

# Oefenmateriaal NIMA A2 Communicatie

Vakgebied: A A2 Communicatie

---

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A2 Communicatie.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 2 minicases met open vragen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **examen NIMA A2 Communicatie** bestaat uit 3 minicases met open vragen.

Veel succes!

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

**Aantal vragen:** 2

## Casus 1

---

### TNO doet onderzoek naar elektrische auto's

De laatste jaren zijn een groot aantal leaserijders overgestapt naar een elektrische auto. Daarbij speelde het kostenaspect een grote rol. Omdat zowel de bijtelling als de kosten van brandstof lager liggen zorgde dat voor een stijging in het aantal elektrische leaseauto's in Nederland. Maar hoe schoon zijn die wagens nu eigenlijk?

TNO heeft de elektrische auto getest met 'normale' stroom én met groene stroom. Tegenhangers in het onderzoek zijn de hybride auto's en benzineauto's. De conclusie is dat een hybride auto al een stuk schoner is dan de traditionele auto op benzine en dat de elektrische auto, zeker op groene stroom, enorm veel schoner is.

Opgeteld kan er een gemiddelde uitstoot over de gehele keten worden gemeten. Daaruit blijkt dat een benzineauto een totale CO<sub>2</sub>-emissie heeft van bijna 250 g/km. Een hybride auto scoort 15% lager, wat ook wordt veroorzaakt door het feit dat TNO heeft gerekend met een gemiddelde van 30% elektrisch rijden in dit soort voertuigen.

1

### Gebruik bij deze vraag casus 1 op pagina 2

- a. Het doen van onderzoek volgt in verschillende stappen. In de basis zijn er drie fasen te onderscheiden. Welke fasen zijn dit en geef per fase kort de activiteiten aan.
- b. In het onderzoek wil TNO gebruikers van Hybride auto's bevragen over de mate waarin men elektrisch rijdt, of toch nog benzine tankt. Men wil dat doen middels een steekproef. Geef het verschil tussen een selecte en een aselechte steekproef en geef aan wat voor TNO de meest geschikte steekproef zal zijn.
- c. Onderdeel van het onderzoek kan een interview zijn. Benoem twee voordelen en twee nadelen van een interview bij een onderzoek.
- d. Een onderdeel van elektrisch rijden betreft ook het imago. Volkswagen is slecht in het nieuws gekomen door het 'dieselgate' schandaal en heeft hierdoor flinke imagoschade opgelopen. Hiernaar willen zij onderzoek laten doen. Geef beknopt de verschillen tussen identiteitsonderzoek en imago-onderzoek.
- e. Wie zijn de stakeholders voor de uitkomsten van het TNO onderzoek? Noem er vier.

## Casus 2

---

### Sponsoring zeilrace

Botenbouwer Hendriks is gevestigd in een plaats aan het IJsselmeer. Hendriks bouwt vooral kleinere zeiljachten. Geen open zeilboten, maar zeilboten waar ook op kan worden geslapen en gewoond. Toch noemt Hendriks zich bewust geen jachtbouwer. Dat heeft te maken met het feit dat hij zich wil onderscheiden van de vaak dure jachtwerfen. Naast het bouwen van zeilboten, kunnen bij Hendriks ook boten in onderhoud worden gegeven. Bovendien beschikt het bedrijf over een ruime loods, waar in de wintermaanden boten gestald kunnen worden. Hendriks is een bloeiend bedrijf met ruim 200 medewerkers en een mooie orderportefeuille. Nu de economische crisis achter de rug lijkt, ziet Hendriks het aantal opdrachten weer groeien. Daarnaast is Hendriks twee jaar geleden begonnen met het verkopen van occasions. Tot die tijd werd een boot die ingeruild werd, direct doorverkocht aan de 'handel'. Maar omdat hij steeds meer vraag kreeg naar tweedehands zeiljachten, is besloten zelf met een occasionafdeling te starten. Speciaal hiervoor heeft Hendriks een nieuwe hal laten bouwen, waar altijd minimaal 25 jachten te koop liggen. Jaarlijks wordt op het IJsselmeer rondje IJsselmeer georganiseerd, een zeilwedstrijd van drie dagen voor kleinere zeilboten, ongeveer het formaat dat Hendriks bouwt. Een half jaar voor de wedstrijd wordt directeur Alex Hendriks benaderd door een bekende zeiler of Hendriks een boot tijdens die race wil sponsoren. Behalve de kosten voor de boot, moet ook de driekoppige bemanning worden betaald, de zeilkleding, de trainingssessies en de reis- en verblijfkosten. In overleg met zijn financiële directeur besluit Hendriks in te gaan op dit sponsorverzoek.

2

**Gebruik bij deze vraag casus 2 op pagina 3**

- a. Wat zijn de doelen van sponsoring. Noem er minimaal vier.
- b. Noem drie nadelen van sponsoring.
- c. Er wordt voor de sponsoring van de wedstrijdboot een sponsorcontract opgesteld. Noem minimaal drie onderwerpen die in het contract moeten worden opgenomen?
- d. Hendriks heeft weinig ervaring met gestructureerde communicatie. Maar behalve de inzet van de communicatiemiddelen van de sponsor, wil Hendriks zelf ook een aantal communicatie-activiteiten ontwikkelen. U werkt bij een klein communicatie-adviesbureau en wordt benaderd om de publiciteit rond de sponsoring en de perscontacten te verzorgen.

Welke drie zaken moeten binnen de organisatie met betrekking tot de perscontacten direct voor iedereen duidelijk zijn?

- e. Hendriks vindt het niet nodig om gebruik te maken van social media. U bent het daar niet mee eens. Noem drie argumenten om wel gebruik te maken van social media.

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A2 Communicatie afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A2 Communicatie.

Met vriendelijke groet,  
NIMA

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A2 Communicatie.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 2 minicases met open vragen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **examen NIMA A2 Communicatie** bestaat uit 3 minicases met open vragen.

Veel succes!

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

**1**  
20 pt.

**a.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

30


**b.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28



30

---

---

---

**C.**

Antwoord:

2

4

6

8

---

---

---

---

---

---

---

---

**d.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

30


e.

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

30


**2**  
19 pt.

**a.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

30


**b.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28



30


**C.**

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

30

---

---

---

**d.**

Antwoord:

2

4

6

8

---

---

---

---

---

---

---

---

e.

Antwoord:

2

4

6

8

10

12

14

16

18

20

22

24

26

28

---

---

---

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A2 Communicatie afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A2 Communicatie.

Met vriendelijke groet,  
NIMA



## Correctiemodel

1.

20 pt.

a.

Beoordelingscriterium	Punten
<p>Planning, probleemstelling, vaststellen informatiebehoefte, bepalen onderzoekopzet.                      Uitvoering, gegevensverzameling, gegevensverwerking, analyse                      Rapportage, interpretatie, conclusies, aanbevelingen                      Exameneis: 5.18                      Literatuur: Hogendoorn, pag. 128</p> <p>Vraag 1                      Puntenverdeling (1 punt per stap).                      Maximaal 4 punten.                      3 fasen moeten juist worden genoemd. Let op onderscheid in stappen en de juiste activiteiten per fase. Worden alle 3 fase juist genoemd, maar wat slordig in de activiteiten, dan maximaal 2 punten.</p>	4 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten

b.

Beoordelingscriterium	Punten
<p>In een aselechte steekproef, kan ieder individu of iedere eenheid in de populatie met dezelfde kans terecht kan komen. Een selecte steekproef is een selectie van eenheden uit een totale populatie ten behoeve van een meting van bepaalde eigenschappen van die populatie. Voor TNO kan het best een selecte steekproef hanteren en selecteren op rijders van hybride rijders, door segmenteren op privé en leaserijders zal ook nog zinnige uitkomsten geven.                      Exameneis: 5.24                      Literatuur: Hogendoorn, pag. 145</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist onderscheid, 1 punt per juiste toepassing).                      Maximaal 4 punten.</p>	4 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten

	<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
c.	<p>Voordelen; je kan diepgaande informatie verzamelen, gerichte en flexibel vragen stellen, experts ondervragen. Nadelen, kostbaar en tijdrovend, kleine groep, moeilijk in data te verwerken.</p> <p>Exameneis: 5.28 Literatuur: Hogendoorn, pag. 5</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist antwoord). Minimaal 2 voor en nadelen Maximaal 4 punten.</p>	4 punten
	<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten

	<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
d.	<p>Identiteitsonderzoek. Wat je bent, Identiteit is vaak het vertrekpunt voor de visie en missie bepaling en kent een centraal karakter, het onderscheidingsvermogen en de continuïteit in tijd. Imago-onderzoek; Wat men van je vindt. Hierbij vraagt men een bepaalde publieksgroep de mening over willekeurige algemene organisatie aspecten. Kan zowel kennis- als waarderingselementen bevatten.</p> <p>Exameneis: 5.32 Literatuur: Hogendoorn, pag. 101/238</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist verschil). Minimaal 2 elementen per vorm. Maximaal 4 punten.</p>	4 punten
	<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten



<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
e. Overheidsinstanties Autoproducenten Milieuorganisaties Lease en privérijders Bedrijven met een wagenpark  Exameneis: 6.3 Literatuur: Hogendoorn, pag. 331  Maximaal 4 punten. Kandidaat geeft misschien ook nog een zinnig antwoord welke niet in de indicatie staat, dan ook 1 punt.	4 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten

2.

19 pt. a.

<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
<p>Antwoord</p> <p>Doelen van sponsoring zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- verhogen van de naamsbekendheid;</li><li>- versterken van het imago;</li><li>- opbouwen en onderhouden van relaties, want in een informele setting worden veel zaken besproken;</li><li>- tonen van maatschappelijke betrokkenheid;</li><li>- motiveren van de eigen medewerkers en verhogen van de company pride..</li></ul> <p>Exameneis: 4.37 Literatuur: Michels 263</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist doel). Maximaal 4 punten.</p> <p>Let op spreiding van de doelen. Naamsbekendheid en imago mogen niet ontbreken, noemt de kandidaat deze niet, dan maximaal 2 punten.</p>	4 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	4 punten

b.

<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
<p>Nadelen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- imago van de sponsor kan beschadigen door negatieve ontwikkelingen tijdens de gesponsorde activiteit;</li><li>- het communicatieve effect is sterk afhankelijk van de professionaliteit van de gesponsorde;</li><li>- het rendement is moeilijk te meten.</li></ul> <p>Fout is: kost veel geld, want dat is veel te afhankelijk van wat en hoe je iets sponsort.</p> <p>Exameneis: 4.37 Literatuur: Michels 264</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist nadeel). Maximaal 3 punten.</p> <p>Beschadigen imago en rendement moeilijk te meten moeten zeker worden genoemd. Noemt de kandidaat deze niet, dan maximaal 1 punt.</p>	3 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	3 punten

c. <b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
<p>Elementen sponsorcontract:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- duur van het contract;</li> <li>- branche-exclusiviteit;</li> <li>- sponsorbedrag;</li> <li>- communicatieve tegenprestatie;</li> <li>- bijkomende kosten.</li> </ul> <p>Exameneis: 4.39 Literatuur: Michels 265</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juist onderwerp). Maximaal 3 punten.</p> <p>Let op spreiding van de onderwerpen uit het contract. De kandidaat moet zeker noemen, communicatieve tegenprestatie en sponsorbedrag. Noemt hij deze niet, dan maximaal 1 punt.</p>	3 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	3 <i>punten</i>

d. <b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
<p>Zaken die duidelijk moeten zijn/worden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wie is belast met de mediacontacten;</li> <li>- welke medewerkers mogen welke informatie verstrekken;</li> <li>- welke medewerkers worden op de hoogte gehouden van de perscontacten;</li> </ul> <p>Exameneis: 9.4 Literatuur: Michels 358</p> <p>Puntenverdeling (1 punt per juiste zaak met betrekking tot de perscontacten). Maximaal 3 punten.</p> <p>De kandidaat moet zaken noemen die ook echt te maken hebben met de mediacontacten, niet met her persbeleid, of zaken hoe met de pers moet worden omgegaan.</p>	3 punten
<i>Totaal aantal punten:</i>	3 <i>punten</i>

<b>Beoordelingscriterium</b>	<b>Punten</b>
<p>e. Redenen om gebruik te maken van social media:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Social media zijn heel gebruikelijk in de moderne communicatie;</li> <li>- maak je geen gebruik van social media, kan je ook niet reageren op wat anderen posten op social media over je organisatie;</li> <li>- ideale mogelijkheid om het verloop van de race van minuut tot minuut te verslaan;</li> <li>- journalisten maken veelvuldig gebruik van social media;</li> <li>- medewerkers die wel gebruik maken van social media, missen hierdoor veel informatie over een voor het bedrijf unieke sponsoractie.</li> </ul> <p>Exameneis: 9.10 Literatuur: Michels 360</p> <p>Puntenverdeling (2 punten per goed argument) Maximaal 6 punten.</p> <p>Let op goede, steekhoudende argumenten.</p>	<p>6 punten</p>
<p><i>Totaal aantal punten:</i></p>	<p>6 punten</p>