higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N6

15 NOVEMBER 2019

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 12 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

QUESTION 1

1.1

1.1.1	E
1.1.2	I
1.1.3	B
1.1.4	G
1.1.5	H
1.1.6	C
1.1.7	F
1.1.8	J
1.1.9	A
1.1.10	D

(10 × 1) (10)

1.2 1.2.1

- Vervaardigingsmaatskappye is goeie teikens vir sakereis-kontrakte aangesien hulle oor verskeie takke/kantore op verskillende plekke of in streke en lande beskik.✓✓
- Daarvoor moet sakelui omvattende reise tussen die verskillende takke en selfs oorsee onderneem, en die potensiaal vir groot inkomsteverdienste vir reisagentskappe is dus daarin geleë.✓✓
- Aangesien hierdie sakelui meer dikwels reis, beteken dit 'n groter (bestendige) inkomste vir die reisagentskap. (4)

1.2.2

- Die aard van die maatskappy se besigheid
- Die ligging van die hoofkantoor/takke/vervaardigingsaanlegte
- Die aard en grootte van sy verkoopsmag
- Die produkte wat die maatskappy vervaardig of verkoop
- Die handelskoue/konferensies/werkswinkels wat sy verteen-woordigers bywoon

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat die studente die vrae in hul eie woorde kan beantwoord. Ken punte toe as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is. Die studente is om hul mening gevra.] (5)

1.3 1.3.1

- Dit motiveer die personeel.
- Dit verlaag afwesigheid.
- Die maatskappy se doelstellings word bereik.
- Die produktiwiteitspeil kan verhoog.
- Die openbare beeld van die maatskappy word bevorder.

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat die studente die vrae in hul eie woorde kan beantwoord. Ken punte toe as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is. Die studente is om hul mening gevra.] (5)

1.3.2
- Die personeel wedywer onder mekaar om hul verkope te verhoog en sodoende ontvang die wenner 'n gratis vakansie.
- Aansporingsreise kos die maatskappy nie geld nie aangesien die uitgawes deur die verhoogde verkope gedek sal word.
- Dit is 'n goeie manier om personeel te motiveer om hard te werk.
- Dit is 'n vorm van ontspanningsreis.
- Werknemers word vir goeie werk beloon.
- Dit skep 'n wen–wen-situasie vir sowel werkgewer as werknemer.
- Werknemers werk veel harder om hul teikens te bereik en die maatskappy se inkomste verhoog.

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat die studente die vrae in hul eie woorde kan beantwoord. Ken punte toe as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is. Sommige studente kan 'n definisie neerskryf. Die studente is om hul mening gevra.] (3)

1.3.3
- Verduidelik die voordele van 'n aansporingsprogram aan die personeel.
- Hierdie voordele sluit die volgende in:
  - Alle aansporingsprogramme verbeter die werknemers se kennis.
  - Die wenner ontvang erkenning.
  - Die werknemers tree in wisselwerking met mekaar.
  - Selfvertroue word verbeter.
  - Dit dryf werknemers se moraal op.
  - Hulle verkry 'n gevoel van prestasie.
- Die personeel moet besef dat, as hulle wen, hulle 'n vakansie ontvang waartydens alle uitgawes betaal sal word.

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat die studente die vrae in hul eie woorde kan beantwoord. Ken punte toe as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is. Sommige studente kan die voordele noem. Die studente is om hul mening gevra.] (6)

1.3.4 Verduidelik aan Steelworks SA dat die koste van die aansporingsreis deur die verhoogde verkope gedek word.✓
Aangesien die verkope toeneem, sal die wins ook styg.✓

Verduidelik die volgende stappe aan die HUB:

STAP 1 – Bereken die geprojekteerde toename in verkope.✓
STAP 2 – Bepaal die maatskappy se wins.✓
STAP 3 – Bereken die aansporingsbegroting.✓
STAP 4 – Bepaal die bedrag per persoon.✓

Kopiereg voorbehou

Verduidelik die ontleding van die begroting per persoon:✓

Promosie – 10%✓
Vervoer – 40%✓
Verblyf – 30%✓

Etes – 15%✓
Ander – 5%✓

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat daar geen spesifieke volgorde vir hierdie vraag geld nie. Hou ook in gedagte dat die studente die vraag in hul eie woorde kan beantwoord, en punte moet toegeken word indien hul betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is (buiten vir die persentasies aangesien dit nie gaan verander nie). Die studente is gevra hoe hulle die begroting sou verduidelik (hul mening).] (12)

1.3.5 Ja, daar is enkele faktore wat die koste van die reis kan beïnvloed.

- Die lewertyd tussen kwotasies
- Die aantal wenners
- Skommelinge in die wisselkoers
- Groepskortings indien meer as 10 wenners gekies word
- Of die wenners na 'n sentrale stad moet reis, van waar hulle dan saam vertrek
- Die koste verbonde aan die verspreiding van reisdokumente

(Enige SES van hierdie faktore) (6)

1.3.6 VRAELYS (Deel van die uitleg)

Voltooi asseblief die volgende vraelys om Travel Unlimited in staat te stel om vas te stel hoe suksesvol die aansporingsprogram is wat aan die maatskappy bekendgestel is. (Deel van die uitleg)

Die kandidate kan enige VYF van die vrae hier onder of enige ander toepaslike vrae insluit.

Daar moet 'n spasie vir antwoorde voorsien word. (Deel van die uitleg)

1. Is die aansporingsreiskompetisie op 'n aanvaarbare wyse georganiseer?✓
2. Het jy te alle tye verstaan wat daar van jou verwag is?✓
3. Het die tydlyn die verwagte resultate moontlik gemaak?✓
4. Was die reis al die moeite werd wat jy daaraan bestee het?✓
5. Is jy tevrede oor die verblyf en die vervoer wat gereël is?✓
6. Is daar genoeg vermaak en aktiwiteite bespreek?
7. Was hierdie aktiwiteite stimulerend en interessant?

8. Watter aktiwiteite kon ons ingesluit het om die reis interessanter te maak?
9. Sal jy weer aan 'n aansporingsreisprogram deelneem?
10. Watter probleme het jy ondervind?
11. Hoe kan hierdie probleme in die toekoms vermy word?
12. Watter veranderinge moet aangebring word?
13. Het jy enige voorstelle vir 'n volgende reis?
14. Sou jy bereid wees dat die reisagentskap jou as verwysing gebruik?

Dankie dat jy aan hierdie vraelys deelgeneem het. Ons strewe daarna om uitnemende diens aan jou, ons gewaardeerde klant, te lewer. (Deel van die uitleg)

[Nota aan nasieners: 'n Maksimum van TWEE punte moet vir die uitleg van die vraelys (insluitende die opskrif, instruksies, spasie vir antwoorde en die dankie-aantekening aan die einde) toegeken word.
'n Maksimum van VYF punte moet vir toepaslike vrae toegeken word.] (7)

1.3.7
- Is die kliënt se doelwitte bereik?
- Het die prys/vakansie die moeite wat die deelnemers gedoen het, regverdig?
- Was die kliënt gelukkig met ons diens?
- Het die kliënt aan die aspekte voldoen waaroor albei partye ooreengekom het?
- Het enige wankommunikasie plaasgevind en hoe kan dit vermy word?
- Was die begroting wat deur die kliënt voorsien is, voldoende?
- Was die kommissie wat verdien is, genoeg in verhouding tot die moeite wat gedoen is?
- Moes 'n diensfooi daarby gevoeg geword het?
- Het daar enige probleme ontstaan?
- Watter veranderinge moet vir toekomstige reise aangebring word?
- Is daar genoeg tyd opsygesit?
- Waar kan ons daarop verbeter?

(Enige TWEE)

[Nota aan nasieners: Neem kennis daarvan dat die studente die vrae in hul eie woorde kan beantwoord, en punte moet toegeken word as hul betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is. Die studente is om hul mening gevra.] (2)
[60]

TOTAAL AFDELING A: 60

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Interne publieke
2.1.2 Interne publieke
2.1.3 Eksterne publieke
2.1.4 Interne publieke

(4 × 2) (8)

2.2

Persoonlike eienskappe	Persoonlike voorkoms	Spesifieke vaardighede	Kwalifikasies	Kennis verlang
Verantwoordelik-heidsgevoel✓	Fatsoenlik✓	Bestuursvaardig-hede✓	Dienste-SOOO✓	Verskeie media om tydens OB-funksies te gebruik✓
Professionalisme✓	Goed afgerond✓	Organisatoriese vaardighede✓	Joernalistiek✓	Besigheidsbewust-heid✓
Eerlikheid✓	Toepaslik geklee✓	Vermoë om meer as een taal te praat✓	Personeel-bestuur✓	Maatskappy se sterk-punte en swakhede✓

(15)

2.3 2.3.1 Omskryf die situasie, probleem of geleentheid.

2.3.2 Daar bestaan 'n negatiewe persepsie.

2.3.3 Doelwitte om die publiek in te lig

2.3.4 Die kandidate moet gepaste voorstelle doen oor wat Sun City kan doen om meer mense met kinders te lok.

Byvoorbeeld: Stuur 'n groot reklameveldtog van stapel om Sun City se nuwe vermaaklikheidsentrum, wat uit 50 nuwe ritte en wateraktiwiteite vir kinders bestaan, aan mense met kinders bekend te stel.

Bied 'n spesiale diens vir klein kinders aan soos toesig by die babaswembad.

[Nota aan nasieners: Hierdie is 'n oop vraag. Maak dus seker dat die antwoord met Sun City en gaste met klein kinders verband hou.]

2.3.5 Formuleer 'n plan van aksie.

2.3.6 'n Toename in besoeke deur mense met klein kinders

2.3.7
- Die koste verbonde aan die beplande aktiwiteite
- 'n Verskeidenheid aktiwiteite (Enige EEN)

(7 × 1) (7)

[30]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Onwaar
3.1.2 Waar
3.1.3 Onwaar
3.1.4 Onwaar
3.1.5 Onwaar

(5 × 1) (5)

3.2
- Sun City kan 'n fasiliteitsbesoek vir die pers reël.
- Hy kan 'n spesiale aanbod vir mense met kinders adverteer.
- Hy kan 'n pretloop vir kinders en ouers hou.

[Nota aan nasieners: Assesseer die kandidate se antwoorde vir korrektheid. Dit is 'n oop vraag en nasieners moet seker maak dat die soort GEBEURTENIS verband hou met hoe Sun City meer mense met klein kinders kan lok om daarnatoe te kom en oor te bly.] (3)

3.3
- Die OBB moet interne en eksterne publieke in gedagte hou wanneer hulle navrae van die pers beantwoord.
- OBB's word daarin opgelei om op beskuldigings te reageer sonder om enige goeie betrekkinge te benadeel.
- Die OBB kan gevra word om bykomende inligting of statistiek en foto's van die personeel en fasiliteite te stuur of selfs om joernaliste by die maatskappy te ontvang.
- Dit is die OBB se verantwoordelikheid om 'n gunstige beeld van die maatskappy vir die buitewêreld te skep en te handhaaf. (4)

3.4 3.4.1
- Bemark die opening in 'n plaaslike koerant.
- Huur 'n beroemde persoon om die opening by te woon.
- Kontak jou plaaslike geselsradiostasie.
- Wees op die uitkyk na funksiebloggers.

[Nota aan nasieners: Assesseer die kandidate se antwoorde – hulle is om hul mening gevra. Die studente kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (Enige 2 × 1)

3.4.2
- Stel die media in kennis waarom hierdie diens nuut en vars is.
- Bespreek 'n plaaslike orkes vir die geleentheid.
- Reël dat geskenkies by die opening weggegee word.
- Bied kontantpryse en kortings aan.

[Nota aan nasieners: Assesseer die kandidate se antwoorde – hulle is om hul mening gevra. Die studente kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (Enige 2 × 1)

Kopiereg voorbehou

3.4.3
- Maak van die sosiale media gebruik om die nuus aan jou teikenmark te versprei.
- Plaas interessante feite soos dat dit die hoogste spa in die land is.
- Gee agtergrondinligting.
- Sorg vir spesiale aanbiedinge.

[Nota aan nasieners: Assesseer die kandidate se antwoorde – hulle is om hul mening gevra. Die studente kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (Enige 2 × 1) (3 × 2) (6)

3.5 'n Perskonferensie is die bemarking van produkte of die mededeling van beskouings en verklarings oor 'n spesifieke onderwerp of kwessie✓ voor die media. ✓

'n Persmededeling is 'n geskrewe en opgetekende beskouing of verklaring✓ wat aan die media besorg word om aangekondig of uitgegee te word. ✓ (4)

3.6 AL DIE VERDUIDELIKINGS WAT IN REAKSIE OP HIERDIE VRAAG GEGEE WORD, MOET SPESIFIEK MET DIE PUBLISITEITSVELDTOG WAT DIE KANDIDAAT IN VRAAG 2.3.4 UITGEDINK HET, VERBAND HOU.

STAP 1 – BESKRYF DIE AARD VAN DIE STORIE✓
Wat is die groot nuus wat aangekondig gaan word?✓ Die kandidate moet die nuus met hul spesifieke publisiteitsveldtog vir Sun City in verband bring.

STAP 2 – BEPLAN DIE TYD✓
Is genoeg publisiteit gegenereer om 'n perskonferensie te regverdig?✓ Die kandidate moet hul antwoord met hul spesifieke publisiteitsveldtog vir Sun City in verband bring.

STAP 3 – KRY DIE REGTE PLEK✓
Dit moet vir joernaliste maklik wees om die perskonferensie te kan bywoon. Ideaal gesproke moet die perskonferensie by Sun City self gehou word, waar die pers die idee eerstehands kan ervaar.✓

STAP 4 – REËL DIE SPREKERS✓
Maak gebruik van sprekers wat die media kan vertrou. Mnr Sol Kerzner moet, ideaal gesproke, die persoon wees wat die idee aan die pers bekendstel.✓

STAP 5 – NOOI DIE MEDIA UIT/STEL DIE MEDIA VAN DIE MEDEDELING IN KENNIS✓
Daar moet uitnodigings aan al die verteenwoordigers van die media uitgestuur word. Die uitnodiging moet inligting bevat oor die funksie en moet die wie, wat, wanneer, waar en hoe beklemtoon. 'n Bondige verduideliking van wat die perskonferensie gaan behels, moet gegee word.✓

STAP 6 – STEL 'N PERSPAKKET SAAM✓
Die pakket vir die pers moet al die toepaslike inligting oor jou publisiteitsveldtog bevat asook materiaal wat die joernaliste later kan gebruik.✓

STAP 7 – BEPLAN OM VISUELE HULPMIDDELS IN TE SPAN✓
Dit sluit baniere, plakkate, en so meer in, waarop die besienswaardigheid vertoon word.✓

STAP 8 – HOU DIE EINTLIKE FUNKSIE✓
Die kandidate moet 'n beskrywing gee van wat op die dag sal gebeur.✓

STAP 9 – DOEN 'N BEHOORLIKE OPVOLG✓
Kontroleer of jou perskonferensie wel in die media vermeld word. Werk medialêers en joernaliste se kontakbesonderhede by en bedank almal wat betrokke was.✓

[Nota aan nasieners: Onthou dat hierdie vraag gekoppel moet word aan die keuse wat die studente in VRAAG 2.3.4 uitgeoefen het. Hulle kan die vraag in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die antwoord van toepassing is op hul antwoord op VRAAG 2.3.4.] (9 × 2) (18)

[40]

VRAAG 4

4.1 Om te oorreed: Die idee is om mense met klein kinders te oorreed om besoek by Sun City af te lê. (1)

4.2 4.2.1 Televisie (*die toepaslikste reklamemedium*)

VOORDELE
- Die hele Suid-Afrika kan bereik word.
- Dit kombineer sig, klank en beweging.
- Dit doen 'n beroep op die sintuie.
- Dit trek hoë aandag.
- Dit het 'n hoë reikwydte.
- Dit betrek die hele gesin. (Enige 5 + 1) (6)

4.2.2
- Teikenmark
- Die aard, koste en invloed van die media
- Die reikwydte en frekwensie van die media
- Die lewensduur van die media
- Die buigsaamheid daarvan
- Begroting
- Verspreiding

[Nota aan nasieners: Die studente is om hul mening gevra. Hulle kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (7)

4.2.3 Nee (1)

4.2.4
- Die internet
- Reistydskrifte
- Plaaslike, streeks- en nasionale koerante
- Radio
- Buitelugreklame
- Direkte pos
- Brosjures en pamflette
- Selfoonreklame (Enige 7 × 1) (7)

4.2.5 Bo-die-lyn-reklame (2)

4.2.6 Die advertensie moet die volgende doen:
- Aandag trek
- Belangstelling wek
- 'n Begeerte ontketen
- Die verbruiker laat optree

Die televisie kan gelukkig al hierdie stappe uitvoer aangesien dit 'n lewendige vorm van reklame is. (6)
[30]

VRAAG 5

5.1 [Nota aan nasieners: Die kandidate kan tussen reklame of 'n verkoops-promosie kies, maar hulle moet aandui waarom hulle die spesifieke keuse uitgeoefen het.
✓ omdat hulle óf reklame óf verkoopspromosie gekies het
✓✓✓✓ vir elke rede]

Deur van reklame gebruik te maak, word 'n bewustheid van 'n produk geskep en word die handelsmerk opgebou. 'n Verkoopspromosie motiveer voornemende kopers om in 'n produk belang te stel en uiteindelik die produk aan te koop. 'n Verkoopspromosie het gewoonlik die een of ander spesiale aanbod, byvoorbeeld 'n korting soos 'n 'koop-een-kry-een-verniet'-tipe aanbod.

REKLAME		VERKOOPSPROMOSIE
• Skep bewustheid • Bou 'n handelsmerk op • Lig in • Herinner • Trek aan/lok • Word gebruik om aan verbruikers te vertel wat die maatskappy kan bied	OF	• Motiveer voornemende kopers om in 'n produk belang te stel • Hulle koop uiteindelik die produk aan • Sluit die een of ander spesiale aanbod in soos 'n korting of 'n 'koop-een-kry-een-verniet'-tipe aanbod

(6)

5.2
- Kinders onder 12 jaar betaal geen toegangsgelde nie.
- Daar is 'n 50%-korting vir kinders onder 16 jaar oud.
- Koop een, kry een verniet.

[Nota aan nasieners: Assesseer die kandidate se antwoorde, wat met VRAAG 4.2 verband moet hou. Die studente is om hul mening gevra. Hulle kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (2)

5.3 Word op die verbruiker✓ gerig aangesien Sun City wil hê dat ouers en kinders sy vermaaklikheidsentrum moet besoek✓ (2)

5.4
- Om korttermynverkope te verhoog
- Om te help om langtermynmarkaandeel op te bou
- Om oortollige kapasiteit van produkte of dienste te verkoop
- Om gereelde klante te beloon
- Om klante te lok om nuwe produkte op die proef te stel
- Om mededingers se promosies in die wiele te ry

(6)

5.5
- Weggeegeskenke by die vermaaklikheidsentrum, byvoorbeeld strandballe
- Koop een, kry een verniet.
- Verkoopspuntuitstallings van ander dienste by Sun City soos verblyf
- Kompetisies
- Trekkings vir gratis toegang (100ste besoeker mag verniet inkom) (5)

5.6
- Dit vul reklame en ander elemente van bemarkingskommunikasie aan.
- Die word as aansporing vir die verbruiker aangebied.
- Dit bestaan uit 'n verskeidenheid aktiwiteite en aansporings.
- Dit is op resultate gerig en stimuleer onmiddellike reaksie.
- Daar is 'n winskoop daarby betrokke.
- Dit het 'n kort lewensduur – is slegs vir 'n bepaalde tydperk geldig.

(Enige 5 × 1) (5)

5.7 Op skoue waarop vakansies bemark word✓✓

[Nota aan nasieners: Dit is 'n oop vraag. Enige toepaslike uitstalling/skou moet oorweeg word. Dit moet egter met Sun City verband hou.] (2)

5.8 Aangesien die Indaba op die bedryf gemik is,✓ terwyl Sun City se promosie op die verbruiker gerig is✓

[Nota aan nasieners: Die studente is om hul mening gevra. Hulle kan die vrae in hul eie woorde beantwoord, en punte moet toegeken word as die betekenis dieselfde as dié in die nasienriglyn is.] (2)

5.9
- Om die gaste op die BBP-lys te ontmoet en te groet
- Om die dienste wat die OB-lessenaar aanbied, te bestuur en toesig daaroor te hou
- Om hotelgaste te verwelkom en hulle met hul behoeftes en vereistes by te staan
- Om aktiwiteitsprogramme in spitstye te inisieer, te ontwerp en te reël
- Om so veel moontlik in die openbare areas van die hotel te bly ten einde kontak met gaste te behou
- Om met die bedryf te skakel en 'weggeegeskenke' aan te bied
- Om toesig oor die inligtingslessenaarpersoneel te hou
- Om terreinbesoeke effektief uit te voer
- Om vir alle inligtingslektuur en -brosjures verantwoordelik te wees

(Enige 5 × 1) (5)

5.10 5.10.1 Posbeskrywing
5.10.2 Posbeskrywing
5.10.3 Posspesifikasie
5.10.4 Posbeskrywing
5.10.5 Posspesifikasie

(5 × 1) (5)
[40]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou