

# Oefenmateriaal NIMA Basiskennis Communicatie

Vakgebied: Basis Basiskennis Communicatie

---

## - OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA Basiskennis Communicatie examen.

Dit examen bestaat uit 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen.

Veel succes!

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

**Aantal vragen:** 45

- 1** Welke vorm van communicatie omvat spreken en schrijven?  
1 pt.
- a. Metacommunicatie
  - b. Non verbale communicatie
  - c. Verbale communicatie
  - d. Intrapersoonlijke communicatie
- 2** Een consument heeft na afloop van de aankoop van een nieuwe camera twijfel over zijn keuze. Hij twijfelt met name over de informatie die hij van de verkoper heeft gekregen. Hoe wordt dit gevoel van ongemak in de marketing genoemd?  
1 pt.
- a. Interne ruis
  - b. Substitutie effect
  - c. Stimulus respons
  - d. Cognitieve dissonantie
- 3** Wat betekent het begrip redundantie?  
1 pt.
- a. Als er sprake is van overtollige informatie
  - b. Als de ontvanger gedachten omzet in een duidelijke boodschap
  - c. Als de zender weer reageert op een boodschap
  - d. Als de zender een reactie krijgt van de ontvanger
- 4** Waarvan is gebarentaal een vorm?  
1 pt.
- a. Onbewuste non-verbale communicatie
  - b. Bewuste verbale communicatie
  - c. Bewuste non-verbale communicatie
  - d. Onbewuste verbale communicatie

**5** De communicatie-afdeling van een zorginstelling heeft onlangs accountability geïntroduceerd. Wat wordt verstaan onder accountability?  
1 pt.

- a. Verantwoordelijkheid nemen voor en verantwoording afleggen over de communicatie
- b. Er voor zorgen dat communicatiemedewerkers op het juiste niveau worden ingeschaald
- c. Er voor zorgen dat communicatie voldoende bijdraagt aan de winst
- d. Duurzaam en maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen

**6** Hoe noemen we het als iemand een brief schrijft?

1 pt.

- a. Verbale communicatie
- b. Terugkoppeling
- c. Feedback
- d. Non-verbale communicatie

**7** Wanneer is er sprake van terugkoppeling?

1 pt.

- a. Als de zender een reactie van een ontvanger ontvangt
- b. Als de communicatie verstoord is door ruis
- c. Als een ontvanger reageert op een bericht
- d. Als de zender van een boodschap op feedback reageert

**8** Mensen laten zich bij de keuzes die zij maken beïnvloeden door anderen in hun sociale omgeving, vooral door opinieleiders. Van welke theorie is hier sprake?  
1 pt.

- a. Uses and gratifications-theorie
- b. Agendasetting
- c. Two-step flow of communication-theorie
- d. Stimulus-respons-theorie

- 9** Een bedrijf past de huisstijl toe op zowel de online als de offline communicatie. Waar zijn deze middelen voorbeelden van?  
1 pt.
- a. Identiteitsdragers
  - b. Huisstijldragers
  - c. Logo's
  - d. Beeld- en woordmerken
- 10** Wat is kenmerkend voor crisiscommunicatie?  
1 pt.
- a. De publieke opinie vormt zich pas na enige tijd
  - b. Er is een acuut, onvoorzien probleem
  - c. Het publiek reageert negatief
  - d. Er zijn interne en externe belanghebbenden
- 11** Bij welk begrippen hoort de vraag: "Wat wil onze organisatie bereiken?"  
1 pt.
- a. Imago en zelfbeeld
  - b. Gewenste imago en identiteit
  - c. Zelfbeeld en identiteit
  - d. Huidige identiteit en imago
- 12** De aandacht van een organisatie voor de relatie tussen de gewenste identiteit en het gewenste imago blijkt uit:  
1 pt.
- a. Het verloop van het personeelsbestand na een medewerkerstevredenheidsonderzoek
  - b. Het aanpassen van het wagenparkbestand om zo een hogere omzet te bereiken
  - c. Het aanpassen van de huisstijl na een intern en extern onderzoek
- 13** Wat zijn de belangrijkste huisstijlelementen?  
1 pt.
- a. Architectuur, merk, logo
  - b. Logo, kleur, typografie, beelden
  - c. Drukwerk, advertenties, webdesign
  - d. Webdesign, logo, kleurgebruik, architectuur

**14** Een bedrijf heeft een sterke huisstijl waarmee de kernwaarden worden gecommuniceerd. Aan welk communicatie-aspect geeft het bedrijf hiermee vorm?  
1 pt.

- a. Imago
- b. Metacommunicatie
- c. Identiteit
- d. Zelfbeeld

**15** Het verschil tussen de identiteit en de gewenste identiteit is te omschrijven met:  
1 pt.

- a. Wat je denkt dat je bent en wat je denkt te moeten nastreven
- b. Wat je hoort hoe je bent en wat men zegt dat je moet zijn
- c. Wat je zegt en doet en wat je nastreeft om te zijn en te doen
- d. Wat je beweert dat je bent en wat je nalaat te doen

**16** Als bij een organisatie een communicatie-audit wordt gehouden, waar richt het onderzoek zich dan specifiek op?  
1 pt.

- a. Op het rendement van de interne communicatie
- b. Op het imago van de organisatie
- c. Op de naamsbekendheid van het bedrijf
- d. Op het effect van marketingcommunicatie

**17** Onder interne communicatie wordt verstaan de:  
1 pt.

- a. Communicatie vastgelegd in het communicatiebeleid van een organisatie
- b. Communicatie van de directie en het management naar de medewerkers
- c. Communicatie tussen de afdelingen en de vaste klanten van een organisatie
- d. Communicatie tussen personen of groepen binnen één organisatie

- 18** Wat is een goede omschrijving van 'symbolen' binnen een organisatie?  
1 pt.
- a. De beschrijving waarin lettertypes worden vastgelegd voor de organisatie
  - b. De objecten waarop de huisstijl van de organisatie wordt toegepast
  - c. De uitingen waarin de cultuur van de organisatie zichtbaar is
  - d. De uitgangspunten en overtuigingen die heersen binnen de organisatie
- 19** Een interne communicatie audit kan je het best omschrijven als:  
1 pt.
- a. Een medewerkerstevredenheid onderzoek
  - b. Een stapsgewijze analyse hoe de interne communicatie is ingericht
  - c. Een beoordeling of de interne communicatie op de juiste manier verloopt
  - d. Het beoordelen van de overlegvormen en vergaderfrequentie
- 20** Onderstaande oorzaken van weerstand in organisaties:  
1 pt.
- a. Inactief management, vergeten jubilea, gebrek aan informatie
  - b. Veel reorganisaties, vergeten jubilea, gebrek aan vertrouwen in leiding
  - c. Angst om meer te verliezen, gebrek aan informatie, gebrek aan tijd
  - d. Regelmatig overwerk, geregeld verveling, gebrek aan tijd
- 21** Het "7s model" van een bedrijf staat voor:  
1 pt.
- a. De keuze van hun organisatiemodel volgens Mintzberg
  - b. De strategische keuze om te concurreren die het bedrijf heeft gemaakt
  - c. Een analyse methode om onder andere de managementcultuur van een bedrijf te bepalen
  - d. Een schema met 7 stappen waarin het communicatieplan wordt beschreven

- 22** Een sportzaak betaalt de shirts en trainingspakken van de plaatselijke hardloopclub. Op de shirts worden het logo en de naam van de sportzaak gedrukt. Welk marketingcommunicatie-instrument wordt hier ingezet?  
1 pt.
- a. Sponsoring
  - b. Maatschappelijk verantwoord ondernemen
  - c. Brandactivation
  - d. Public Relations
- 23** Bij het bekijken van de laatste showbizz nieuwtjes op nu.nl komt eerst een productadvertentie van een nieuwe sportwagen voorbij.  
1 pt.
- Hoe wordt deze vorm van adverteren genoemd?
- a. Pre-rolling
  - b. Collectieve reclame
  - c. Combinatie reclame
  - d. Product placement
- 24** Wat kan de rol zijn van de afdeling Communicatie als het gaat om positionering van een organisatie?  
1 pt.
- a. Het vaststellen van de doelgroep
  - b. Uitwerken van de positionering in een profilering
  - c. Het vaststellen van een positionering naar aanleiding van de profilering
  - d. Starten vanuit het merk
- 25** Wat is een goed voorbeeld van actiereclame?  
1 pt.
- a. Een reclamecampagne om te vertellen dat winkelketen "x" nu ook merk "y" verkoopt
  - b. Jezelf opgeven voor deelname aan een staking
  - c. Een reclamecampagne voor een nieuw merk parfum
  - d. Het insturen van een streepjescode waardoor je een bedrag terug krijgt op je bankrekening

**26** Wat is essentieel bij brandactivatie?

1 pt.

- a. Een goede registratie van klanten in de database van de organisatie
- b. De doelgroep moet online bereikbaar zijn en 24/7 kunnen reageren
- c. De doelgroep moet iets beleven en zelf deelnemen aan de actie
- d. Samenwerking met relevante partners

**27** Een online boekenwinkel opent een winkel op een centrale plaats in Amsterdam. Klanten kunnen

1 pt.

boeken kopen, maar ook koffie drinken, lunchen en schrijvers ontmoeten. Op welke trend speelt deze organisatie in?

- a. Crowdfunding
- b. Beleviseconomie
- c. Brand activation
- d. One-to-one activatie

**28** Uw leidinggevende vertelt u dat het onderhouden en het versterken van de klantrelaties beter moet.

1 pt.

Wat bedoelt hij hiermee?

- a. Persoonlijke verkoop
- b. DMU
- c. CRM
- d. PSU

**29** Wanneer is er sprake van guerillamarketing?

1 pt.

- a. Marketing met een hoog budget en een goede stunt
- b. Marketing die gericht is op een kleine, maar invloedrijke doelgroep
- c. Marketing met een laag budget, met een goed bedachte stunt
- d. Als de marketingactie verloopt via de social media



- 30** Voorbeeld van externe publieksgroepen van een organisatie zijn:  
1 pt.
- a. inwoners, werkgevers, management, maatschappelijke instellingen, politici
  - b. burgers, omwonenden, onderwijsinstellingen, overheden, actiegroepen
  - c. subsidiegevers, klantenservice, leveranciers, overheid, belangenorganisaties
  - d. omwonenden, brancheorganisaties, leidinggevenden, burgers, concurrenten
- 31** Onder welk deel van de externe analyse valt de factor 'consumentenvertrouwen'?  
1 pt.
- a. Demografisch
  - b. Economisch
  - c. Politiek-juridisch
  - d. Sociaal-cultureel
- 32** Het doel van een communicatieplan wordt bereikt door het leveren van een bijdrage:  
1 pt.
- a. Aan de organisatievraag met het voortdurend evalueren in een 'trial and error' aanpak
  - b. Aan de organisatievraag met een wisselende combinatie van middelen, content en budget
  - c. Aan de organisatievraag met een vooraf bepaald doel en georganiseerde communicatie
  - d. Aan de organisatievraag met het vasthouden aan een en dezelfde communicatiestrategie
- 33** Een externe analyse, als activiteit bij het maken van een communicatieplan, is nodig omdat:  
1 pt.
- a. Je daaruit leert welke externe ontwikkelingen van invloed zijn op de organisatie
  - b. Je daaruit leert welke identiteit de organisatie moet krijgen voor een goed imago
  - c. Je daaruit leert welke bijdrage communicatie aan de visie en missie kan leveren
  - d. Je daaruit leert welke structuur de communicatie nodig heeft om succesvol te zijn
- 34** Een SWOT-analyse richt zich onder andere op het inzichtelijk maken van kansen en bedreigingen.  
1 pt. Welke omgeving wordt met dit onderdeel van de SWOT in kaart gebracht?
- a. De externe omgeving
  - b. De micro omgeving
  - c. De gewenste omgeving
  - d. De indirecte omgeving

**35** Een frisdrankfabrikant plaatst teksten en beelden op social media. Hoe heet deze strategie?

1 pt.

- a. Propositie
- b. Storytelling
- c. Sharing
- d. Content strategie

**36** Wat doet een webcareteam?

1 pt.

- a. Een webcareteam zorgt voor voldoende content voor de social media van de organisatie
- b. Een webcareteam bepaalt of de content past bij de corporate story van de organisatie
- c. Een webcareteam volgt van uur tot uur wat er over de organisatie wordt geschreven op social media
- d. Een webcareteam zorgt voor de content van een internetsite

**37** Waarmee heeft GRP te maken?

1 pt.

- a. Met de kijkdichtheid binnen de doelgroep
- b. Met een reclamebureau
- c. Met een unieke eigenschap van een product
- d. Met een reclameprijs

**38** Door het aanbieden van aantrekkelijke content kan een organisatie een boodschap zonder vergoeding 'viral' laten gaan. Dit valt onder:

1 pt.

- a. Owned media
- b. Free Viral Marketing
- c. Content marketing
- d. Earned media

**39** De AIDA-formule wordt met name gebruikt bij het schrijven van:

1 pt.

- a. Informatieve teksten
- b. Informele teksten
- c. Wervende teksten
- d. Financiële teksten

**40** Wat is een 'advertorial'?

1 pt.

- a. Een positieve review of recensie over een product of merk
- b. Een betaalde advertentiecampaigned via social media
- c. Een betaalde vermelding van producten in zoekmachine resultaten
- d. Een advertentie in de stijl van een redactioneel artikel

**41** Ruim 12% van de Nederlandse mannen tussen de 19 en 29 jaar heeft het laatste nummer van een voetbaltijdschrift gelezen. Wat geeft dit percentage aan?

1 pt.

- a. Het communicatiedoel
- b. De dekking
- c. De kosten per duizend
- d. Het bereik

**42** Een reclamebureau ontvangt van een horlogemerken een briefing voor het ontwikkelen van een nieuwe campagne. In de briefing zijn ook randvoorwaarden opgenomen.

1 pt.

Welk van de onderstaande briefing-onderwerpen hoort thuis in deze randvoorwaarden?

- a. De doelgroepomschrijving van het horlogemerken
- b. De visie en missie van het horlogemerken
- c. Het communicatievraagstuk van het horlogemerken
- d. De huisstijl van het horlogemerken

- 43** Welke vorm van honorering wordt toegepast indien de initiële begroting tevens de eindprijs is?  
1 pt.
- a. Taakstellende methode
  - b. Nacalculatie
  - c. Globale budgettering
  - d. Vaste projectprijs
- 44** KLM voegt bij vrijwel al haar persberichten persfoto's toe. Wat is juist bij persfoto's?  
1 pt.
- a. Vrij van auteursrechten
  - b. Verplicht in archief ANP
  - c. Met vermelding auteursrechten
  - d. Auteursrechten moeten worden afgedragen bij plaatsing
- 45** Het GBLT (Gemeente- en Waterschapbelastingen) voert een (pro-)actief mediabeleid voor het onderhouden van goede relaties met de media. Wat hoort NIET bij het opbouwen van goede mediacontacten;  
1 pt.
- a. Een persbericht op de corporate site
  - b. Telefonisch contact
  - c. Het sturen van een Tweet met een link voor een persbericht
  - d. Het versturen van een persoonlijke e-mail

**- OEFENMATERIAAL -**

U heeft zojuist het NIMA Basiskennis Communicatie examen afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website [www.nima.nl/uitslag-nima-examen](http://www.nima.nl/uitslag-nima-examen).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een fijne dag!

Met vriendelijke groet,

NIMA

**- OEFENMATERIAAL -**

Welkom op het NIMA Basiskennis Communicatie examen.

Dit examen bestaat uit 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen.

Veel succes!

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

- 1** 1 pt.    A    B    C    D
- 2** 1 pt.    A    B    C    D
- 3** 1 pt.    A    B    C    D
- 4** 1 pt.    A    B    C    D
- 5** 1 pt.    A    B    C    D
- 6** 1 pt.    A    B    C    D
- 7** 1 pt.    A    B    C    D
- 8** 1 pt.    A    B    C    D
- 9** 1 pt.    A    B    C    D
- 10** 1 pt.    A    B    C    D
- 11** 1 pt.    A    B    C    D
- 12** 1 pt.    A    B    C
- 13** 1 pt.    A    B    C    D
- 14** 1 pt.    A    B    C    D
- 15** 1 pt.    A    B    C    D
- 16** 1 pt.    A    B    C    D
- 17** 1 pt.    A    B    C    D

- 18** 1 pt.    A    B    C    D
- 19** 1 pt.    A    B    C    D
- 20** 1 pt.    A    B    C    D
- 21** 1 pt.    A    B    C    D
- 22** 1 pt.    A    B    C    D
- 23** 1 pt.    A    B    C    D
- 24** 1 pt.    A    B    C    D
- 25** 1 pt.    A    B    C    D
- 26** 1 pt.    A    B    C    D
- 27** 1 pt.    A    B    C    D
- 28** 1 pt.    A    B    C    D
- 29** 1 pt.    A    B    C    D
- 30** 1 pt.    A    B    C    D
- 31** 1 pt.    A    B    C    D
- 32** 1 pt.    A    B    C    D
- 33** 1 pt.    A    B    C    D
- 34** 1 pt.    A    B    C    D

- 35 1 pt.  A  B  C  D
- 36 1 pt.  A  B  C  D
- 37 1 pt.  A  B  C  D
- 38 1 pt.  A  B  C  D
- 39 1 pt.  A  B  C  D
- 40 1 pt.  A  B  C  D
- 41 1 pt.  A  B  C  D
- 42 1 pt.  A  B  C  D
- 43 1 pt.  A  B  C  D
- 44 1 pt.  A  B  C  D
- 45 1 pt.  A  B  C  D

**- OEFENMATERIAAL -**

U heeft zojuist het NIMA Basiskennis Communicatie examen afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website [www.nima.nl/uitslag-nima-examen](http://www.nima.nl/uitslag-nima-examen).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een fijne dag!

Met vriendelijke groet,

NIMA

## Correctiemodel

---

**1.** C

1 pt.

**2.** D

1 pt.

**3.** A

1 pt.

**4.** C

1 pt.

**5.** A

1 pt.

**6.** D

1 pt.

**7.** D

1 pt.

**8.** C

1 pt.

**9.** B

1 pt.

**10.** B

1 pt.

**11.** B

1 pt.

**12.** C

1 pt.

**13.** B

1 pt.

**14.** C

1 pt.

**15.** C

1 pt.

**16.** A

1 pt.

**17.** D

1 pt.

**18.** C

1 pt.

**19.** B

1 pt.

**20.** C

1 pt.

**21.** C

1 pt.

**22.** A

1 pt.

**23.** A

1 pt.

**24.** B

1 pt.

**25.** D

1 pt.

**26.** C

1 pt.

**27.** B

1 pt.

**28.** C

1 pt.

**29.** C

1 pt.

**30.** B

1 pt.

**31.** B

1 pt.

**32.** C

1 pt.

**33.** A

1 pt.

**34.** A

1 pt.

**35.** D

1 pt.

**36.** C

1 pt.

**37.** A  
1 pt.

**38.** D  
1 pt.

**39.** C  
1 pt.

**40.** D  
1 pt.

**41.** B  
1 pt.

**42.** D  
1 pt.

**43.** D  
1 pt.

**44.** A  
1 pt.

**45.** A  
1 pt.