higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N6

14 NOVEMBER 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1
1.1.1 Waar
1.1.2 Waar
1.1.3 Onwaar
1.1.4 Onwaar
1.1.5 Waar
1.1.6 Onwaar
1.1.7 Waar
1.1.8 Onwaar
1.1.9 Waar
1.1.10 Waar

(10 × 1) (10)

1.2 Die teikenmark vir sakereise sal bepaal word deur óf die maatskappy mense het wat gereeld vir sake reis of nie.✓ Groter maatskappye sal meer gereeld reis en hulle sal meer reisreëlings benodig.✓ Hoe nader die maatskappy aan die reisagentskap geleë is, hoe beter omdat die reisagent dit in gedagte moet hou dat verskeie reisdokumente afgelewer of afgehaal moet word.✓ (3)

1.3 Toyota SA sal ’n goeie maatskappy wees om as ’n sakereisvennoot te hê omdat dit ’n vervaardigingsmaatskappy is wat waarskynlik ander takke besoek,✓ oorsee reis ✓ na sy hoofkantoor en sake doen met internasionale vennote. Hulle sal gereeld van tak na tak of kantoor na kantoor reis.✓ (3)

1.4 ’n Reispatroon is die rede waarom toeriste kies na watter bestemming om te gaan ✓ en is van die uiterste belang as reisagente die finansiële voordele van die internasionale reisbedryf in sakereise wil maksimeer.✓

OF

’n Reispatroon is wanneer ’n reisagent bepaal hoe gereeld die maatskappy van sakereise gebruik maak, hoe lank hierdie reisie is en of die maatskappy enige voorkeure het aangaande vervoer en verblyf. (2)

1.5 Dit moet insluit:
- ’n Volledige reispakket.
- Reisplan van die voorgestelde sakereis. (2)

1.6
- Toon deeglike produkkennis.
- Verskaf alternatiewe reisreëlings.
- Herken goedkoper alternatiewe.
- Wees buigsaam en beklemtoon dat die reispakket verander of aangepas kan word.
- Toon deeglike kennis van geografie van reisbestemming.
- Toon deeglike kennis van tariewe wat gehef word. (Enige 5 × 1) (5)

1.7 Baie sakereisigers het gesinne en dit is dus 'n geleentheid vir die reisagent om die sakereisiger te oorreed om sy gesin saam te neem✓ hetsy vóór, gedurende of ná die sakereis.✓ Dit is belangrik dat die gesinne aktiwiteite en uitstappies het wat hulle tydens die sakereisiger se vergaderings kan vermaak.✓ Dit is die reisagent se verantwoordelikheid om alle verblyf, vervoer, ontspanningsaktiwiteite en uitstappies te reël om die gesin besig te hou.✓ (4)

1.8 Aansporingsreis is sakeverwante reis✓ wat ontwerp is om motivering of aansporing te verskaf✓ om sakemense te help om meer suksesvol te wees.✓ Aansporingsreise is daarop gemik om werknemers te motiveer om verkope te verhoog.✓ (4)

1.9
1.9.1 C (2)
1.9.2 B (2)
1.9.3 B (1)
1.9.4 A (2)
1.9.5 C (2)

1.10 1.10.1
- Identifiseer voornemende kliënte
- Stel jou maatskappy bekend en maak kontak (2)

1.10.2
- Doen jou bes om 'n afspraak te kry.
- Hou aan probeer en volhard.
- As jy die kans kry om met die bestuurder te praat, kom dadelik tot die punt en vra vir 'n afspraak.
- Begin met 'n vraag soos "Wil jy afwesigheid verlaag en jou wins verhoog?"
- Beklemtoon die voordele van aansporingsreise vir die werkgewer. (5)

1.11 1.11.1 Vervoer
- Lug
- Spoor
- Water
- Bus (4)

1.11.2 Dokumente
- Paspoorte
- Visas
- Gesondheidsertifikate
- Permitte
- Reisversekering (5)

1.11.3 Ekstras
- Vermaakbehoeftes
- Daguitstappies
- Spabehandelings
- Inkopies (Enige 2 × 1) (2)

[60]

TOTAAL AFDELING A: 60

AFDELING B

VRAAG 2

2.1
- Openbare betrekkinge handel daaroor om die maatskappy vir wie hulle werk se reputasie en openbare beeld te bestuur✓
- 'n Loopbaan in OB behels om die begrip en ondersteuning vir jou kliënte te kweek,✓ asook om mening en gedrag van mense buite sowel as binne die maatskappy te beïnvloed✓
- Jy sal alle vorme van media en kommunikasie gebruik om jou kliënte se reputasie op te bou, te handhaaf en bestuur✓
- Oortuig publiek om 'n sekere mening oor die organisasie te handhaaf
- Versprei inligting tussen organisasie en publiek (Enige 4 × 1) (4)

2.2 2.2.1
- Sterk verantwoordelikheidsin
- Morele en persoonlike integriteit om op te staan waarvoor jy glo
- Toleransie vir stres aangesien hy/sy onder druk werk
- 'n Bereidheid om te dien en 'n belangstelling in mense en in die gemeenskap hê
- Eerlike optrede
- Professionalisme in die werkplek (Enige 3 × 1) (3)

2.2.2
- Professionele voorkoms
- Goed versorg en fatsoenlik
- Trek aan vir die spesifieke geleentheid
- Volgens die beeld van die organisasie vir wie jy werk
- Subtiele grimering en bykomstighede (Enige 3 × 1) (3)

2.2.3
- Goeie kommunikasievaardighede
- Basiese bestuursvaardighede
- Organisasievaardighede
- Fotografiese vaardighede
- Kreatiewe vaardighede om innoverende idees en metode te vind
- Inligtingstegnologie-vaardighede om moderne tegnologie te benut
- Veeltaligheid (Enige 3 × 1) (3)

2.2.4
- Spesifieke openbare betrekkinge kwalifikasie
- Kwalifikasie deur PRISA
- Kwalifikasie deur regeringsorganisasies (Enige 2 × 1) (2)

2.2.5
- Kennis van die spesifieke bedryfsveld
- Kennis van die sterkpunte en swakhede van die maatskappy
- Kennis van die geleenthede en bedreigings in die eksterne omgewing
- 'n Goeie kennis van die rol van 'n OBB in die maatskappy
- Sakebewustheid en goeie kennis van aktuele sake
- Kennis van verskeie media wat tydens die openbare betrekkinge funksies gebruik kan word

(Enige 3 × 1) (3)

Kopiereg voorbehou

2.2.6 Ingesteldheid
- Positief en entoesiasties
- Behulpsaam en empaties (2)

2.2.7 Emosionele eienskappe
- Motiveer en lei personeel
- Emosioneel volwasse (2)

2.3 2.3.1 Stap 3 – Identifiseer die teikengehoor
2.3.2 Stap 2 – Stel doelwitte
2.3.3 Stap 5 – Stel die begroting vas
2.3.4 Stap 1 – Omskryf die situasie, probleem of geleentheid
2.3.5 Stap 4 – Formuleer die plan van aksie
2.3.6 Stap 6 – Evaluering en terugvoer
(6 × 2) (12)
[34]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Nee
3.1.2 Ja
3.1.3 Ja
(3 × 1) (3)

3.2 3.2.1 Ja
3.2.2 Nee
3.2.3 Nee
3.2.4 Ja
3.2.5 Nee
(5 × 1) (5)

3.3 3.3.1 D
3.3.2 G
3.3.3 I
3.3.4 B
3.3.5 F
3.3.6 A
3.3.7 E
3.3.8 H
3.3.9 C
(9 × 1) (9)

3.4 PERSVERKLARING✓✓

TSOGO SUN KRY 'N NUWE HUB✓✓

Tsogo Sun het op (datum van eksamen) aangekondig✓ dat hulle 'n nuwe HUB aangestel het.✓ Die nuwe HUB sal aan die einde van die (eksamenmaand – MAI/JUNIE/NOVERBER/DESEMBER) met sy pligte begin✓

Die HUB beplan om 'n nuwe lojaliteitsprogram vir sy plaaslike hotelle ✓ asook 'n nuwe anti-dobbel veldtog by sy casino's bekend te stel.✓

EINDE✓✓

Vir meer inligting kontak:
TSOGO SUN✓
Greystonstraat 446✓
Sandton✓

011 475 6897✓

OBB vir Tsogo Sun:
Mnr. Daniel Norton✓
E-posadres: dnorton@tsogosun.co.za✓
Twitter-rekening: @tsogosun✓
Facebook-blad: tsogosun✓
Webwerf: www.tsogosun.co.za✓

(15 Punte soos aangedui)
(5 Punte vir inhoud) (20)

3.5 3.5.1 Waar
3.5.2 Onwaar
3.5.3 Onwaar

(3 × 1) (3)
[40]

VRAAG 4

4.1 Reklame is belangrik vir enige maatskappy omdat dit help om belangrike inligting aan kliënte te kommunikeer✓ en is een van die eerste stappe om sterk verhoudings te bou.✓ Dit verhoog bewustheid vir verskillende handelsname wat in die mark beskikbaar is.✓ (3)

4.2 4.2.1 Mediareklame (‘above the line advertising’)
4.2.2 Mediareklame
4.2.3 Promosiereklame (‘below the line advertising’’)
4.2.4 Mediareklame
4.2.5 Promosiereklame
(5 × 1) (5)

4.3 4.3.1 Lewensduur van die media
4.3.2 Aard, koste en impak
4.3.3 Teikenmark
4.3.4 Begroting
4.3.5 Buigsaamheid van die media
(5 × 2) (10)

4.4 4.4.1 Selfoonreklame✓
- Bereik ’n spesifieke gehoor✓
- Kan onmiddellik inlig oor enige veranderinge/promosies✓
- Kan grootmaat SMS’e stuur wat geld spaar✓

4.4.2 Televisie✓
- Kombineer beeld, klank en beweging✓
- Aantreklik vir die sintuie✓
- Hoë aandag✓
- Hoë omvang
- Kan die hele gesin betrek (Enige 4 × 1)

4.4.3 Tydskrifreklame✓
- Geloofwaardigheid en prestige✓
- Hoë kwaliteit reproduksie✓
- Lang lewensduur✓
- Goeie aangee (‘pass-along’) leserskap
- Nasionale dekking
- Gewoonlik lojale lesers (Enige 4 × 1)

(3 × 4) (12)
[30]

VRAAG 5

5.1 Die oogmerke van ’n verkoopspromosie is om:
- Verbruikersvraag te verhoog
- Markvraag te stimuleer
- Produkbeskikbaarheid te verbeter
- Volume van verkope deur aansporings te verbeter
- Handelsbewustheid van produkte of dienste te verbeter
- Korttermyn verkope te verhoog
- Langtermyn markaandeel te help bou
- Oortollige kapasiteit van produkte of dienste te verkoop
- Gereelde kliënte te beloon
- Kliënte oor te haal om nuwe produkte te toets
- Mededingers se promosies in die wiele te ry (Enige 3 × 1) (3)

5.2 5.2.1 Toets die program
5.2.2 Evalueer alternatiewe strategies
5.2.3 Ontwikkel die program
5.2.4 Bepaal die oogmerke
5.2.5 Implementeer die program
5.2.6 Identifiseer die teikengehoor
5.2.7 Bepaal die begroting
5.2.8 Evalueer die uitwerking van die program
5.2.9 Koördineer met geassosieerde kommunikasies
(9 × 2) (18)

5.3 Wêreld Reismark✓✓
Dit is gemik op die toerismehandel.✓✓ (4)

5.4 5.4.1 TEGNIEKE
- Bonusse✓
- Kompetisies✓
- Geskenke
- Vakansiereise (Enige TWEE)

VOORBEELDE
- Reisagente✓
- Motorverhuringspersoneel
- Voorste linie personeel
- Kelners (Enige EEN) (3)

5.4.2 TEGNIEKE
- Weggee-geskenke✓
- Toelaes✓
- Afslag
- Kompetisies
- Gratis aanbiedings (Enige TWEE)

VOORBEELDE
- Toeroperateurs✓
- Motorverhuringsmaatskappye
- Oorstap-pendeldienste (Enige EEN) (3)

5.4.3 TEGNIEKE
- Gratis monsters✓
- Koepons✓
- Afslag
- Weggee-geskenke
- Geld af-bewyse
- Koop een kry een gratis (Enige TWEE)

VOORBEELDE
- Bestaande kliënte✓
- Potensiële nuwe kliënte (Enige EEN) (3)

5.5 Ja,✓ spesifieke pligte is deel van OBB se posbeskrywing in ’n hotel.✓ (2)
[36]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou