higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N6

30 MEI 2019

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1 1.1.1 Phalaphala FM gaan op 8 en 9 September 2017 die Jaarlikse Koninklike Erfenisfees aanbied. (2)

1.1.2
- Om aan Limpopo die geleentheid vir eenheid te bied
- Om ryk kulturele erfenis te vier
- Om toerisme in die provinsie te bevorder
- Om jong en opkomende kunstenaars ten toon te stel
- Sosiale kohesie
- Ekonomiese groei
- Bemarkingsdoel
- Om die verhouding tussen die stasie en Range Edge Royal Gardens te versterk (Enige 3 × 1) (3)

1.1.3
- Borge
- Luisteraars
- Royal Gardens
- Kunstenaars/musikante
- Publiek (Enige 3 × 1) (3)

1.1.4 Enige relevante boodskap/tema/slagspreuk (2)

1.1.5
- Lokaalvoorbereiding
- Toerusting
- Drukwerk
- Verversings
- Gassprekers
- Vermaakkunstenaars
- Publisiteitsreklame (Enige 4 × 1) (4)

1.1.6
- Betaling van kunstenaars
- Druk van programme, uitnodigings, ensovoorts
- Gassprekers
- Verversings
- Administratiewe koste
- Bokoste
- 10% van onvoorsiene uitgawes
- Koste van aktiwiteite (Enige 4 × 1) (4)

1.1.7
- Mediadekking
- Publisiteit
- Bywoning
- Vraelyste
- Interne vergaderings
- Meningsopnames (Enige 2 × 1) (2)

Kopiereg voorbehou

1.2.1 Borgskap
- Is ’n besigheidsooreenkoms en ’n kommersiële assosiasie met ’n handelsmerk, produk of dienste met ’n geborgde party.
- Verskaf bydraes aan geborgde partye in finansiële of materiële vorm.

Skenking
Is finansiële of materiële ondersteuning wat aan partye gegee word sonder om enigiets in ruil te verwag. (2 × 2) (4)

1.2.2
- Verenig Limpopo-inwoners/ander mense uit gemeenskappe en buurlande
- Vier die ryk kulturele erfenis
- Bevorder toerisme in die provinsie
- Sosiale kohesie
- Bemarkingsmedium
- Ekonomiese groei
- Stel talent van jong en opkomende kunstenaars ten toon
- Genereer gunstige mediabelangstelling
- Bevorder beter betrekkinge met die teikenmark, sakegenote en die pers
- Verbeter personeelverhoudings en die moraal in die organisasie
- Demonstreer belangstelling in die gemeenskap
- Ondersteun sosiale/maatskaplike verantwoordelikheid
- Verbeter korporatiewe beeld
- Skep bewustheid van die handelsmerke
- Promosieveldtogte (Enige 5 × 2) (10)

1.2.3
- Sport
- Kuns en kultuur
- Publikasies en reklame
- Onderwys en opleiding
- Handelskoue en -uitstallings
- Goeie sake en welsynsorganisasies
- Professionele toekennings
- Ekspedisies
- Omgewingsbewaring
- Sosiale media (Enige 6 × 1) (6)

1.2.4
- Wanneer doelwitte nie duidelik omskryf is nie
- Geen spesifieke of ongespesifiseerde teikengroepe
- Gebrek aan personeelopleiding en -motivering
- Swak skakelwerk met besoekers/swak klantediens
- Swak beplanning
- Te min personeel
- Swak verkoopstegnieke (Enige 5 × 2) (10)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

2.1
- Organiseer ’n onthaal by aankoms van die gaste om hulle te verwelkom en lewer ’n kort toespraak.
- Voorsien afgevaardigdes van veiligheidsklerasie indien nodig.
- Verdeel groot groepe in hanteerbare groottes (hoogstens 10-15 mense).
- Plaas kennisgewings by beperkte areas.
- Deel monsters en aandenkings uit om die geleentheid te herdenk.
- Reël vir professionele en opgeleide toergidse om besoekers op ’n aanleg/fabriekstoer te vergesel.
- Maak voorsiening vir ’n vraag-en-antwoordsessie na afloop van die toer.
- Indien enige vrae nie beantwoord kan word nie, moet hierdie antwoorde op ’n latere tydstip telefonies of in ’n brief/e-pos verskaf word. (Enige 5 × 2) (10)

2.2
- Teaterstyl✓ – geskik vir aanbiedings;✓ groot getalle; oudiovisuele toerusting kan maklik gebruik word.
- Perdeskoen en die U-vorm✓ – geskik vir klein groepe;✓ bevorder besprekings en interaksie; beklemtoon die spreker se posisie maar nie op ’n intimiderende manier nie; oudiovisuele toerusting kan maklik gebruik word; skep ‘n informele atmosfeer.
- Klein werkgroepe ✓ – geskik vir klein groepe;✓ geskik vir groepwerk en -besprekings; geskik vir werkswinkels/slypskole waar individuele groepe groepwerk in verskillende vertrekke moet doen en elke groepleier aan die aanbieder moet terug rapporteer.
- Besprekingsgroepe ✓ – geskik vir klein groepe;✓ bevorder besprekings en interaksies; meer intiem omdat die spreker deel van die groep vorm; skep ’n informele atmosfeer; die gebruik van oudiovisuele toerusting kan problematies wees.
- Werkkonferensie ✓ – geskik vir groot getalle;✓ maak voorsiening vir groepwerk tydens die konferensie/seminaarsessies. (Enige 4 × 2) (8)

2.3
- Om teikengroepe oor nuuswaardige gebeure in te lig
- Om teikengroepe oor sake van aktuele belang in te lig
- Om publisiteit vir ’n organisasie te skep
- Om produkte of dienste te adverteer
- Om ’n diens te lewer deur opvoedkundige inligting te verskaf
- Om gehore te vermaak (6 × 2) (12)

Kopiereg voorbehou

2.4
- Doelwit✓ – sal die tipe plek/lokaal bepaal✓
- Ligging✓ – oorweeg attraksies en ontspanningsgeriewe of spanbou✓
- Lokaalgrootte✓ – is dit groot genoeg om die aantal afgevaardigdes wat verwag word te akkommodeer✓
- Sitplekke✓ – kies geskikte sitplekstyl✓
- Byeenkoms✓ – areas nodig vir registrasie, slypskool/werkswinkelsessie✓
- Tydsduur – kan koste-implikasies hê
- Akkommodasie – is dit geskik vir deelnemers
- Toeganklik – naby lughawe en vervoergeriewe
- Toerusting –oudiovisueel, lugversorging, mikrofone, ens
- Geskikte spyseniering – eet/drink- en toiletgeriewe om alle deelnemers te akkommodeer (Enige 5 × 2) (10)

2.5
- Verbruikers word oor produkte en dienste ingelig.
- Mededinging word aangemoedig en pryse kan meer mededingend word.
- Vervaardigers word gedwing om ’n hoë standaard te handhaaf.
- Die lewenstandaard verbeter namate verbruikers meer bewus van produkte/dienste raak.
- Reklame dra die koste van die media.
- Reklame kan tot direkte terugvoering van verbruikers lei.
- Reklame kan help om sosiale/maatskaplike probleme op te los.

(Enige 5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 3

3.1 3.1.1
- Die organisasie s’n
- Sosio-ekonomiese hulp, byvoorbeeld opleiding, werkskepping
- Etiese en regsvoldoening in ’n samelewing, byvoorbeeld behuising
- Gemeenskapsbehoeftes, byvoorbeeld weeskinders en kwesbare kinders
- Omgewingsbewaring, byvoorbeeld herwinning en dierebeskerming (5 × 2) (10)

3.1.2
- Onderwys en bemagtiging
- Behuisingsprojekte
- Gemeenskapswelsynsprojekte
- Gesondheid-en-veiligheidsprojekte
- Sakeontwikkelingsprojekte
- Kuns-en-kultuurprojekte
- Landelike ontwikkeling
- Omgewingsbewaring (Enige 5 × 1) (5)

3.2
- Berei voor vir ’n krisis voordat dit gebeur.
- Ontwikkel en koester bondgenote voor en tydens ’n krisis.
- Wees altyd eerlik.
- Handel vinnig, handel beslissend en neem beheer.
- Moenie die blaam verskuif nie.
- Maak langtermynopofferings.
- Verkry neutrale, ingeligte en gerespekteerde menings.
- Wees konsekwent in alle optrede.
- Wees pro-aktief tydens krisisse.
- Demonstreer en dramatiseer verbintenis en toewyding. (10 × 2) (20)

3.3
- Fondsinsameling is bedelary.
- Laat die regering dit befonds.
- Fondsinsameling het ’n versadigingspunt bereik.
- Jy kan te dikwels ’n skenker vir ’n donasie vra
- Almal sal R50 gee.
- Jy kry groot skenkings per brief.
- Jy kan nie iemand vir ’n geskenk vra nie!
- Fondsinsameling is net nog ’n besigheid
- Fondsinsameling moet lae of geen koste behels.
- Maar ek gee my tyd. (Enige 5 × 1) (5)

3.4
- Navorsing kan die PRP help om doelwitte en strategieë vir die PR-program te verander.
- Insig in die houdings en behoeftes van die teikengroepe kan help voorkom dat onvanpaste projekte geloods word.
- Bespaar koste, omdat ondoeltreffende kommunikasiemedia uitgeskakel kan word.
- Kan verseker dat huidige beleid vir interne en eksterne teikengroepe aanvaarbaar is.
- Stel teikengroepe in staat om hul menings en houdings oor te dra; help om probleemareas en leemtes betyds te identifiseer.
- Voorstelle en aanbevelings kan tot verbeterde dienste of produkte lei.
- Navorsing kan geldige inligting vir PR-projekte of reklamebehoeftes verskaf. (Enige 5 × 2) (10)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 4

4.1
- Naam van die organisasie
- Logo van die organisation
- Agtergrondinligting oor die onderneming
- Take en verantwoordelikhede van die posisie moet duidelik uiteengesit word.
- Sluitingsdatum vir aansoeke moet aangedui word.
- Uitleg van advertensie moet die regte applikante se aandag trek.
- Volledige aanwysings oor hoe om vir die pos aansoek te doen, byvoorbeeld verskaf adres.
- Inligting soos salarisse en voordele moet verskaf word. (Enige 5 × 2) (10)

4.2
- Drukmetodes,✓ byvoorbeeld litografie✓
- Papiergehalte,✓ byvoorbeeld 80 g kassetpapier).✓
- Bladsygroottes en aantal,✓ byvoorbeeld A4-grootte × 100 bladsye✓
- Lettergroottes en lettertipes,✓ byvoorbeeld 12-punt en per 100 addisioneel✓
- Publikasiefrekwensie en -datums,✓ byvoorbeeld daagliks/weekliks/eenmalig of herdrukke✓
- Kleur/e verlang op bladsye, byvoorbeeld een, twee, drie
- Binding, byvoorbeeld saalhegting/gestik
- Voorbereiding van illustrasies, kunswerk en of foto's
- Invoegings in die publikasie (pamflette, advertensies)
- Waar, hoe en wanneer die druktaak afgelewer moet word
- Verpakkingsmetode (koeverte, bokse, omslae nodig)
- Voorgestelde tydskedule vir lewering van kopie en opmaak vir publikasie

(Enige 5 × 2) (10)

4.3
- Die leser is die teiken/mikpunt van die gekose ontwerp.
- Ontwerp is 'n kwessie van smaak, algemene kunsbeginsels, harmonie, balans en kontras.
- Sekere norme en standaarde van die ontwerp moet konsekwent toegepas word om stabiliteit en kontinuïteit te verseker.
- Die artistieke aspek moet nie oordryf word nie omdat die leser dan net daarna sal kyk en nie die inligting lees nie.
- 'n Prentjie vertel meer as 'n duisend woorde en is 'n onlosmaaklike deel van die ontwerp.
- Verander die ontwerp van die publikasie van tyd tot tyd en op 'n subtiele manier. (Enige 5 × 2) (10)

4.4
- Koerante het beperkte spasie en wil nuus vir hul lesers hê.
- Joernaliste se tyd is altyd beperk weens spertye.
- Voorsien kort, bondige harde feite. te veel besonderhede is onnodig en word selde gepubliseer weens gebrek aan spasie.
- Persverklarings moet nie langer as 300 woorde wees nie.
- Reik persverklarings of hou perskonferensies slegs as dit regtig nodig is.
- Wees altyd eerlik.
- Moet nooit iets vir 'n joernalis 'vertroulik' vertel nie. (Enige 5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

4.5
- Die verkoopsbulletin
- Die nuusbrief
- Die tydskrif
- Die poniekoerant
- Die muurkoerant (Enige 3 × 1) (3)

4.6
- Definieer doelwitte
- Ontleed teikengroepe
- Stel ’n program op
- Hersien vordering
- Selekteer aanbiedingsmedia
- Redigeer aanbiedingsmedia (7)

[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou