higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N6

26 Mei 2021

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

INSTRUKSIES AAN NASIENERS

1. Sien al die vrae na.

2. Waar die nasienriglyn aandui dat nasieners hulle eie diskresie moet gebruik, moes kandidate die vraag geïnterpreteer en dienooreenkomstig ’n antwoord gegee het Nasieners moet interpreteer of die kandidaat se antwoord relevant is vir die vraag.

3. Die antwoorde in hierdie nasienriglyn is afgelei uit die N6 TRAVEL OFFICE PROCEDURES Future Managers-handboek. Wanneer standaardisering van hierdie vraestel gedoen word, moet die nasiener asseblief alternatiewe antwoorde uit ander handboeke aandui.

4. Sommige vrae is spesifiek ontledings- en evalueringsvrae. Die antwoorde op daardie vrae sal by die gevallestudie pas en die kandidate se antwoorde moet dus met die gevallestudie ooreenstem. Antwoorde op sulke vrae is slegs ’n riglyn en die nasiener moet die kandidaat se antwoord volgens die riglyn assesseer.

5. Volg die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.

6. Gebruik slegs ’n rooi pen.

7. Maak u regmerkies en kruisies netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 G
1.2 C
1.3 A
1.4 D
1.5 J
1.6 B
1.7 F
1.8 I
1.9 E
1.10 H

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Voorbereiding	Projekteer 'n professionele beeld	Bepaal die kliënt se behoeftes	Kommunikasie met die kliënt	Aanbieding
Potensiële maatskappye om te teiken✓ Doen navorsing oor algemene inligting van potensiële ondernemings ✓	Geen onderklere moet sigbaar wees nie✓ Hare moet skoon, netjies en fatsoenlik wees✓	Reispatrone✓ Motorhuur-pakette✓	Wat, waar, wanneer?✓ Stel jou reisagentskap bekend✓	Volledige reispakket✓ Gebruik tegnologie✓

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 Onwaar
3.2 Waar
3.3 Onwaar
3.4 Onwaar
3.5 Waar
3.6 Onwaar
3.7 Onwaar
3.8 Waar
3.9 Waar
3.10 Onwaar

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 4

4.1 10% (2)

4.2 R900 000,00 (Stap 1: verwagte toename in verkope) (2)

4.3 Werknemers werk harder as gevolg van die aansporing waarmee hulle beloon kan word. (2)

4.4 20% (2)

4.5 R900 000,00✓ × 20% ✓= R180 000,00✓ (Stap 2: maatskappywins) (3)

4.6 50% (1)

4.7 R180 000,00 × 50% = R90 000 (Stap 3: aansporingsbegroting)
R90 000,00✓ ÷ 4✓ = R22 500,00✓ per persoon (Stap 4) (3)

4.8

ITEM IN UITEENSETTING	PERSENTASIE	BEDRAG PER PERSOON
1. Promosie✓	10%✓	R2 250,00✓
2. Vervoer✓	40%✓	R9 000,00✓
3. Verblyf✓	30%✓	R6 750,00✓
4. Etes✓	15%✓	R3 375,00✓
5. Ander✓	5%✓	R1 125,00✓

(5 × 3) (15)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 60

AFDELING B

VRAAG 5

5.1
- Die openbarebetrekkingepraktisyn (OBP) (‘public relations practitioner’) moet die beeld en reputasie✓ van die maatskappy waarvoor hy/sy werk✓ onderhou en hanteer.✓
- Hy/sy moet die verspreiding van inligting bestuur✓ tussen ’n organisasie en sy publieke.✓
- Hy/sy moet die publiek oorreed om ’n sekere siening oor die organisasie te handhaaf.✓
- Die OBP skakel nie net met mense buite die organisasie nie, maar skakel ook met interne personeel✓ omdat die werknemers die organisasie se belangrikste groep is en die organisasie afhanklik is van sy werknemers vir die vervaardiging van dienste en produkte.✓ (8)

5.2 5.2.1 Invloedwerwing
5.2.2 Korporatiewe publisiteit
5.2.3 Voorligting
5.2.4 Persverhoudings
5.2.5 Produkpublisiteit

(5 × 2) (10)

5.3 5.3.1 Spesifieke vaardighede
5.3.2 Kwalifikasies
5.3.3 Persoonlike eienskappe
5.3.4 Spesifieke vaardighede
5.3.5 Persoonlike voorkoms
5.3.6 Kennis verlang
5.3.7 Persoonlike eienskappe
5.3.8 Kennis verlang
5.3.9 Spesifieke vaardighede wat vereis word
5.3.10 Persoonlike eienskappe

(10 × 1) (10)

5.4
- Omskryf die situasie, probleem of geleentheid
- Stel doelwitte
- Identifiseer die teikengehoor
- Formuleer die plan van aksie
- Bepaal die begroting
- Evaluering en terugvoering (6)

5.5
- Individuele besoeke
- Koerante en tydskrifte
- Baniere, T-hemde
- Uitstallings, demonstrasies of promosies
- Seminare, konferensies of werksessies
- Borgskappe vir kulturele of omgewingsprojekte
- Opvoedkunde
- Sosiale media, byvoorbeeld Facebook, Twitter, Instagram (Enige 6 × 1) (6)

5.6
- Neem tyd om in die spieël te kyk voordat jy voor die kamera verskyn
- Staan gemaklik en waaksaam
- Kyk na die verslaggewer en nie na die kamera nie
- Luister aandagtig
- Moenie vals inligting gee of vals indrukke skep nie
- Praat duidelik in kort frases
- Probeer antwoorde kort hou
- As jy voel dat jy jou punt nie duidelik gestel het nie, vra die onderhoudvoerder om jou weer op te neem.
- Dit is ’n goeie idee om die vraag in jou antwoord te herhaal om die konteks te gee
- Moenie bykomstighede dra wat kan raas nie (Enige 5 × 1) (5)

5.7 5.7.1 Gebruik sosiale media om aandag te kry.✓ Maak gebruik van Facebook,✓ Twitter✓ of Instagram✓ om die boodskap aan die teikenmark oor te dra. Plaas interessante feite✓ voor die opening van die nuwe hotel, soos hoe lank dit geneem het om dit te bou, agtergrondinligting oor die eienaar of die Michelin-restaurant. Die openbarebetrekkingebeampte (OBB) (‘PRO’) van die maatskappy sal die hoofpersoon wees wat verantwoordelik is om die aandag van die media te kry.✓ ’n Unieke stel vaardighede is vir hierdie taak nodig. (6)

Kopiereg voorbehou

5.7.2 Die OBB van ’n maatskappy is verantwoordelik om positiewe betrekkinge te handhaaf met eksterne publieke,✓ bv. klante, ander maatskappye, die algemene publiek✓ en veral lede van die media, soos radio, koerante, tydskrifte en televisie.✓

Die persbesoek is so ’n geleentheid waar goeie betrekkinge met die media opgebou word.✓ Gedurende ’n persbesoek word lede van die media, byvoorbeeld joernaliste, verteenwoordigers van radio en televisie, bloggers, ens., genooi om ’n bietjie tyd by die hotel deur te bring.✓ Dit word ook ’n sosiale besoek deur die media genoem.✓ (6)

5.7.3
- Opvolg deur die OBB is nodig in geval van verkeerde verslagdoening✓ en waar die vrygestelde inligting die openbare beeld van die maatskappy kan beskadig.✓
- ’n Vinnige reaksietyd✓ van die OBB of woordvoerder is van kardinale belang✓ en die nuusagentskap wat die inligting bekend gemaak het, moet onmiddellik gekontak word.✓
- Die OBB moet kan bewys✓ dat die vrygestelde inligting verkeerd is.
- Die nuusagentskap kan gedwing word om ’n regstelling, verskoning of verklaring te druk wat die saak regstel. (5)

5.7.4
- Persverklarings kan geskille veroorsaak as verkeerde verslaggewing plaasvind.✓
- Soos voorheen gesê is, is dit die taak van die OBB✓ om op hierdie verslae te reageer en die saak reg te stel.✓ (3)

5.8
- Die opening van die SAINTS-hotel
- Promosiedoeleindes
- ’n Komende liefdadigheidsgeleentheid
- Ons invloedwerwingsprojek
- Bewaringsverhale/-nuus
- Verskuiwing van kantore
- Reaksie op beskuldigings teen die maatskappy
- Ontvang ’n bedryfstoekenning
- Internasionale geleenthede word deur die SAINTS-hotel aangebied
- Vertel van ’n mylpaal
- Lig die publiek in dat die SAINTS-hotel die eerste hotel met ’n Michelin-restaurant is (Enige 10 × 1) (10)

Kopiereg voorbehou

5.9 **PERSVERKLARING✓✓**

Opening van nuwe SAINTS-hotel – Kaapstad✓✓

Die SAINTS-hotel maak bekend dat dit in Januarie volgende jaar gaan open.✓

Hierdie pasgeboude 5-sterhotel het die land se eerste Michelin-restaurant.✓ Dit het 107 luukse kamers,✓ concierge,✓ onderdak parkeerplek,✓ swembaddens,✓ binnenshuise speelarea, gimnasium, 24-uurkamerdiens en panoramiese uitsigte oor Kaapstad.

** EINDIG**✓✓

Vir verdere inligting, kontak:✓
PETER MOKABA✓
OBB – SAINTS-HOTEL✓

TEL: 021 554 9999✓
WEBWERF: www.SAINTSHOTEL.com✓
E-pos: pmokaba@saintshotel.com✓

PUNTETOEKENNING
UITLEG: 2
OPSKRIF: 2
ONDERWERP: 2
INLIGTING: 5
EINDE: 2
MEER INLIGTING: 1
TEL.-NR.: 1
WEBWERF: 1
E-POS: 1
KONTAKPERSOON: 1 (18)

5.10
- Antwoord joernaliste so gou moontlik.✓✓
- Hou in gedagte dat joernaliste onder druk is om binne ’n bepaalde tyd goeie berigte te lewer.✓✓
- As jy nie die antwoord op ’n vraag ken nie, moet jy dit uitvind.✓✓
- Moenie enige inligting wat betrekkinge met die media kan benadeel, weerhou nie.✓✓
- Moenie weier om inligting te gee of iets te sê nie.✓✓
- Dit is nie ’n goeie idee om te vra om vooraf te sien wat die joernalis geskryf het nie.
- Wees baie versigtig met wat jy sê en selfs hoe jy dit sê.
- Moet nooit stry oor die waarde van die berig nie.
- Maak seker dat jy die naam en kontakbesonderhede van die joernalis met wie jy gepraat het, neerskryf.
- Behandel alle joernaliste dieselfde.
- As jy beloftes maak, kom dit na.
- Moenie inligting vervals nie.

- Hou fotograwe dop omdat hulle geleenthede soek om inkriminerende foto's te neem.
- Werknemer-, arbeids- en veiligheidsrekords moet beskikbaar wees vir verwysing.
- Onmiddellike beramings van skade moet beperk word tot 'n algemene beskrywing van gebeure totdat 'n volledige ondersoek plaasgevind het.
- Bly positief en noem feite wat die inligting wat vrygestel gaan word tot voordeel van jou maatskappy sal laat wees. (Enige 5 × 2) (10)

[103]

VRAAG 6

6.1 6.1.1 Om in te lig
6.1.2 Om te oorreed
6.1.3 Om in te lig
6.1.4 Om te herinner
6.1.5 Om te herinner

(5 × 2) (10)

6.2 FASE 1 – Bepaal die doelstellings
FASE 2 – Identifiseer die teikengehoor
FASE 3 – Evalueer alternatiewe strategieë
FASE 4 – Bepaal die begroting
FASE 5 – Ontwikkel die program
FASE 6 – Koördineer met verbandhoudende kommunikasie
FASE 7 – Toets die program
STAP 8 – Implementeer die program
FASE 9 – Evalueer die uitwerking van die program (9)

6.3
- Die World Travel Market✓
- Dit het die meeste internasionale blootstelling en word in Kaapstad gehou.✓✓
- Gaste van die uitstalling kan die hotel besoek vir 'n eerstehandse ervaring. (3)

6.4
- Om gaste op die BBP-lys, soos deur die bestuurkantoor verskaf, te ontmoet en te groet.✓
- Om die dienste wat deur die afdeling vir openbare betrekkinge gebied word, te bestuur en toesig te hou daaroor.✓
- Om hotelgaste te verwelkom en hulle met hulle behoeftes en vereistes te help.✓
- Om aktiwiteitsprogramme te begin, te ontwerp en te reël vir spitstye soos bespreek met departementshoofde.✓
- Om sover moontlik in die openbare areas van die hotel te bly om kontak met gaste te behou.✓
- Om met die bedryf te skakel en 'geskenke' vir spesiale geleenthede aan te bied.✓
- Om toesig te hou oor die inligtingstoonbankpersoneel, om 'n opleidingrooster te koördineer en te implementeer en om roosters met werkskedules aan die personeel te gee.✓
- Om terreinbesoeke en toere deur die hotelkompleks doeltreffend uit te voer deur deeglik kennis te dra van alle fasiliteite en besienswaardighede in die kompleks.✓
- Om verantwoordelik te wees vir alle inligtingslektuur en -brosjures sowel as ontspanningsinligting. (Enige 8 × 1) (8)

6.5
- Om die hotel te bevorder deur persoonlike kontak met alle gaste; aktiwiteitsprogramme te koördineer, alles met die hoofdoel om diens aan die gas te bied.
- Die ontwikkeling en handhawing van ’n sterk verhouding met alle belanghebbendes.
- Hulp met die bemarking en advertering van die hotel. (Enige 2 × 1) (2)

6.6
- Sorg dat die beeld en reputasie van die SAINTS-hotel deur kommunikasie van hoë gehalte behou en verbeter word.
- Die bou en handhawing van ’n sterk interne kultuur en ’n positiewe korporatiewe en gemeenskapsbeeld.
- Die ontwikkeling en handhawing van goeie verhoudings met alle belanghebbendes. (3)

6.7
* Geld
* Mense
* Vermaak (Enige 2 × 1) (2)

[37]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou