higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

OPENBARE SKAKELWESE N6

(5070046)

10 September 2020 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

039Q1B2010

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 hierdie vraestel gebruik is.

4. Begin elke vraag op ’n nuwe bladsy.

5. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

’n Advertensie sal slegs die teikengroep oorreed dat die produk of diens die beste keuse is as dit aandag kan trek, belangstelling kan wek en die nodige inligting oor die produk kan oordra. Die inligting behoort as geloofwaardig en die produk as ’n beter alternatief as mededingende produkte beskou te word.

1.1 Kies ’n item uit KOLOM B wat pas by ’n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–K) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Kan deur ’n kleurvolle prentjie of ’n interessante vraag gewek word	A	eenvoud
1.1.2	Behoort duidelik identifiseerbaar te wees deur logo’s en slagspreuke te gebruik	B	eerlikheid
1.1.3	Dit is belangrik in advertensies; ongegronde aansprake is oneties, soos om vir mense te sê dat hulle 5 kg in vyf dae kan verloor deur steeds soveel te eet as wat jy wil	C	aksie
1.1.4	Behoort deur ’n informatiewe illustrasie/foto of stelling gewek te word	D	geloofwaardigheid
1.1.5	Kan verkry word deur die voordele te noem en bewys te lewer van hoe behoeftes bevredig is	E	begeerte
1.1.6	Behoort op die individu gerig te word en nie op die massas nie	F	spesifieke teikengroep
1.1.7	Dit is belangrik vir die onmiddellike en maklike begrip van die boodskap	G	handelsmerke
1.1.8	Moet ontlok word. Die advertensie behoort verbruikers te oorreed om te handel	H	aandag
1.1.9	Kan gestimuleer word deur spesifieke behoeftes te beklemtoon en te belowe om dit te bevredig	I	tevredenheid
1.1.10	Bewys van hoe die produk of diens behoeftes bevredig, kan gelewer word deur ander verbruikers wat hul satisfaksie te kenne gee	J	belangstelling
		K	taalstyl

(10 × 1) (10)

Kopiereg voorbehou

1.2 Onderskei tussen die volgende:

1.2.1 Primêre en sekondêre data

1.2.2 Korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid en korporatiewe sosiale investering

1.2.3 Krisis en ramp

(3 × 4) (12)

1.3 Ondernemings behoort gesonde verhoudings met hul interne en eksterne belanghebbendes te handhaaf.

Wat verwag elk van die volgende belanghebbendes van 'n onderneming?

1.3.1 Gemeenskap

1.3.2 Klant/kliënte

1.3.3 Werknemers

(3 × 2) (6)

1.4 Gee enige rede waarom advertensies gekritiseer kan word. (2)

1.5 Dit is belangrik om 'n eenvoudige, opvallende ontwerp te hê wat die oog se beweging oor die bladsy begelei.

Bespreek VYF vereistes wat in gedagte gehou moet word wanneer materiaal ontwerp word.

(5 × 2) (10)

1.6 Die keuse van 'n lokaal is een van die belangrikste aspekte wat 'n geleentheidskoördineerder moet oorweeg wanneer konferensies en seminare georganiseer word.

Bespreek die kriteria vir die keuse van 'n lokaal. (10)
[50]

VRAAG 2

2.1 Die Nedbank Stigting speel 'n groot rol daarin om die maatskappy in staat te stel om sy doel van betrokkenheid in die gemeenskap en omgewing te bereik. Dit word gedoen deur by te dra tot gemeenskap-opheffingsprogramme en ontwikkelingsprogramme wat sowel bemagtigend as volhoubaar is.

As 'n verantwoordelike korporatiewe burger fokus Nedbank op verskeie projekte, soos bewaring. Bewaring behels die oorbrugging van die gaping tussen mense en die omgewing om langtermyn- volhoubare oplossings te verseker. Die Groen Trust is die pionier van hierdie projek.

2.1.1 Noem en verduidelik aan Nedbank se mensehulpbronpraktisyns moontlike projekte, buiten natuurbewaring, wat met sosiale verantwoordelikheid verband hou en waarby die maatskappy betrokke kan raak. (3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

2.1.2 Wat gee aan Nedbank die reg om as 'n korporatiewe burger beskou te word? (2)

2.2 Gee VIER voordele van sosiale korporatiewe verantwoordelikheid. (4 × 2) (8)

2.3 Kommunikasie is baie belangrik in enige organisasie. Mensehulpbronpraktisyns (MHP's) behoort duidelike kommunikasieoogmerke vir die kommunikasiestrategie van die organisasie te stel om die geskikste media vir effektiewe kommunikasie met interne en eksterne belanghebbendes te identifiseer.

Noem SES doelwitte van kommunikasie in 'n organisasie. (6)

2.4 Bespreek SES kriteria wat oorweeg behoort te word wanneer die mediakeuse gedoen word. (6 × 2) (12)

2.5 Gee EEN voorbeeld van elk van die volgende mediakategorieë:

2.5.1 Gedrukte media

2.5.2 Elektroniese media

2.5.3 Oudiovisuele media

2.5.4 Spesiale media

2.5.5 Sosiale media

(5 × 1) (5)

2.6 In die geval van televisiereklame is die sogenaamde SCORE-toets uiters nuttig.

Definieer die akroniem 'SCORE'. (5)

2.7 Dit is belangrik om die beste sitplek- en vertrekuitleg te kies om by die aanbiedingstyl, insluitend die gehoor se behoeftes, te pas.

Noem DRIE sitplek-uitlegtipes en gee EEN voordeel van elk. (3 × 2) (6)

[50]

VRAAG 3

3.1

Jy is as 'n MHP by jou plaaslike TBOO-kollege aangestel. Jou kantoor organiseer 'n ope dag wat op 19 September 2020 gehou gaan word. Die oogmerk van die ope dag is om die matrikulante in te lig oor die reeks studiegeleenthede wat die kollege aanbied.

3.1.1 Wat is 'n *ope dag*? (2)

3.1.2 Noem DRIE doelwitte van 'n ope dag. (3 × 2) (6)

3.1.3 Duisende studente betree jaarliks tersiêre instellings, maar baie misluk om verskeie redes, soos beperkte geleenthede.

Dink jy 'n ope dag gee voornemende studente genoeg insig in die kursusse waaruit hulle kan kies? Staaf jou antwoord. (2)

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

3.3 Bespreek VYF voordele van navorsing wat openbare skakelwese onderneem. (5 × 2) (10)

3.4 Noem DRIE doelwitte van navorsing wat openbare skakelwese onderneem. (3 × 2) (6)

3.5 Noem die eerste VIER stappe van oudiovisuele beplanning in volgorde. (4)

3.6 Gee VYF riglyne vir die hantering van die media. (5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 4

BLACK HORSE BEHEREND

Ná die aardbewing neem die behoefte aan skoon water toe, met bykans drie miljoen mense wat in 'n desperate situasie verkeer. Ons staan hulpbehoewende gesinne by. Ondersteun ons asseblief.

Komberse en voedselhulp: Ons het kospakkies en komberse onder ontwortelde gesinne versprei wat hulle vir 'n maand sal laat oorleef. Die nood is oorweldigend. Die winter is op pad en ons het dringend nog komberse nodig.

Hulp vir ontwortelde mense: Die oorlewendes het sonder hul besittings gevlug en het dringend basiese noodsaaklikhede nodig. Hulle het afgryslike dinge beleef en benodig hanteringsvaardighede en die geleentheid om hul pyn te deel en hul stories te vertel en weer te vertel.

4.1 4.1.1 Sou jy 'n aardbewing as 'n ramp of 'n krisis beskryf?

Staaf jou antwoord. (2)

4.1.2 Watter kategorie krisis of ramp is dit? (1)

4.1.3 Identifiseer DRIE items wat jy aan die behoeftige gesinne kan gee wat in die gevallestudie genoem word. (3)

4.2 Die doelwit van spesiale geleenthede is om kommunikasie met teikengroepe te verbeter.

Noem VYF doelwitte van spesiale geleenthede wat deur 'n maatskappy aangebied word. (5 × 2) (10)

4.3 Sekere toerusting en items is baie belangrik vir die professionele aanbieding van ’n konferensie/seminaar.

Noem TIEN belangrike items waarmee die MHP’s die lokaal moet toerus wanneer ’n opleidingswerkswinkel aangebied word. (10)

Enigiemand kan finansiële of materiële hulp aan behoeftige gesinne borg of skenk.

4.4 4.4.1 Noem VIER tipes borgskappe. (4)

4.4.2 Wat is die riglyne by die oorweging van ’n borgskap? (5 × 2) (10)

4.5 Noem TIEN algemene mites/aannames oor fondsinsamelings. (10)
[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou