bladsy /EINDE op die laaste bladsy
- Aaneenlopende bladsye – nommer elke bladsy
- Name van mense – gebruik titels
- Embargo of tydlimiet – meld datum en rede. Datum van vrystelling.
- Huisstyl – bepaal en gebruik (Enige 5 × 2) (10)

**[50]**

## VRAAG 4

4.1
- Konferensie kamer moet vooraf voorberei word
- Perspakket met nodige inligting in omslagte geplaas
- Kies datum en tyd wat nie saam met ander belangrike nuus gebeurtenisse val nie
- Geskikte plek om betrokkenes te akkommodeer
- Bevestig ‘n dag vooruit met mediaverteenwoordigers
- Telefoniese of geskrewe uitnodigings aan die media moet ‘n week of twee vooruit gestuur word
- Tyd, tydslimiete of sperdatums moet in ag geneem word
- Kopieë van woordvoerder se toespraak moet beskikbaar gemaak word aan verteenwoordigers
- Identifikasie kaarte vir mediaverteenwoordigers moet voorberei word
- Verseker dat name en naamkaarte korrek gespel is
- Ter afsluiting – media verteenwoordigers kan maatskappy verteenwoordigers ontmoet (Enige 5 × 2) (10)

4.2
- Eerlikheid
- Empatie
- Hoflikheid
- Behulpsaamheid
- Welwillendheid
- Betroubaarheid
- Professionaliteit (Enige 4 × 1) (4)

4.3
- Stel ‘n lys op van die media met wie u sal kommunikeer.
- Stuur altyd ‘n mediaverklaring aan die betrokke redakteur.
- Skryf verskillende persverklarings vir verskillende publikasies.
- Redakteurs kyk vir vars, nuuswaardige artikels.
- Redakteurs weerstaan proppe. (‘Editors resist plugs.’)
- Indien u dieselfde inligting aan verskeie koerante stuur, stel verskillende benaderings voor.
- Besluit wie die belangrikste teikengehoor vir ‘n spesifieke storie is.
- Alle inligting moet waar en feitelik wees, anders sal daardie verteenwoordiger u nie vertrou nie.
- Moet nooit die stelling ‘geen kommentaar’ gebruik as u genader word deur joernaliste nie, mense sal die aanname maak dat u iets wegsteek.
- Stuur enige nuus wat relevant is aan die pertinente redakteur, selfs al het dit niks met u maatskappy te doen nie. (Enige 6 × 1) (6)

Kopiereg voorbehou 

4.4 4.4.1
- Kliënte bepaal die langtermyn toekoms van die maatskappy.
- Goeie diens lei tot verbruikerslojaliteit, 'n toename in markaandeel, hoër vlakke van verbruikersbevrediging en uiteindelik hoër winste.
- Tevrede verbruikers sal aandring op dieselfde handelsmerk in die toekoms.
- Verbruikers het wêreldwyd kragtige groepe gevorm. (3)

4.4.2
- Verskaffers sal produkte en dienste wat 'n maatskappy benodig voorsien.
- Die goedere/dienste wat voorsien word moet van 'n hoë kwaliteit wees, en gereeld en betyds voorsien word. (2)

4.4.3
- Plaaslike rade is bekommerd oor die aktiwiteite van organisasies in hul areas, hul beplanning, toepassings, die besoedeling wat hul veroorsaak en of hul die verskeie regulasies ten opsigte van veiligheid, higiëne en gewig en maatreëls nakom.
- Sentrale regering stel wette in wat die maatskappy raak: invoer en uitvoer, buitelandse valuta, patente ensovoorts.
- Die regering se positiewe endossement dra tot die organisatoriese beeld by. (3)

4.4.4
- Aandeelhouers verskaf die kapitaal wat die maatskappy benodig om sy besigheid te kan bedryf.
- Die maatskappy moet in 'n rentmeesterskap kapasiteit tot die aandeelhouers optree. (2)

4.5
- Verbruikers sal gunstig optree teenoor maatskappye met 'n goeie reputasie. Hulle vertrou maatskappye wat geld terug waarborge aanbied en maatskappye met 'n uitgebreide verantwoordelikheidsprogram.
- Verbruikers sal waarskynlik meer betaal en nuwe produkte van 'n betroubare 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 werkstevredenheid bekom. Dit lei tot beter produktiwiteit, beter diensoriëntering en uiteindelik beter winste.
- Die ekonomie sal gestimuleer word en werkskepping sal plaasvind.

(Enige 5 × 2) (10)

4.6 4.6.1
- Die kleur moet geskik wees vir die inhoud.
- Die ontwerp moet gebalanseerd wees maar nie noodwendig simmetries nie.
- Die styl moet op datum wees.
- Die embleem moet geskik wees vir die maatskappy.
- Dit moet uniek wees.
- Dit moet onvergeetlik wees. (Enige 5 × 1) (5)

4.6.2
- Skryfbehoeftes (briefhoofde, koeverte, besigheidskaartjies, ens.)
- Literatuur (brosjures, pamflette, katalogusse, ens.)
- Vervoer (motors, etikette, papier sakke, ens.)
- Argitektuur (eksterne en interne ontwerp van voorportaal , kantore, vertoonlokale, ens.)
- Tekens (aanwysingstekens, tekenborde, ens.)
- Bemarking en verkoopsmateriaal (verkoopshandleiding, ruil en besigheidstydskrifte, korporatiewe uniform, brosjures, ens.)
- Werknemersverhoudings (beleidsdokumente, personeel en veiligheidshandleiding, ens.)
- Eetgerei (koppies, pierings, borde, asbakkies, ens.)
- Operasionele materiaal (verkoopstrokie, tjekboek, kredietkaarte, ens.)
- Klere (uniforms, oorpakke, sak en lapel wapens, ens.)
- Geskenke (Kalenders, dasse, manchetknope, waterbottels, ens.) (Enige 5 × 1) (5)

**[50]**

**TOTAAL: 200**

Kopiereg voorbehou