

Proefexamen
PR/Bedrijfscommunicatie



Beschikbare tijd: 90 minuten

HET PROEFEXAMEN BESTAAT UIT 8 GENUMMERDE PAGINA'S, waarin opgenomen:

- ✓ 10 MEERKEUZEVRAGEN, gericht op toetsing van kennis van het begrippenkader
- ✓ 8 OPEN VRAGEN, gericht op toetsing van kennis van en inzicht in de samenhang van het begrippenkader

BENODIGDE HULPMIDDELEN:

- ✓ pen, kladpapier

Richtlijnen voor de vaststelling van het eindcijfer

Het eindcijfer wordt afgerond op een geheel cijfer volgens de normale afrondingsregels (dus $5,49 = 5$; $5,50 = 6$).

N.B.: Je moet de vragen beantwoorden op deze opgavebladen. Lever deze dus aan het einde in!

Meerkeuzevragen

Omcirkel de letter voor het juiste antwoord.

1. Welke uitspraak hoort niet in het rijtje thuis? Het imago van een bedrijf wordt vooral gevormd door:
 - A. het beleid en de uitspraken van het management
 - B. het gedrag van de medewerkers
 - C. afspraken over interne communicatie
 - D. beeldvorming in de media

2. Wat is een voorbeeld van een interne doelgroep?
 - A. familie van medewerkers
 - B. omwonenden
 - C. aandeelhouders
 - D. banken

3. Een lezer dreigt snel af te haken als de schrijver:
 - A. sfeerbeelden toevoegt
 - B. alle detailinformatie over het onderwerp geeft
 - C. veel in de bedrijvende vorm schrijft
 - D. doelgroepgericht schrijft

4. Welke bewering is juist?
 - A. een klachtenbehandeling is stellingnemend en argumenterend
 - B. een afspraakbevestiging is mededelend en argumenterend
 - C. een verkoopbrief is mededelend en constaterend
 - D. een uitnodiging is stellingnemend en constaterend

5. Bij een folder is de vouwwijze belangrijk. Welke van de volgende 4 vouwwijzen klopt niet?
 - A. het rechtervlak wordt naar binnen gevouwen, daarna gaat het linkervlak over het rechtervlak heen (wikkelvouw)
 - B. het linkervlak wordt naar binnen gevouwen, daarna gaat het rechtervlak over het linkervlak heen (zigzagvouw)
 - C. de folder heeft vier vlakken in de breedte naast elkaar; hij wordt dubbel gevouwen en daarna nog een keer op dezelfde manier dubbel gevouwen (parallelvouw)
 - D. de folder heeft niet vier vlakken in de breedte naast elkaar, maar twee boven en twee onder; de vouwwijze is gelijk aan de manier waarop je een brief vouwt om in een envelop te doen (kruisvouw)

6. Een chapeau is:
 - A. een pay-off
 - B. een tussenkop
 - C. een illustratie
 - D. een bovenkop

7. Bij het maken van een bedrijfsblad gebruikt men vaak de human interest-aanpak. Wat past niet binnen deze aanpak?
- A. de persoon achter een rapport laten zien
 - B. niet het individu maar de groep wordt in beeld gebracht
 - C. het portretteren van een voor de lezer herkenbare persoon
 - D. de emotie van het individu tonen
8. De letters ABABA staan voor de nieuwscriteria:
- A. attentie, belangrijkheid, afwijking, belangstelling, autoriteit
 - B. actualiteit, belangrijkheid, afwijking, beroemdheid, actie
 - C. attentie, belangrijkheid, afwijking, belangstelling, actie
 - D. actualiteit, belangrijkheid, afwijking, belangstelling, autoriteit
9. Een embargo bij een persbericht is:
- A. een inhoudsopgave
 - B. datum en tijdstipvermelding wanneer het bericht gemaakt is
 - C. datum en tijdstipvermelding wanneer het bericht gepubliceerd mag worden
 - D. het tijdstip waarop de journalist het interview kan houden
10. Een horizontale vakbeurs heeft de volgende kenmerken:
- A. gericht op meerdere bedrijfstakken, presenteert producten van één bedrijfstak
 - B. gericht op een breed publiek, presenteert een breed assortiment
 - C. gericht op één bedrijfstak, presenteert producten van meerdere bedrijfstakken
 - D. gericht op de detailhandel, presenteert een breed assortiment

Einde meerkeuzevragen

Open vragen

Je werkt als management assistent bij Waltman BV. Jouw afdeling draagt bij aan het vormgeven en uitvoeren van het PR/communicatie-beleid. Tijdens het afdelingsoverleg komt een aantal zaken aan de orde.

1. Volgens het afdelingshoofd is het evenwicht tussen je organisatie en de samenleving enigszins verstoord, waardoor Public relations in actie moet komen.

a. Geef drie voorbeelden waarin het evenwicht tussen een organisatie en de samenleving verstoord is.

.....
.....
.....

b. Gebruik een van de drie voorbeelden onder 1.a. om onderstaande middelenmatrix in te vullen. Laat aan de hand van dit voorbeeld zien welke drie communicatiemiddelen worden ingezet voor welke drie doelgroepen.

2. a. Je moet uitleggen aan een nieuwe collega wat de leesstrategie is van de gemiddelde lezer. Wat kun je bijvoorbeeld zeggen over de volgorde waarin een lezer een krant doorleest?

.....
.....
.....
.....

b. Door leesaanwijzingen kun je een bericht verhelderen. Je herschrijft onderstaand memo van de nieuwe collega dat nogal in telegramstijl is geschreven. Voeg verbeteringen toe waardoor structuur, inhoud en vormgeving overzichtelijk worden.

Mirjam
Problemen met kerstpakket, directie niet enthousiast, had graag geld aan een goed doel gegeven naast een kleiner kerstpakket. Kunnen we nog veranderen?
Lucy

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Je afdeling moet een direct mailing versturen om een nieuw product te promoten. De opdrachtgever vraagt of de AIDA-formule daarbij wel wordt toegepast. Je laat aan de hand van de vier AIDA-onderdelen zien dat deze formule precies aansluit bij een direct mailing.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Jullie discussiëren over de vraag of er een folder of een brochure moet worden meegestuurd met de mailing. Geef aan de hand van drie argumenten aan waarom je in deze fase kiest voor een folder i.p.v. een brochure.

.....

.....

.....

.....

5. Je afdeling gaat een productadvertentie plaatsen in een regionaal dagblad. Daarin wordt iets verteld over het nieuwe product dat je op de markt gaat brengen. Doe een voorstel op welke manier je de expressieve eigenschappen van dat product zou willen laten zien in de advertentie. Je mag zelf kiezen welk product je wilt introduceren.

.....

.....

.....

.....

.....

6. Het bedrijfsblad moet over drie weken weer verschijnen. De inhoud wordt in jullie overleg besproken. Aan de nieuwe collega geef je uitleg over de productie van het bedrijfsblad.

a. Hoe noem je bedrijfsbladen die gericht zijn op interne doelgroepen en hoe noem je bedrijfsbladen die gericht zijn op externe doelgroepen?

.....
.....

b. Je kunt het bedrijfsblad onderverdelen naar inhoud. Geef vijf verschillende soorten 'paginavulling'. Een soort paginavulling is bijvoorbeeld de voorpagina.

.....
.....
.....
.....

c. In de redactieformule spreekt de redactie af hoe de informatie in het bedrijfsblad zal worden weergegeven. Een redactie kan daarbij gebruik maken van meerdere schrijfstijlen. Noem er twee en beschrijf de werkwijze.

.....
.....
.....
.....

7. Jullie bedrijf heeft geïnvesteerd in een nieuwe productiemachine. Was het bedrijf tot nu toe afhankelijk van een zeer milieuverontreinigend productieproces, met de nieuwe machine wordt de belasting voor het milieu tot een minimum gereduceerd. Er wordt geopperd om naar aanleiding van de ingebruikname van de nieuwe machine een persbericht te doen uitgaan. Het concept voor dit persbericht begint als volgt:

'Waltman BV neemt op maandag 12 december a.s. een unieke nieuwe productiemachine in gebruik. Deze machine belast het milieu slechts minimaal, waarmee Waltman BV weer eens laat zien dat het tot de beste bedrijven in de branche behoort.'

Lever kritiek op deze schrijfstijl en herschrijf de tekst zodanig dat er rekening gehouden wordt met de kritiek die je leverde.

.....
.....
.....
.....
.....

8. a. Je afdeling besluit een interne nieuwsbrief te gaan uitgeven. Daarin wordt informatie gegeven over een aantal actuele zaken binnen de afdeling. Jij moet over twee onderwerpen een kort informatief stukje tekst schrijven. Maak gebruik van onderstaande informatie voor twee prettig leesbare teksten. Bedenk bij beide een pakkende kop. Je mag zelf ontbrekende informatie aanvullen.

tekst a1

- systeem zomervakantie is gewijzigd
- gebouw is twee weken dicht
- op te nemen vakantie is maximaal 4 weken
- vakantie moet in ieder geval in die twee weken vallen

tekst a2

- Annemarie de Kuiper neemt afscheid
- op vrijdag 12 juni is er een receptie
- plaats: grote kantine
- tijd: 16.00 tot 17.30 uur
- opgeven als je wilt spreken of iets anders ter afscheid wilt doen

a1.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

a2.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- b. Er komt een aanvraag voor sponsoring binnen. Binnen de afdeling ontstaat een discussie of de aanvraag een geval van sponsoring is of van donatie. Leg uit wat het verschil is tussen die twee.

.....

.....

.....

Einde open vragen

Einde Proefexamen

Antwoorden en normering proefexamen PR/Bedrijfscommunicatie

Meerkeuzevragen	Punten
1. C 2. A 3. B 4. A 5. B 6. D 7. B 8. D 9. C 10. A	10 x 3
Totaal meerkeuzevragen	30

Open vragen	
1. a. Voorbeelden zijn financiële problemen, een milieuschandaal of een product dat afgekraakt wordt op televisie.	4
b. Ter beoordeling corrector. Mogelijke doelgroepen: klanten, medewerkers, pers, omwonenden etc. Mogelijke communicatiemiddelen: folder, persconferentie, advertentie, bedrijfsblad etc.	4
2. a. Lezers lezen niet rechtlijnig. Ze hebben de neiging om nogal ongestructureerd door een tekst te gaan. Ze springen met hun ogen heen en weer tussen elementen die hun aandacht trekken.	4
b. Ter beoordeling van corrector. Toetsing op structuur, vormgeving en inhoud. Hieronder een voorbeeld.	6
<p> <i>Van : Lucy</i> <i>Voor : Mirjam</i> <i>Datum :</i> <i>Onderwerp : kerstpakket</i> </p> <p> <i>Mirjam,</i> </p> <p> <i>Er zijn problemen gerezen met het kerstpakket. De directie is niet enthousiast over het huidige voorstel. Ze had graag geld aan een goed doel gegeven in combinatie met een wat kleiner kerstpakket.</i> </p> <p> <i>Kunnen we het voorgestelde kerstpakket nog veranderen in een kleiner pakket, zodat er geld over blijft voor een goed doel?</i> </p> <p> <i>Groeten,</i> <i>Lucy</i> </p>	

<p>3. Aan de hand van de vier onderdelen is te zien dat de AIDA-formule ook op een direct mailing van toepassing is.</p> <p>Envelop Attention: trek aandacht Brief + antwoordkaart Interest: roep interesse op voor product Bijsluiter Desire: stimuleer de behoefte tot aankoop Antwoordkaart Action: maak het makkelijk om te reageren</p>	6
<p>4. Een direct mailing is een eerste, wat vluchtige kennismaking met het nieuwe product. Daarin past beter de snelle informatie van de folder i.p.v. de gedetailleerde informatie van de brochure.</p> <p>Mogelijke argumenten voor folder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Omvang tot 8 pagina's • Redelijk goedkoop medium • Snelle informatie • Makkelijk leesbaar • Prikkelende, kernachtige schrijfstijl • Wegwerpmedium 	4 4
<p>5. Eén van onderstaande manieren om de expressieve eigenschappen van het product te laten zien, moet worden uitgewerkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • De kwalitatieve eigenschappen van het product. • Het resultaat dat je bereikt met het product. • Maak het product sterk door het te vergelijken met 'een ander merk'. • Associeer het product met een bepaalde levensstijl. 	6
<p>6. a. Intern: personeelsblad, extern: huisorgaan.</p> <p>b. Soorten paginavulling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • voorpagina met vooraankondiging • inhoudsopgave • redactioneel artikel • nieuwsartikel • achtergrondartikel • artikel over nieuwe/vertrekkende medewerkers • column • interview • vaste rubriek • ingezonden brieven • advertentie • colofon <p>c. Schrijfstijlen</p> <ul style="list-style-type: none"> • feitelijk: objectieve berichtgeving • meningvormend: er is ruimte voor opinies, discussies • spiegel: de blik is naar binnen gericht • venster: de blik is naar buiten gericht • microscoop: er is vooral aandacht voor kleine details 	2 5 4

7. Een persbericht is geen reclame. De schrijfstijl moet afstandelijk en feitelijk zijn.	3
<i>‘Waltman BV neemt op maandag 12 december a.s. een nieuwe productiemachine in gebruik. Deze machine belast het milieu slechts minimaal.’</i>	4
8. a. Ter beoordeling van corrector.	2 x 5
Puntenverdeling per tekst: kop: max. 1 punt inhoud verwerkt: max. 2 punten (per vergeten feit min 0,5 punt) leesbaarheid: max. 2 punten	
b. De sponsor krijgt als tegenprestatie publiciteit voor het betalen van het sponsorgeld. Omdat beide partijen iets leveren, heet het een zakelijke overeenkomst. Ook bij donaties wordt er geld gegeven, maar er is geen tegenprestatie en ook geen zakelijke overeenkomst.	4
Totaal open vragen	70

Totaal meerkeuzevragen	30
Totaal open vragen	70
Totaal proefexamen	100
Cijfer proefexamen = aantal behaalde punten gedeeld door 10 (afroonden op een geheel getal volgens de normale afrondingsregels: 5,49 = 5; 5,50 = 6)	