higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1420**(A)**(N16)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N6

(5070046)

16 November 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOëR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
OPENBARE SKAKELWESE N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae.
2. Lees AL die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik word.
4. Begin elke afdeling op 'n NUWE bladsy.
5. Gebruik slegs 'n BLOU of SWART pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

GS

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

Dit is tot die voordeel van die openbare skakelwesepraktisyn om oor 'n basiese kennis van drukwerk te beskik, aangesien hy/sy dikwels met die ontwerp en produksie van 'n wye verskeidenheid publikasies vir die organisasie, gemoeid is.

Kies 'n term uit KOLOM B wat by 'n beskrywing in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–L) langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Belangrike kommunikasiemiddel waardeur enige organisasie sy relevante teikengroepe kan bereik	A	sirkulasie-syfer
1.1.2	Moet oor die kennis van drukwerk beskik, aangesien hul dikwels by die samestellingsproses, ontwerp en verskeie publikasies vir hul organisasies, betrokke is	B	kwaliteit van media
1.1.3	Drukproses word daagliks universeel gebruik, want dit is geskik vir 'n wye verskeidenheid drukwerk	C	sosiale media
1.1.4	Drukmetode wat nou aan fotogravure verwant is	D	pers/media
1.1.5	Eenvoudig, opvallend en lei oogbeweging oor die bladsy	E	redigering
1.1.6	Linguïstiese en tegniese produksie van publikasies wat op die bladuitleg van publikasies van toepassing is	F	goeie ontwerp
1.1.7	Gedrukte publikasies, soos tydskrifte en dagblaaie	G	fleksografies
1.1.8	Verwys na web-gebaseerde toepassings en tegnologie wat mediagebruikers verbind om via die internet en mobiele toestelle interaksie het	H	litografies/ lito
1.1.9	Indien die organisasie 'n beeld van kwaliteit aan sy kliënte wil bevorder, sal 'n gesogte glanstydskrif meer geskik wees as 'n goedkoop pamflet in die pos	I	openbare-verhoudinge-praktisyn
1.1.10	Verwys na die aantal kopieë van elke uitgawe wat sy weg na die leser vind	J	geleentheid
		K	druk
		L	web-gebaseerde toepassings

(10 × 1) (10)

Kopiereg voorbehou

1.2 Onderskei tussen die volgende:

1.2.1 *Krisis* en *ramp*

1.2.2 *Openbare verhoudinge* en *advertensie*

1.2.3 *Borgskap* en *donasie*

1.2.4 *Betroubaarheid* en *geldigheid*

1.2.5 *Korporatiewe sosiale verantwoordelikheid* en *korporatiewe sosiale investering*

(5 × 2) (10)

In Suid-Afrika is uitstallingdeelname die mees onderskatte bemarking en openbare skakelmedium. Navorsing het getoon dan handelskoue die effektiefste bron is om verkoopsinligting te verkry en dit is meer effektief as enige ander media wanneer besluite rakende 'n produk of diensaankope gedoen word. die openbare skakelwesepraktisyn is sentraal in die organisering van die geleentheid en moet oor geduld, 'n humorsin en 'n sterk karakter vir hierdie taak beskik.

1.3 Beskryf TWEE hoofvoordele van uitstallings. (2 × 2) (4)

1.4 Bespreek VYF tipes uitstallings. (5 × 2) (10)

1.5 'n Stalletjiebestuurder moet aangestel word wat in totale beheer van die stalletjie sal wees.

Gee aan die stalletjiebestuurder SES riglyne vir die personeelbemanning van die stalletjie. (6)

Samewerking tussen die openbare skakelwese en bemarkingsafdelings is noodsaaklik wanneer 'n kommunikasieveldtog geformuleer word. the uiteindelik doel van beide departemente is om die beeld van die onderneming te verkoop en dus verkope van produkte of dienste te stimuleer.

1.6 Noem die VYF kriteria wat die mediakeuse bepaal. (5)

Advertering is oorredende kommunikasie.

1.7 Verdedig die bostaande stelling deur die vrae te beantwoord.

1.7.1 Wat is die doel van advertensieboodskappe? (2)

1.7.2 Watter uitwerking behoort 'n advertensie op die teikengroep te hê? (2)

1.7.3 Hoe moet die produk of diens beskou word? (1)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

KRISIS VIR TIGER BRANDS NEEM TOE

Die maatskappy het waardetoegevoegde produkte van sy Pretoria-fasiliteit herroep.

Tiger Brands herroep nog 'n reeks produkte, 'n aksie wat tesame met die klas-aksiesaak waar R42 miljoen ter sprake is, die koste van die listerese-krisis tot R800 miljoen kan opneem wat twee keer die R324 miljoen in bedryfswins is wat deur hul versnaperings- en koeldrankafdeling vir die finansiële jaar wat September eindig gegeneer is.

Die voedselprodusent het op Maandag alle produkte wat deur sy 'Value Added Meat Products'-fasiliteit in Pretoria vervaardig is herroep, wat die Snax-reeks vleisprodukte insluit, weens die opsporing van listerese-monositogene.

Tiger Brands is geforseer om hul Enterprise-polonie en weense produksie te herroep na die Minister van Gesondheid, Aaron Motsoaledi Maandag aangekondig het dat 'n ondersoek die ST6-tipe (LST6) van die listerese-bakterie gevind het wat moontlik verantwoordelik is vir die uitbreek van 91% van alle infeksies in SA – in Tiger Brands se fabriek in Polokwane.

2.1 Sal jy Tiger Brands se probleem as 'n ramp of 'n krisis beskou?

Gee EEN rede vir jou keuse. (3)

2.2 Noem watter kategorie krisis of ramp hierdie is. (2)

2.3 Tiger Brands moet sekere beginsels in hul situasie toepas.

Gee SES fundamentele reëls vir 'n krisis/ramp wat Tiger Brands kan toepas. (6)

2.4 2.4.1 Is dit vir Tiger Brands belangrik om 'n segspersoon aan te stel? Motiveer jou antwoord.

2.4.2 Verduidelik die rol van die segspersoon in die Tiger Brands-situasie.

(2 × 2) (4)

2.5 Bespreek VYF eienskappe van 'n krisis of ramp. (5 × 2) (10)

2.6 Tiger Brands besef die krag van borgskap ten einde hul beeld op te hef.

2.6.1 Stel Tiger Brands van SEWE tipe borgskappe in kennis. (7)

2.6.2 Sit VYF riglyne uiteen wat Tiger Brands in hul besluit kan lei om aan die borgskap of nie deel te neem. (10)

2.6.3 Gee VIER redes waarom Tiger Brands in 'n borgskap betrokke mag raak. (4 × 2) (8)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3

Vodacom is meer as net 'n sellulêre netwerkverskaffer. Dit is 'n organisasie wat diep gewortel is in korporatiewe en sosiale belegging om sy gemeenskap op te help. Dit is die primêre doelwit van CSI-borgskappe. Vodacom CSI-borgskappe sluit Netcare 911, NSRI en Vodacom Netcare Surf Rescue-helikopters in. Hierdie is onderling verbind en elk verskaf 'n onontbeerlike diens in die besigheid om mense se lewens te red en die gemeenskap te help.

3.1 3.1.1 Noem VIER areas van korporatiewe sosiale verantwoordelikheid en gee 'n voorbeeld van elk. (4 × 2) (8)

3.1.2 Wat kan gedoen word om te verminder, hergebruik, herwin en die omgewing te respekteer? (2)

3.2 Verduidelik hoe besighede gemeenskappe in elk van die volgende areas kan bystaan:

3.2.1 Opvoeding- en bemagtigingsprojekte

3.2.2 Behuisingsprojekte

3.2.3 Omgewingsbewaring

3.2.4 Gesondheid- en veiligheidsprojekte

3.2.5 Kuns- en kultuurprojekte

(5 × 2) (10)

3.3 Die doel van drukwerk bepaal die tipe en kwaliteit papier wat gebruik moet word. Goedkoper papier is gewoonlik nie vir drukwerk in kleur, geskik nie. As die openbare skakelwesepraktisyn, moet jy die drukker met inligting oor die verlangde publikasie verskaf.

Bespreek die inligting wat deur die drukker verlang word. (5 × 2) (10)

3.4 'n Goeie ontwerp moet die treffend wees en oogbeweging oor die bladsy lei.

Beskryf VYF vereistes vir 'n goeie ontwerp. (5 × 2) (10)

3.5 Die openbare skakelwesepraktisyn speel 'n kreatiewe rol in die produksie van oudiovisuele materiaal. Hy/sy kan met 'n professionele teksskrywer in die seleksie van visuele materiaal, musiek en geskikte ligging vir die verfilming van 'n korporatiewe video saamwerk. (7)

Noem, in die korrekte volgorde, SEWE stappe in die beplanning van oudiovisuele programme.

3.6 Noem enige DRIE mediakategorieë. (3)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 4

INDABA 2018

INDABA is een van die grootste toerismebemarkingsgeleenthede op die Afrika-kontinent. Dit is ook as een van die top drie 'must visit'-geleenthede van hul soort op die oorkoepelende globale kalender beskou. Hierdie gewilde toerisme-handelskou vertoon die grootste verskeidenheid van Suid-Afrika se beste toerismeprodukte en lok internasionale kopers en media van oor die wêreld.

Die 2018 INDABA vind plaas by die Durban Internasionale Konvensiesentrum en die aangrensende Durban Uitstallingsentrum.

4.1 Definieer die term *geleentheid*? (2)

4.2 Bespreek die seleksiekriteria vir 'n venue wanneer so 'n groot toerisme-bemarkingsgeleentheid georganiseer word? (8)

4.3 Gee die Durban Internasionale Konvensiesentrum se riglyne vir die hantering van die pers/media. (10)

4.4 Lys VIER verskillende sitplekuitlegte wat by die Durban Internasionale Konvensiesentrum gebruik kan word. (4)

4.5 Die Durban Internasionale Konvensiesentrum besluit om die uitkoms van die 2018 INDABA te evalueer.

Bespreek die voordele van navorsing. (10)

4.6 Die Durban Internasionale Konvensiesentrum wil die fondsinsamelingsprojek vir hul volgende INDABA-geleentheid onderneem.

Gee advies aan die bestuur van die Durban Internasionale Konvensiesentrum oor SES algemene mites met betrekking tot fondsinsameling. (6)

4.7 Noem VYF belangrike eienskappe vir 'n suksesvolle fondsinsameling. (5)

4.8 Noem VYF noodsaaklike vereistes vir 'n goeie advertensie. (5)
[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou