

Oefenmateriaal NIMA A1 Communicatie

Vakgebied: A A1 Communicatie

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Communicatie.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 10 meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **examen NIMA A1 Communicatie** bestaat uit 35 meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

Aantal vragen: 12

- 1** Wat is bij een persbericht de lead?
- a. De informatie voor de redacties, niet voor publicatie
 - b. Het belangrijkste nieuwsfeit en wie er verantwoordelijk voor is
 - c. Het antwoord op de vier W's
 - d. Geeft de oprolbaarheid van een persbericht weer
- 2** Wat is het belangrijkste nadeel van een intranet?
- a. Redactie moet wel zorgen voor content
 - b. Informatie-overload
 - c. Directie moet alles eerst goedkeuren
 - d. Informatievoorziening gaat te snel
- 3** Waarin verschilt het begrip 'reputatie' van het begrip 'imago'?
- a. De reputatie ontstaat door de ervaring die de doelgroep met het merk heeft opgebouwd door de jaren heen, het imago ontstaat door associaties
 - b. De reputatie richt zich op hetgeen de organisatie wil uitdragen, het imago geeft het beeld aan dat de doelgroep koppelt aan de organisatie
 - c. De reputatie richt zich op de belofte, het bewijs en de toonzetting van een merk, het imago op de associaties en ervaringen met een merk
 - d. De reputatie richt zich op de korte termijn van gebruikerservaringen met een product of merk, het imago richt zich op de ervaring door de jaren heen
- 4** Van welke methode van onderzoek maakt men gebruik als men een aantal deskundigen hun mening laat geven en de deelnemers daarna herhaaldelijk met elkaars mening confronteert om consensus te bereiken?
- a. Laddering
 - b. Delphi-methode
 - c. Fotosortering
 - d. Kelly Grid

- 5** De levenscyclus van een issue bestaat uit de fasen:
- a. Geboorte – Groei – Volwassenheid – Verzadiging – Vervaging
 - b. Groei – Volwassenheid – Stabiele fase – Issuemoeheid – Verzadiging
 - c. Introductie – Groei – Volwassenheid – Issuemoeheid – Vervaging
 - d. Geboorte – Groei – Volwassenheid – Issuemoeheid – Vervaging
- 6** De Golden Circle van Simon Sinek bestaat uit de drie cirkels:
- a. Why, How, What
 - b. Who, How, What
 - c. How, Why, When
 - d. Why, Where, How
- 7** Als we het hebben over: een tijdelijke of vaste groep mensen in een organisatie die is betrokken bij de beslissing om een nieuw product aan te schaffen, wat bedoelen we dan?
- a. De Ansoff-matrix
 - b. De waardeposities van Treacy en Wiersema
 - c. De DMU
 - d. De DESTEP methode
- 8** Wat wordt in de grafische wereld bedoeld met korps?
- a. Grootte van de letter
 - b. Hoofdletters
 - c. Kleine letters
 - d. Een gelijke linker- en rechterkant

- 9** Bij een crisis kunnen verschillende strategieën worden ingezet. Welke strategie kan ingezet worden als de crisis buiten de organisatie ligt, maar de media en het publiek daar anders over denkt?
- a. Kansen keren
 - b. Acceptatie door excuus en verbeteringen
 - c. Underdog spelen
 - d. Distantie bewaren
- 10** Zet de stappen van een adviestraject in de juiste volgorde?
- a. Probleemanalyse, plan van aanpak, oriëntatie, intake, advies, afronding
 - b. Oriëntatie, intake, probleemanalyse, plan van aanpak, advies, afronding
 - c. Oriëntatie, probleemanalyse, intake, advies, plan van aanpak, afronding
 - d. Probleemanalyse, oriëntatie, advies, intake, plan van aanpak, afronding

Casus 1

Miscommunicatie bij stichting Doorzon

Stichting Doorzon is een middelgrote woningcorporatie in het zuiden van het land. Doorzon is ontstaan door een fusie van twee kleine corporaties: Patrimonium, dat zo'n 8.000 huurwoningen telde, voor het merendeel gebouwd in de jaren vijftig en zestig, en Almare dat ruim 4.000 woningen bezat, voornamelijk gebouwd in de jaren tachtig en negentig. Stichting Doorzon bestaat nu een jaar en telt 150 medewerkers. Het eerste jaar van het bestaan van Doorzon is onrustig en rommelig verlopen. Het totale personeelsbestand van beide corporaties bedroeg 180 mensen, waarvan er voor 30 geen plek meer was. Er is nog steeds sprake van twee culturen en er heerst grote ontevredenheid over het nieuwe organisatiemodel.

De organisatie kent nu vier afdelingen: Verhuur, Verkoop, Projectontwikkeling en Bedrijfsvoering. De afdeling Verhuur houdt zich bezig met het verhuren van huurwoningen, de afdeling Verkoop is verantwoordelijk voor de verkoop van nieuwe en bestaande woningen en de afdeling Projectontwikkeling initieert en begeleidt nieuwe bouwprojecten. De afdeling Bedrijfsvoering heeft een ondersteunende taak voor de andere afdelingen. Binnen de afdelingen zijn de medewerkers verdeeld over verschillende teams. De afdeling Verkoop beschikt bijvoorbeeld over een team Marketing, dat zich onder andere bezighoudt met de marketingcommunicatie om de woningverkoop te bevorderen. De afdeling Bedrijfsvoering bestaat uit een team Catering, Communicatie, Financiën, HRM en Klantenservice. Aan het hoofd van elke afdeling staat een manager. De directeur en de afdelingsmanagers vormen samen het managementteam, dat wekelijks vergadert en besluiten neemt.

U werkt als adviseur bij een communicatieadviesbureau. Op een dag wordt u gebeld door de directeur van Doorzon. De directeur is ontevreden over de manier waarop de interne communicatie binnen zijn organisatie verloopt. Aan het eind van het telefoongesprek krijgt u van de directeur de opdracht om een analyse van de huidige situatie te maken en aanbevelingen te doen over de mogelijkheden om de interne communicatie te verbeteren.

Gebruik bij deze vraag casus 1 op pagina 5

- a.** Twee dagen later heeft u een afspraak met de directeur op het kantoor van stichting Doorzon om de opdracht verder door te spreken. Tijdens het gesprek vraagt u de directeur een concreet voorbeeld te geven waaruit blijkt dat de interne communicatie bij Doorzon niet goed verloopt. “Twee maanden geleden hebben wij als managementteam een gezamenlijke missie en visie voor stichting Doorzon opgesteld en deze op het intranet geplaatst. Vorige week sprak ik echter een paar nieuwe medewerkers in ons bedrijfsrestaurant en die hadden tot mijn verbijstering nog nooit van de gezamenlijke missie en visie van Doorzon gehoord!”, zegt de directeur. Wat is in vaktermen de juiste omschrijving van het probleem dat de directeur hier schetst?
- a.** De verspreiding van beleidsinformatie verloopt niet goed
 - b.** De horizontale communicatie tussen medewerkers verloopt niet goed
 - c.** De organisatie kent te veel trage overnemers en achterblijvers
 - d.** De organisatie kent geen gezamenlijk draagvlak voor verandering
- b.** Een week na het gesprek stuurt u de directeur uw plan van aanpak en offerte toe. Om goed inzicht te krijgen in de problematiek stelt u voor extra informatie te achterhalen door een aantal interviews te houden met de directeur, de afdelingsmanagers en twee medewerkers van elke afdeling. Hoe kan de onderzoeksmethode die u voorstelt worden omschreven en van welke bronnen maakt u gebruik?
- a.** Als kwantitatief onderzoek dat gebruik maakt van primaire bronnen
 - b.** Als kwalitatief onderzoek dat gebruik maakt van secundaire bronnen
 - c.** Als kwalitatief onderzoek dat gebruik maakt van primaire bronnen
 - d.** Als kwantitatief onderzoek dat gebruik maakt van secundaire bronnen

- c.** In de interviews met de afdelingsmanagers komt naar voren dat de managers totaal verschillende verwachtingen hebben bij de rol van het team Communicatie. De manager Verhuur vindt dat het team Communicatie zich hoofdzakelijk zou moeten bezighouden met het verzorgen van het personeelsblad en intranet voor de medewerkers. De manager Verkoop is het daar niet mee eens. Het team Communicatie zou zich volgens hem hoofdzakelijk moeten bezighouden met de marketingcommunicatie van de woningverkoop naar klanten. De manager Bedrijfsvoering vindt dat het team Communicatie hoofdzakelijk de managers moet ondersteunen in hun communicatie naar zowel klanten als medewerkers. De manager Projectontwikkeling vindt dat het team Communicatie er hoofdzakelijk voor moet zorgen dat managementbesluiten helder worden gecommuniceerd naar de medewerkers. Welke van de bovenstaande managementvisies geniet over het algemeen de voorkeur?
- a.** Die van de manager Bedrijfsvoering
 - b.** Die van de manager Projectontwikkeling
 - c.** Die van de manager Verhuur
 - d.** Die van de manager Verkoop
- d.** Ook stelt u voor een enquête onder de medewerkers te houden. De directeur is niet zo enthousiast over dit idee, maar geeft u toch een akkoord op één voorwaarde: dat de enquête antwoord geeft op de vraag of het beeld dat de directie heeft van wat de fusieorganisatie moet zijn en uitstralen, overeenkomt met het beeld dat de medewerkers op dit moment hebben van de fusieorganisatie. Hoe luidt in communicatietermen de vraag waarop de directeur in bovenstaand voorbeeld graag een antwoord wil?
- a.** Sluit het zelfbeeld van de medewerkers aan op de gewenste identiteit van de organisatie?
 - b.** Sluit het zelfbeeld van de medewerkers aan op de gewenste visie van de organisatie?
 - c.** Sluit het zelfbeeld van de medewerkers aan op het gewenste imago van de organisatie?
 - d.** Sluit het zelfbeeld van de medewerkers aan op de gewenste missie van de organisatie?

- e.** De directeur wil dat het team Communicatie vooral betere en organisatiebrede ondersteuning gaat bieden op het gebied van de interne communicatie. De directeur van Doorzon wil dat u in uw adviesrapport, vanuit communicatieperspectief, een aanbeveling doet over de beste plaats van het team Communicatie binnen de organisatie. Welk advies kunt u de directeur in dit specifieke geval het beste geven?
- a.** U adviseert de directeur het team Communicatie toe te voegen aan het team Marketing van de afdeling Verkoop
 - b.** U adviseert de directeur het team Communicatie en het team Marketing samen te voegen in een nieuw op te richten afdeling Marketing & Communicatie
 - c.** U adviseert de directeur de huidige plaats van het team Communicatie als onderdeel van de afdeling Bedrijfsvoering te handhaven
 - d.** U adviseert de directeur het team Communicatie onder te brengen in een stafafdeling die rechtstreeks onder de directie valt

Casus 2

Nescio College zoekt nieuwe leerlingen

Het Nescio College is een school voor voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (vmbo) in de gemeente Randstad met ongeveer 1.500 leerlingen. De school biedt een breed scala aan praktijkgerichte opleidingen, variërend van automonteur tot schoonheidsspecialiste. In de afgelopen drie jaar heeft zich op het Nescio College een reeks vervelende incidenten voorgedaan. Leerlingen vertoonden agressief gedrag en gebruikten soms zelfs geweld tegen andere leerlingen en docenten. Al deze incidenten hebben de school een hoop negatieve publiciteit bezorgd.

De school heeft inmiddels diverse maatregelen genomen om het aantal incidenten te beperken. Voorbeelden zijn het opstellen van duidelijke huisregels waar de leerlingen zich aan moeten houden, het tijdelijk inhuren van een beveiliging en het plaatsen van detectiepoortjes. Deze maatregelen lijken hun vruchten af te werpen. De laatste maanden is het een stuk rustiger op school. Toch hebben de gebeurtenissen hun uitwerking niet gemist. De laatste twee jaar is het aantal nieuwe leerlingen fors gedaald: van 450 in 2008 naar 250 in 2009. Uit enquêtes en oudergesprekken is gebleken dat het onveilige imago van het Nescio College voor ouders een belangrijke reden was om hun kinderen in te schrijven op een andere school.

De daling van het aantal leerlingen heeft personele gevolgen gehad. Aan een aantal oudere docenten en andere personeelsleden is gevraagd gebruik te maken van de 60-plusregeling om eerder te stoppen met werken. Vijf van de in totaal honderd docenten en andere personeelsleden maakten gebruik van een 60-plusregeling om eerder te stoppen met werken. Door het wegvallen van deze banen heeft het schoolbestuur tot nu toe nog geen personeel hoeven te ontslaan. Maar als deze dalende trend zich doorzet, heeft de school straks te weinig leerlingen om de school financieel gezond te houden.

Het schoolbestuur wil de neerwaartse spiraal waarin het Nescio College is terechtgekomen, ombuigen. Het bestuur heeft daarom een plan van aanpak opgesteld met als inzet meer leerlingen uit de regio aan te trekken en te werken aan positieve beeldvorming van de school. Het schoolbestuur vraagt u als communicatiemedewerker van het Nescio College daarbij om ondersteuning.

Gebruik bij deze vraag casus 2 op pagina 9

- a.** U neemt deel aan de maandelijkse vergadering van het schoolbestuur. De voorzitter wil graag weten hoe het Nescio College zich in de ogen van jongeren onderscheidt ten opzichte van de andere vmbo-scholen in de regio. Deze informatie is volgens de voorzitter nodig voor het bepalen van de juiste communicatiestrategie om meer leerlingen naar de school te trekken. De voorzitter weet alleen niet hoe hij aan die informatie moet komen en vraagt hierover uw advies. Wat adviseert u de voorzitter?
- a.** U adviseert de voorzitter een merkonderzoek te laten uitvoeren
 - b.** U adviseert de voorzitter een positioneringsonderzoek te laten uitvoeren
 - c.** U adviseert de voorzitter een opinieonderzoek te laten uitvoeren
 - d.** U adviseert de voorzitter een imago-onderzoek te laten uitvoeren
- b.** Het schoolbestuur geeft u opdracht een communicatieplan op te stellen voor een promotiecampagne over het Nescio College. In het communicatieplan schrijft u de volgende communicatiedoelstelling op: "Bij de start van het schooljaar 2010-2011 hebben zich gemiddeld net zoveel leerlingen aangemeld als voor het schooljaar 2009-2010." Welke onderstaande bewering over de geciteerde doelstelling is juist?
- a.** De doelstelling is niet realistisch
 - b.** De doelstelling is geen meetbare doelstelling
 - c.** De doelstelling is geen communicatiedoelstelling
 - d.** De doelstelling is niet specifiek genoeg
- c.** Als onderdeel van de campagne wilt u commercials laten maken voor de regionale televisiezender. Hierbij zijn zes acteurs nodig voor de rollen van leerling en vier acteurs voor de rollen van ouders. Het reclamebureau waarmee u samenwerkt, adviseert u om eigen leerlingen en hun ouders in te zetten in de commercials om de school te promoten. Wat is uit communicatieoogpunt de belangrijkste overweging om voor de inzet van eigen leerlingen te kiezen?
- a.** De inzet van eigen leerlingen en ouders verkleint het risico op interne ruis in de boodschap
 - b.** De inzet van eigen leerlingen en ouders versterkt de geloofwaardigheid van de boodschap
 - c.** De inzet van eigen leerlingen en ouders vergroot de herkenbaarheid van de boodschap
 - d.** De inzet van eigen leerlingen en ouders vergroot het bereik van de boodschap

- d. Het reclamebureau adviseert u de commercials niet alleen op de regionale televisiezender uit te zenden, maar deze ook te plaatsen op YouTube, Hyves en Twitter. Wat is uit het oogpunt van communicatie uw reactie?
- a. Slecht idee; het effect van deze middelen is niet meetbaar
 - b. Goed idee; op deze manier genereert u extra traffic naar uw website
 - c. Goed idee; op deze manier bereikt u meer jongeren en hun ouders
 - d. Slecht idee; het uitzenden van de commercials op tv is voldoende
- e. In juni, een paar maanden voor de start van het nieuwe schooljaar, organiseert u een open dag. U kondigt de open dag aan via een advertentie op de voorpagina van het plaatselijke huis-aan-huisblad. De gemeente Randstad telt 120.000 inwoners. Het aantal jongeren in de leeftijd van 14 tot 20 jaar bedraagt 50.000. Twee weken na verspreiding blijkt uit onderzoek dat in totaal 60.000 mensen de advertentie hebben gezien, waaronder 12.500 jongeren. Wat is het dekkingspercentage van de advertentie onder de doelgroep jongeren?
- a. 50%
 - b. 25%
 - c. 10%
 - d. 75%

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Communicatie afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A1 Communicatie.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Communicatie.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 10 meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **examen NIMA A1 Communicatie** bestaat uit 35 meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

1 A B C D
1 pt.

2 A B C D
1 pt.

3 A B C D
1 pt.

4 A B C D
1 pt.

5 A B C D
1 pt.

6 A B C D
1 pt.

7 A B C D
1 pt.

8 A B C D
1 pt.

9 A B C D
1 pt.

10 A B C D
1 pt.

11 a. A B C D
5 pt.

b. A B C D

c. A B C D

d. A B C D

e. A B C D

12 a. A B C D
5 pt.

b. A B C D

c. A B C D

d. A B C D

e. A B C D

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Communicatie afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A1 Communicatie.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Correctiemodel

1. C

1 pt.

2. B

1 pt.

3. A

1 pt.

4. B

1 pt.

5. D

1 pt.

6. A

1 pt.

7. C

1 pt.

8. A

1 pt.

9. D

1 pt.

10. B

1 pt.

11. a. 1 pt. A

5 pt.

b. 1 pt. C

c. 1 pt. A

d. 1 pt. A

e. 1 pt. D

12. a. 1 pt. B

5 pt.

b. 1 pt. C

c. 1 pt. B

d. 1 pt. C

e. 1 pt. B