higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N5

13 Oktober 2020

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

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

- Wêreld Koorspele
- Geleentheid vind plaas in Tshwane, Suid-Afrika
- Dui organiseerder aan (Interkultuur en Afrika Kulturele Ontwikkeling Stigting)
- Datum en tyd wanneer die geleentheid plaasvind (4-14 Julie 2019)
- Eenmalige geleentheid

Stel doelwitte✓✓

- Om die verskillende kulture deur musiek te vier
- Om met mededingers te kompeteer
- Om Nelson Mandela se verjaarsdag te herdenk (Enige relevante TWEE)

Identifiseer belanghebbendes/teikengroep✓✓

- Interkultuur
- Afrika Kulturele Ontwikkeling Stigting
- Tshwane Munisipaliteit
- Borge
- Besighede en industrieë
- Gemeenskap
- Kore
- Dirigente
- Regering
- Enige aanvaarbare belanghebber (Enige VIER)

Ontwikkel die boodskap✓✓ (Enige relevante TWEE)

Plan van aksie/aktiwiteite✓✓

- Gedrukte bekendstellings materiaal (T-hemde, pette, ens.)
- Programme
- Werkswinkels en seminare
- Opening en sluitingsvieringe
- Advertering in die media
- Kunstenaars by opvoerings
- Spyseniers
- Enige geskikte bekendstellings aktiwiteite (Enige VYF)

Bepaal begroting✓✓

- Arbeid
- Reiskoste
- Administratiewe koste
- Oorhoofse koste
- Huurkoste – plekke waar opvoerings gehou word
- Bekendstelingskoste – persverslae, druk van bekendstellingsmateriaal
- 10% gebeurlikheid (Enige VIER)

Terugvoer en evaluasie:✓✓

- Hoeveelheid publisiteit
- Algemene terugvoer
- Opbrengs van radio en televisie-uitvoerings
- Bywonings
- Verkope (Enige relevante VIER) (40)

1.2 Openbare skakelwese is die bestuur✓ deur middel van kommunikasie✓ van persepsies✓ en strategiese verwantskappe✓ tussen ‘n organisasie✓ en sy interne en eksterne belanghebbers.✓ (6)

1.3
- Bemarkingskommunikasie
- Bemarkingsnavorsing
- Bekendstelling van produkte of dienste
- Borgskappe
- Verpakking, aanbieding, en bruikbaarheid van die produk
- Verbruikersopvoeding
- Verbruikersklagtes (Enige 4 × 1) (4)

[50]

VRAAG 2

2.1
- Dra netjiese, snyerspakkies met ‘n eenvoudige styl wat proffesioneel lyk.
- Moenie klere drra wat nie by die situasie pas nie (bv. informele drag na ‘n vergadering).
- Pas klere wat by jou figuur, styl en persoonlikheid pas.
- Grimmering moet subtiel, natuurlik en nie oordoen wees nie.
- Ten opsigte van hare en naels, moet ‘n persoon altyd netjies, skoon en goed versorg wees.
- Juwele moet smaakvol wees en tot die minimum beperk word.
- Dra gepaste skoene met netjiese hakke. (Enige 5 × 2) (10)

2.2
- Skep ‘n stelsel waar daar wedersydse ondersteuning vir alle lede is.
- Vergelyk hoe ander organisasies soortgelyke probleme oplos.
- Ruil nuttige materiaal uit.
- Bevorder ‘n ‘help kultuur’ waar mense mekaar help.
- Verskaf professionele kontakpersone, rolmodelle en bekendstellings.
- Verskaf inligting oor geleenthede, opleiding en bronne
- Skep ‘n gevoel van samehorigheid
- Vermeerder individue se publisiteit, reputasie en verbeter sy/haar professionele beeld. (Enige 5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

2.3
- **Induksieprogramme:**
  - Lig nuwe werknemers oor werksomstandighede in
  - Lê ‘n doeltreffende basis vir interpersoonlike kommunikasie
- **Opleidingshandleidings:**
  - Bevat alle inligting wat werknemers behoort te weet
- **Boelletienborde:**
  - Moet gereeld opgegradeer word
  - Moet aantreklik lyk en nie ‘moeg’ nie
  - Bevat nuus, instruksies, foto’s, ens.
- **Huisjoernale:**
  - Bevat verslae oor die organisasiebestuurders
  - Beklemtoon persoonlike nuus/prestasies
  - Doel is om die verhouding tussen bestuur en personeel te versterk
  - Word maandeliks gepubliseer, of wanneer die organisasie groot is weekliks
- **Jaarverslae:**
  - Beskikbaar aan alle werknemers
  - Bevat finansiële status/operationele ontwikkeling
  - Sluit toekomsplanne, sosiale betrokkenheid, oefenprogramme in
- **Vergaderings:**
  - Bied ‘n direkte interpersoonlike interaksie met inligting wat vrylik bekom word
  - Maak besprekings oor enige relevante saak moontlik
- **Seminare:**
  - Dien om nuttige inligting tussen bestuur en opsieners uit te ruil
  - Byvoorbeeld: Bemarkings- en PA-personeel kan inligting oor marknavorsing uitruil
- **Voorstelleboks:**
  - Werknemers word genooi om voorstelle te pos (bv. ten opsigte van beter produktiwiteit, kostebesparings)
  - Moet in ‘n opvallende plek wees
- **Riemtelegram:**
  - Is informele kommunikasie
  - Kan opbouend of afbrekend wees
- **Geslotebandtelevisie:**
  - Word gebruik tydens opleiding, induksies, oop dae, ens.
- **Leesrakke:**
  - Sluit die organisasie se boekies, brosjures, pamflette in
  - Goedkoop
- **Videos, skyfies, en films:**
  - Gebruik gedurende opleiding en induksie
  - Bevat inhoud ten opsigte van dienste, produkte, veiligheid, prosedures en/of voordele
  - Let wel: sommige maatskappye verskaf ‘n personeelvideo sowel as ‘n personeeljoernaal (Enige 5 × 2) (10)

2.4
- Gebruik eenvoudige, duidelike taal.
- Hou die teikengehoor in gedagte.
- Kies die aanvaarbare kommunikasieinstrument.
- Kry terugvoer.
- Wees sensitief ten opsigte van kulture agtergrond. (5)

2.5
2.5.1 Riemtelegram
2.5.2 Boontoe-kommunikasie
2.5.3 Diagonale-kommunikasie
2.5.4 Formele kommunikasie
2.5.5 Ondertoe-kommunikasie

(5 × 1) (5)

2.6
- Outokratiese styl: Die leier maak al die besluite.
- Egalitariese styl: Die kommunikeerder beklemtoon werkersdeelname wanneer probleme opgelos moet word en laat werknemers toe om die besluitnemingsproses te beïnvloed.
- Strukturele styl: ‘n Stelselmatige styl wat struktuur probeer gee vir doeltreffende aksie. Lede kry spesifieke take met duidelike riglyne en sperdatums.
- Dinamiese styl: ‘n Styl wat bondig en skerp omlyn is; gee duidelike riglyne met die doel om ander tot aksie aan te spoor.
- Afstanddoenstyl: Die kommunikeerder doen afstand van haar/sy menings.
- Onttrekkingsstyl: Die kommunikeerder probeer om nie sy mening te lug nie en het ‘n neutrale standpunt. (Enige 5 × 2) (10)

[50]

VRAAG 3

3.1
- Beantwoord die telefoon sodra dit lui.
- Sê 'Goeie môre’ of ‘Goeie middag'.
- Gee die naam van die organisasie.
- Gee jou naam.
- Indien die inbeller deurgeskakel moet word maak seker dat hy/sy inderdaad deurgeskakel is. (5)

3.2
- Oop
- Aktiewe luistervaardighede
- Integriteit
- Objektiwiteit
- Geduld
- Vaardighede
- Ervaring
- Voorbereid
- Vertroulik
- Respekvol/Diplomaties
- Welsprekend
- Kragtig
- Direk
- Opmerksaam
- Onemosioneel (Enige 5 × 1) (5)

3.3 **Liggaamshouding**

- Westers – staan op om respek te toon
- Afrika – sit om respek te toon
- Oosters – buig

Handbewegings

- Gebruik dit uitermate in Suid Europa/Midde Ooste
- Wes-Europeërs meer terughoudend

Gesigsuitdrukkings (glimlag)

- Ooste – verberg gevoelens
- Weste – toon vreugde
- Afrika –toon verbasing, verleentheid, verrassing

Oogkontak

- Weste – geen oogkontak beteken oneerlikheid
- Afrika – geen oogkontak toon respek

Liggaamskontak

- Deur kultuur gedefinieer

Onaanvaarbaar – word gesien as aanstootlik:

- Arabiere, Jode, en Oos-Europeërs hou van aanraking
- Engelse, Duitsers, Noord- Europeërs, en Asiërs hou nie van liggaams-kontak nie

Persoonlike ruimte

- Verskil van kultuur tot kultuur
- Amerikaners/Afrikane staan nader as die Engelse (Enige 5 × 2) (10)

3.4

- Nasionaal/Landswyd: Sunday Times, Sunday Tribune, Rapport
- Streeks: Citi-vision, The Cape Times, Cape Argus, Die Burger, The Citizen, The Star, Beeld, Ilanga
- Stedelik en voorstedelik:Table Talk, Tygerburger, City Press
- Daagliks: Business Day, Citizen, Daily News, The Times, Cape Times, Cape Argus
- Oggend: Cape Times
- Aand: Somige koerante publiseer drie uitgawes
- Sondag: Sunday Times, Rapport
- Internasionaal: Evening Standard, New York Times (Enige relevant 5 × 2) (10)

3.5 **Voordele**

- Trek aandag: visueel en verbaal
- Verslawend vir die gehoor
- Familie kyk almal saam
- Moontlik om sekere gehore te teiken deur spesifieke programme

Nadele

- Duur medium vir vervaardigers
- Lang voorbereiding vir die program
- Duur medium vir die kyker (Enige 5 × 2) (10)

3.6

GLANSARTIKEL	NUUSARTIKEL
• Beplan • Langer • Eksklusief • Skrywer se naam word gepubliseer • Eerste paragraaf bevat nie al die inligting nie • Beskrywende taal • Permanent van aard • Foto's • Verwysingsbron	• Beplan, dramaties, of toevallig • Slegs essensiële nuus (bondig) • In meer as een publikasie gepubliseer • Skrywer se naam gewoonlik nie gepubliseer nie • Eerste paragraaf bevat meeste van die inligting • Bondige en direkte taal • Kortstondig

(5 + 5) (10)
[50]

VRAAG 4

4.1
- Korporatiewe profiel: produk/dienste waarmee die organisasie handel
- Finansiële hoogtepunte: inkomstestaat, balansstaat, en verhouding van skuldaandele
- Korporatiewe doelstellings: lang- en korttermyn doelwitte
- Groepstruktuur: sommige maatskappy publiseer foto's van die hele personeel in die organogram
- Direkteurprofiel: foto's en kort biografieë
- Voorsitterverklaring: nuwe produkte, enige groot bestuursveranderinge, aanstellings en/of ontslag
- Oorsig oor departemente: aktiwiteite binne elke departement
- Analisering van aandeelhouers: die jaarlikse volume van aandele wat verhandel is
- Direkteurverslag: verslae van verskillende departemente
- Kennisgewing van JAV ('AGM'): bekendmaking van komende jaarlikse algemene vergadering (Enige 5 × 2) (10)

4.2
- Maak 'n lys van die media waarmee jy wil kommunikeer.
- Stuur altyd 'n mediavrystelling aan die relevante redakteur.
- Skryf verskeie verskillende soorte nuusvrystellings vir verskillende soorte publikasies.
- Redakteure soek vars, nuuswaardige artikels.
- Redakteure toon weerstand teen artikels wat eintlik 'n maatskappy onder 'n dekmantel adverteer.
- Indien jy dieselfde inligting aan verskillende koerante stuur, stel voor dat elkeen verskillende hoeke belig.
- Besluit wie die belangrikste teikengehoor vir 'n bepaalde storie is.
- Al die inligting wat verskaf is moet waar en feitelik wees, ander sal die verteenwoordiger jou nooit weer vertrou nie.
- Moet nooit 'geen kommentaar' sê wanneer jy deur joernaliste genader word nie.
- Stuur enige nuus wat relevant is na 'n spesifieke joernalis, selfs as dit niks met jou maatskappy te doen het nie. (10)

Kopiereg voorbehou

4.3
- Verbruikers sal organisasies met ‘n goeie reputasie steun – hulle vertrou gevestigde maatskappye wat geld-terug waarborge lewer en maatskappye met ‘n wydlopende sosiale verantwoordelikheidsprogram.
- Verbruikers is geneig om eeder meer te betaal en nuwe produkte koop van ‘n maatskappy wat betroubaar is.
- Aandeelhouers sal in ‘n maatskappy met ‘n goeie reputasie belê.
- Banke en verskaffers sal krediet gee aan ‘n maatskappy met ‘n goeie beeld.
- Werknemers sal werkstevredenheid ervaar, wat tot groter produktiwiteit lei, beter diensgeoriënteerd sal wees en uiteindelik meer wins sal maak.
- Die ekonomie sal gestimuleer word en meer werksgeleenthede sal geskep word. (Enige 5 × 2) (10)

4.4
- Die kleur moet by die inhoud pas.
- Die ontwerp moet gebalanseerd wees (alhoewel dit nie simmetries hoef te wees nie).
- Die styl moet modern wees (tensy dit bedoel is om nostalgies te wees).
- Die logo moet by die maatskappy pas.
- Die logo moet uniek wees.
- Die ontwerp moet onthou word en onmiddellik herken word. (Enige 5 × 2) (10)

4.5
- Skryfbehoeftes: briefhoofde, koeverte, besigheidskaartjies, aankopevorms, verslae, vorms, state en kantoormemorandums
- Literatuur: brosjures, pamflette, katalogusse, huisjoernale, nuusbriewe
- Vervoer: maatskappy motors, afleweringsvoertuie, trokke
- Verpakkingsmateriaal: bokse, etikette, papiersakke, plastiekhouers, enige ander materiaal
- Argitektuur: portale, kantore, uitstalruimtes, meubilering
- Tekens: rigtingtekens, uithangborde, ontwerpkuns
- Bemarking en verkoopmateriaal: handleidings, tydskrifte, korporatiewe uniforms, pamflette, direkte pos
- Werknemerverhoudings: beleide, personeel- en veiligheidhandleidings, huisjoernale, naamplaatjies
- Eetbykomstighede: koppies, pierings, borde, asbakkies, spyskaarte
- Bedryfsmateriaal: verkoopstrokies, tjekboeke, kredietkaarte, onttrekking- en depositostrokies, geskenkbewyse
- Klere: uniforms, oorpakke, sak- en lapelkentekens, hoede, rugsakke
- Presente: kalenders, dasse, mansjetknope, waterbottels, USB stokkies

(Enige 10 × 1) (10)
[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou