higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N4

(4021154)

4 Junie 2021 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 11 bladsye en 1 ANTWOORDBLAD.

226Q1J2104

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
REISKANTOORPROSEDURES N4
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 afdeling op ’n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ’n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Kies die korrekte term uit dié in hakies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.5) in die ANTWOORDBOEK.

1.1.1 (’n Kontant paspoort/Reisigerstjeks) kan gebruik word om goed te koop wat minder as die waarde van die tjek kos en kleingeld sal in die plaaslike geldeenheid gegee word.

1.1.2 (Inkomende/Uitgaande) toeroperateurmaatskappye verskaf plaaslike bystand vir toeriste wat in hulle land of dorp arriveer.

1.1.3 (Docex/Spoedpos) verskaf ’n oornagposfasiliteit tussen ingetekende lede van die toerismebedryf.

1.1.4 ’n (Spyker/Konsertina) is ’n tydelike berging van dokumente wat geplooide kante het wat toelaat dat die lêer kan vergroot.

1.1.5 ’n (Uitkeerpolis/Pensioenannuïteit) is ’n voorafbepaalde bedrag geld wat op ’n gegewe datum aan die versekerde uitbetaal sal word.

(5 × 1) (5)

1.2 Waarvoor staan elk van die volgende afkortings/akronieme?

1.2.1 AVP

1.2.2 CIP

1.2.3 CCCF

1.2.4 EMD

1.2.5 BSPZA

(5 × 1) (5)

1.3 Tabuleer TWEE verskille tussen ’n *interne reisagentskap* en ’n *korporatiewe reisagentskap*. (2 + 2) (4)

1.4 Verduidelik VYF basiese funksies van die bestuurder in ’n kleinhandelreisagentskap. (5)

1.5



1.5.1 Watter tipe kantooruitleg word op die prent uitgebeeld? (2)

1.5.2 Verduidelik die uitleg wat op die prent uitgebeeld word. (2)

1.5.3 Gee DRIE nadele van hierdie tipe kantooruitleg. (3)

1.6 Hoe beïnvloed die vraag na reisprodukte die keuse van die ligging van 'n reisbesigheid? (4)
[30]

VRAAG 2

2.1 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1.1–2.1.5) in die ANTWOORDBOEK te skryf.

2.1.1 'n GDS verskaf ook toegang tot spoorweg- en busbesprekings.

2.1.2 As 'n sekuriteitsprosedure moet werknemers dit vermy om e-pos te gebruik om sensitiewe en omstrede inligting te versend, tensy hulle hierdie inligting aan hulle onmiddellike toesighouer stuur.

2.1.3 Die bedrag op 'n reisigerstjek is reeds daarop gedruk in teenstelling met 'n normale tjek wat met die hand geskryf word.

2.1.4 Kunsmatige ventilasie verwys na die lig wat deur elektrisiteit verskaf word wat 'n skakelaar het om die lig te aktiveer.

2.1.5 'n Afskortingkantooruitleg het gange met rye kantore aan albei kant en elke werknemer sal sy/haar eie kantoor hê.

(5 × 1) (5)

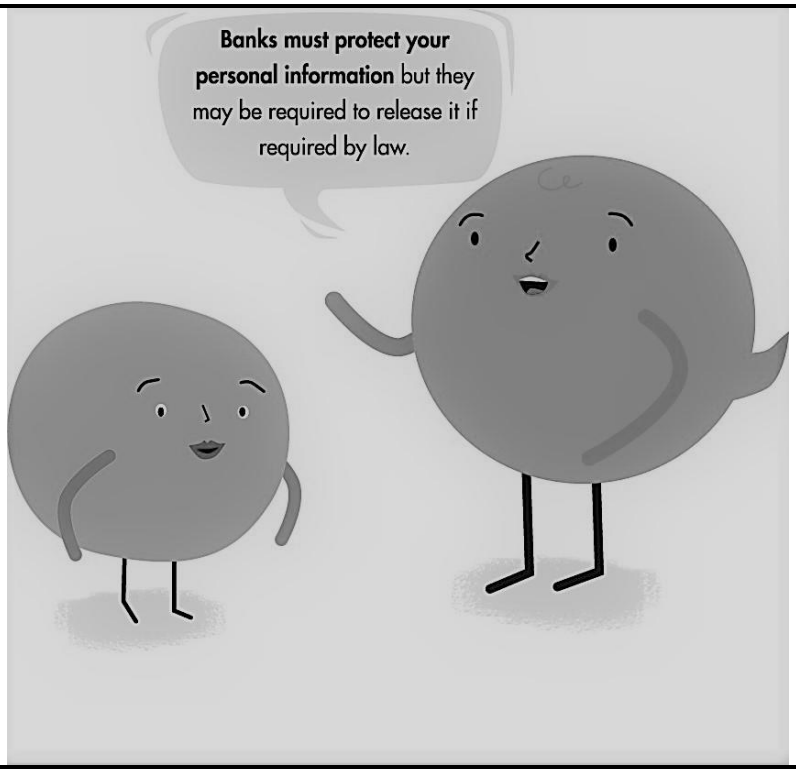
2.2 Noem kortliks SEWE brokkies inligting oor ’n e-kaartjie. (7)

2.3 Verduidelik die proses van kaartjieverifikasie op lugrederye. (5 × 2) (10)

2.4 Gee DRIE voorbeelde van dokumente wat per e-pos in ’n reisagentskap gestuur kan word. (3)

2.5 Gee EEN voordeel en EEN nadeel van ’n skandeerder. (2)

2.6



[Bron: *https://bankomb.org.nz/guides-and-cases*]

2.6.1 Gee VYF voorbeelde van persoonlike inligting wat ’n bank moet beskerm, uitgesluit generiese inligting. (5)

2.6.2 Verduidelik kortliks die Wet op die Beskerming van Persoonlike Inligting en noem TWEE implikasies van die wet vir ’n bank. (3)

2.6.3 Verduidelik DRIE situasies waarin ’n bank regtens vertroulike inligting mag openbaarmaak. (3 × 2) (6)

2.6.4 Noem VIER diens-/bankkostes op ’n tjekrekening. (4)

[45]

VRAAG 3

3.1 As ’n posklerk by Let’s Go Travel is dit jou verantwoordelikheid om pos in die kantoor uit te deel. Op jou lessenaar is vandag se pos.

Vul die posregister en die betalingsregister op die ANTWOORDBLAD (aangeheg) in deur die inligting te gebruik wat hier onder gegee word. Die volgende personeellede werk saam met jou by Let’s Go Travel: John Michaels (senior konsultant); Sipho Khumalo (junior konsultant); Nelisiwe Mashaba (rekenmeester); John Phillips (bestuurder). Maak die ANTWOORDBLAD los en heg dit aan die skoon bladsy in die ANTWOORDBOEK.

- Het visums vir Mnr en Mev Smith vir hulle vakansie na Duitsland ontvang. Die afsender is die Duitse konsulaat. Dit is die vierde posstuk wat vandag oopgemaak is.
- Het ’n bewys van betaling van ’n elektroniese fondsoorplasing van Mnr George Campbell ter waarde van sewentien duisend en vyftien rand as ’n betaling van sy SAL-vlug na Johannesburg ontvang. Kwitansienommer 2058 is uitgereik.
- Het ’n brief van Mev Sue Malan ontvang wat ’n drie-dae toerkwotasie vir ’n toer na Oos-Londen in SA bevat.
- Jy het ’n reisomslag van ABSA ontvang wat met veertig duisend vyf honderd rand vir Lorrain Shai gelaai is om op haar volgende bootrit te spandeer. Die kwitansienommer wat uitgereik is, is 2060. (21)

3.2 Watter probleme kan voorkom as gevolg van foutiewe kruisverwysing? (6)

3.3 Verduidelik die terme *uberrima fides* en *versekerbare belang* en gee EEN scenario waar elk geld. (4 + 4) (8)

[35]

TOTAAL AFDELING A: 110

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 Verskeie opsies word gegee as moontlike antwoorde op die volgende vrae. Kies die mees aanvaarbare antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (4.1.1–4.1.10) in die ANTWOORDBOEK.

4.1.1 Watter EEN van die volgende is ’n voorbeeld van ’n verkoopspersoon wat empatie met ’n kliënt se beswaar het?

A 'Ek verstaan hoe u voel.'
B 'Almal koop hierdie item.'
C 'Jy dink die prys is te hoog.'
D 'Dit is die beste kopie in die dorp.'

4.1.2 Watter EEN van die volgende is ’n voorbeeld van ’n produk in die reis- en toerismebedryf?

A ’n Brosjure wat boot-opsies verduidelik
B ’n Navraag oor vlugskedules
C ’n Vlieg-bestuur-vakansiepakket
D ’n Bevestigingsbrief aan ’n kliënt

4.1.3 In die reis- en toerismebedryf word kliënte se persepsie van waarde dikwels geassosieer met …

A prys.
B plek.
C wins.
D promosie.

4.1.4 ’n Verkoopspersoon moet ’n kliënt se vrae beantwoord en die voordele van produkte breedvoerig verduidelik sodat die kliënt …

A goed sal voel oor die koopbesluit.
B in ’n toestand van twyfel is.
C daaroor sal dink om te besluit.
D ’n vinnige besluit sal neem.

4.1.5 Waarom is dit goeie praktyk om te parafraseer wat ’n inkomende kliënt vir jou sê?

A Om ’n beperkte hoeveelheid inligting in te samel
B Om te sien of die kliënt na jou geluister het
C Om gepaste inligting van die kliënt te kies
D Om aan die kliënt te demonstreer dat jy geluister het

Kopiereg voorbehou

4.1.6 ’n Kliënt bel jou om ’n bespreking te verander.

Waarom sal jy die kliënt laat aanhou wanneer hy/sy bel?

A Om jou tyd te gee om die kliënt se lêer te kry
B Om die kliënt toe te laat om inligting oor jou maatskappy te hoor
C Om die kliënt toe te laat om die besonderhede van die versoek voor te berei
D Om jou tyd te gee om inligting oor alternatiewe reise voor te berei

4.1.7 Die volgorde van Maslow se hiërargie van behoeftes van bo na onder:

A Selfverwesenliking, veiligheid, fisiologies, sosiaal en selfbeeld
B Fisiologies, veiligheid, selfbeeld, sosiaal en selfverwesenliking
C Fisiologies, veiligheid, sosiaal, selfbeeld en selfverwesenliking
D Fisiologies, sosiaal, veiligheid, selfbeeld en selfverwesenliking

4.1.8 Vind plaas wanneer ’n toerpakket saamgestel word:

A Verbruik
B Produksie
C Bemarking
D Advertering

4.1.9 Bestuurders en professionele wat hoër-inkomstegroeptyddeel en -gastehuise gebruik:

A Hoër klas
B Middelklas
C Laer middelklas
D Laer klas

4.1.10 Enige bedrag wat oor is nadat alle noodsaaklike uitgawes betaal is:

A Ekonomies
B Inkomste
C Besteebare inkomste
D Begroting

(10 × 1) (10)

4.2

SOSIALE BEMARKINGSERA

Hierdie era het groot veranderings in die bemarkingsveld meegebring. Deur die internet en sosiale media kon besighede maklik na hulle kliënte uitreik en in kontak met hulle bly. Kommunikasie en sosiale media is belangrike idees van hierdie era. Die sosiale bemarkingsera word gekenmerk deur sosiale konneksies met kliënte deur verskeie sosiale media platforms. Blogs, advertensies en ander maniere om na mense uit te reik, het gewild geword. Teen 2012 was Twitter, Facebook, LinkedIn en maatskappye se blogs die oorheersende vorms van netwerking en kommunikasie.

Die eenvoudige handels-, produksie-, verkoops-, verhoudings-, sosiale media en ander verwante eras is die boublokke van die konsep van bemarking. Elk van hierdie eras het bygedra hoe bemarking deesdae beskou word. Die konsep van bemarking sal steeds ontwikkel vir toekomstige bemarkingsleiers om te interpreteer en verstaan.

[Aangepas uit: *http://www.trianglemarketingclub.com/the-evolution-of-marketing/*]

4.2.1 Verduidelik die term *sosiale media*. (2)

4.2.2 Noem TWEE tipes sosiale media wat in die artikel bespreek word. (2)

4.2.3 Noem DRIE sosiale-netwerkpersele wat in die artikel genoem word. (3)

4.2.4 Kies TWEE sosialemedianetwerkpersele wat in VRAAG 4.2.3 genoem is en verduidelik hoe 'n toerismemaatskappy dit tot sy voordeel kan gebruik. (2 × 2) (4)

4.3 Bespreek elk van die volgende eras van die bemarkingsevolusie:

4.3.1 Produksie-era

4.3.2 Verkoopsera

(2 × 4) (8)

4.4 Skryf die woord *handelsnaam* in die fonetiese alfabet wat in die toerismebedryf gebruik word. (5)

4.5 Noem, in die korrekte volgorde, die prosedure wat gevolg moet word wanneer 'n aanlyn bespreking vir vlugte gemaak word. (5)

4.6 Gee SES voordele om aanlyn besprekings vir die kliënt te maak. (6)

[45]

VRAAG 5

5.1 Kies ’n term uit KOLOM B wat pas by ’n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–E) langs die vraagnommer (5.1.1–5.1.5) in die ANTWOORDBOEK.

KOLOM A		KOLOM B	
5.1.1	Mense wat na ander mense beweeg	A	ekstroverte karakter
5.1.2	Mense wat teen ander mense beweeg	B	aggressiewe persoonlikheid
5.1.3	Mense wat van ander mense weg beweeg	C	onbetrokke persoonlikheid
5.1.4	Gewoonlik oop en gemotiveer deur die buitewêreld van mense	D	inskiklike persoonlikheid
5.1.5	Intern gemotiveer, die denke is soms so aktief dat dit afgesluit is vir die buitewêreld	E	introverte karakter

(5 × 1) (5)

5.2 Watter van die gesinslewensiklusfases word deur elk van die volgende verduidelikings beskryf? Skryf slegs die naam van die fase langs die vraagnommer (5.2.1–5.2.5) in die ANTWOORDBOEK.

5.2.1 Kinders se mening word gevra wanneer ’n vakansie bespreek word.

5.2.2 Geld word aan sekuriteit en mediese produkte bestee.

5.2.3 Daar word geld aan reise bestee omdat minder geld aan die huishouding bestee word.

5.2.4 Kan dit bekostig om duursame en duur produkte, selfs weelde-artikels te koop.

5.2.5 Veranderings aan vakansiereëlings om aan die behoeftes van die hele gesin te voldoen.

(5 × 2) (10)

5.3 Teken die produklewensiklus en verduidelik elke stadium. (10)

5.4 Onderskei tussen *persepsie* en *ingesteldheid* as faktore wat verbruikersgedrag beïnvloed. (2 + 2) (4)

5.5



Verduidelik die term *uitnemende kliëntediens* (*over-the-top client service)*. (2)

5.6 Jy is die eienaar van ABC Travel en jy lei nuwe personeel op hoe hulle goeie verkoopsvaardighede moet demonstreer.

5.6.1 Hoe moet personeel produkkennis inwin? (4)

5.6.2 Wat moet personeel doen wanneer 'n kliënt by die agentskap instap? (5)

5.6.3 Watter VYF wenke moet 'n konsultant in gedagte hou wanneer verkope oor die telefoon gedoen word? (5)
[45]

TOTAAL AFDELING B: 90
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou

(4021154)

ANTWOORDBLAD **EKSAMENNOMMER:** | | | | | | | | | | | | | |

BETALINGSREGISTER					
DATUM INGEDIEN	**ONTVANG VAN**	**TIPE BETALING**	**BEDRAG**	**GEGEE AAN**	**KWITANSIENOMMER**

POSREGISTER				
DATUM INGEDIEN	**NOMMER**	**KORRESPONDENT**	**INHOUD**	**GEGEE AAN**

Kopiereg voorbehou