higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

REKLAME EN PROMOSIES
NKR-VLAK 3

(3041013)

18 Februarie 2025 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

032Q1S2518

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
REKLAME EN PROMOSIES
NKR-VLAK 3
TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae noukeurig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommerstelsel wat in hierdie vraestel gebruik word.
4. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs 'n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK te skryf.

1.1 Borgskappe werk beter tydens kleiner geleenthede.

1.2 Om jou swakheid te ken, help wanneer jy jouself wil verbeter.

1.3 'n Organisasie se prosedures beïnvloed die manier waarop werknemers in die organisasie funksioneer.

1.4 Verskaffers is 'n uitstekende voorbeeld van 'n ondersteuningstelsel binne die organisasie.

1.5 Om gesag by die werkplek te hê, beteken dat jy werk kan delegeer.

1.6 Dit is verpligtend dat werknemers 'n jaarlikse bonus ontvang.

1.7 Advertensie-agentskappe kan as 'n eksterne diensverskaffer beskou word.

1.8 'n Gedragskode is 'n stel reëls en riglyne wat die verwagte gedrag en etiese standaarde vir individue binne 'n spesifieke organisasie uiteensit.

1.9 Kontrakte kan as bewys gebruik word wanneer 'n verskaffer nie 'n diens lewer nie.

1.10 Een van die hooffunksies van promosies is om die kliënt bewus te maak van 'n produk.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n opsie uit KOLOM B wat ooreenstem met 'n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–K) langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Maatskappye wat goedere aan mense verkoop	A	groothandelaars
2.2	Die proses om mediadoelwitte te ontwikkel en te beplan watter media jy wil gebruik	B	publisiteit
2.3	'n Vorm van onbetaalde kommunikasie	C	lewer
2.4	Markstruktuur met min verkopers wat die mark beheer	D	kleinhandelaars
2.5	Maatskappye wat goedere aan ander besighede verkoop	E	openbare betrekkinge
2.6	Voorsien iets wat belowe word	F	media-mengsel
2.7	'n Faktor wat die keuse van media beïnvloed	G	media-skedulering
2.8	Markstruktuur met baie verkopers wat soortgelyke produkte aanbied	H	perfekte kompetisie
2.9	Bou 'n goeie verhouding met die publiek	I	mediabeplanning
2.10	Beplan om verskillende mediatipes te gebruik	J	oligopolie
		K	koste

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Kies EEN term uit die lys hier onder vir elk van die volgende beskrywings en skryf dit langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

handleiding; monster; teikenmark; nis; fokus; bo na onder; afslag; gemorspos; markgeleenthede; differensiasie; strategiese bemarking

3.1 'n Klein hoeveelheid van iets wat verbruikers kan probeer.

3.2 Bemarking wat as deel van 'n groter plan gedoen word.

3.3 'n Faktor wat dit moeilik kan maak om mediabeplanning te doen.

3.4 'n Produk lyk anders as 'n ander produk wanneer 'n ander verpakkingstrategie gebruik word.

3.5 E-posboodskappe wat rekenaargebruikers ontvang waarvoor hulle nie gevra het nie en nie wil lees nie.

Kopiereg voorbehou

3.6 'n Boek wat instruksies gee oor hoe om iets te doen.

3.7 'n Tipe strategie waar 'n maatskappy 'n spesifieke sektor teiken.

3.8 'n Begrotingstegniek wanneer topbestuur op die totale bedrag besluit.

3.9 'n Marktipe met 'n klein groepie mense wat soortgelyke behoeftes het.

3.10 Gebiede waar daar 'n vraag na 'n produk kan wees.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Bestudeer die gedeelte hier onder en beantwoord die vrae:

TEKKIE TOWN LOODS AIRWALK IN GESELEKTEERDE WINKELS EN AANLYN

Tekkie Town is opgewonde om die bekendstelling van die hoogs verwagte Airwalk-versameling in 200 geselekteerde winkels en aanlyn aan te kondig. Hierdie toevoeging tot Tekkie Town se uitgebreide handelsmerkreeks, bring 'n ikoniese handelsmerk wat bekend is vir sy straatstyl-tekkies en skaatsplank-geïnspireerde skoene aan kliënte landwyd.



As 'n nostalgiese skaats-geïnspireerde handelsmerk wat mode en funksionaliteit meng, betrek Airwalk stedelike kultuur en vier dit individualiteit. Airwalk-produkte word geskep met behulp van hoë kwaliteit materiale en innoverende tegnieke vir gemak, duursaamheid en styl, wat dit 'n ideale keuse maak vir modebewuste individue wat veelsydigheid soek.

[Bron: Aangepas vanaf *https://www.bizcommunity.com/Article/196/462/243022.html*]

4.1 Wat word bedoel met die term *bekendstelling?* (2)

4.2 Ontwerp 'n promosieplan vir bogenoemde produk. (6 × 2) (12)

4.3 4.3.1 Noem die tipe media waarvan *aanlyn* 'n voorbeeld is. (1 × 2) (2)

4.3.2 Noem VYF voordele van die media wat in VRAAG 4.3.1 genoem word. (5)

4.3.3 Noem DRIE nadele van die media wat in VRAAG 4.3.1 genoem word. (3)

4.4 Wat is na jou eie mening die kleredragbeleid van Tekkie Town? (3 × 2) (6)
[30]

VRAAG 5

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae.



Vergrote kopie: SAMSUNG 163 cm (65") Smart QLED TV. Model QA65Q601A. Resolusie 3840 × 2160. Wi-Fi-gereed. 2-jaar-waarborg.

[Bron: Aangepas uit *https:// https://mybroadband.co.za*]

5.1 Bou 'n bemarkingstrategie vir bogenoemde produk. (6 × 2) (12)

5.2 Beskryf hoe die bemarkingstrategie wat jy in VRAAG 5.1 genoem het, geïmplementeer sal word. (4 × 2) (8)

5.3 Verduidelik hoe bogenoemde bemarkingstrategie gemonitor sal word. (4 × 2) (8)

5.4 Noem die verspreidingstrategie wat vir bogenoemde produk gebruik word. (1 × 2) (2)
[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

Lees die gevallestudie hier onder en beantwoord die vrae.

Andrews Enterprises, 'n dinamiese tegnologiemaatskappy, erken die behoefte om die doeltreffendheid van sy bemarkingsafdeling te verbeter. Om dit te bereik, besluit die bemarkingspan om sy struktuur te herevalueer en 'n nuwe organogram van die bemarkingsafdeling te implementeer wat naatlose samewerking bevorder en die persoonlike verkoopsproses optimaliseer.

Namate die nuwe bemarkingstruktuur in werking tree, begin die spanne verbeterde samewerking en verhoogde doeltreffendheid ervaar. Die inhoudskeppingspan produseer geteikende materiaal wat aanklank vind by die teikengehoor, terwyl die digitale bemarkingspan verskeie kanale gebruik om die maatskappy se aanlyn-teenwoordigheid te versterk.

[Bron: Aangepas van: *www.marketingmix.com*]

6.1 Ontwerp die organogram van Andrews Enterprises se bemarkingsafdeling. (5 × 2) (10)

6.2 Noem en beskryf VIER tipes situasies wat doeltreffendheid in spanwerk by Andrews Enterprises sal voorkom. (4 × 2) (8)

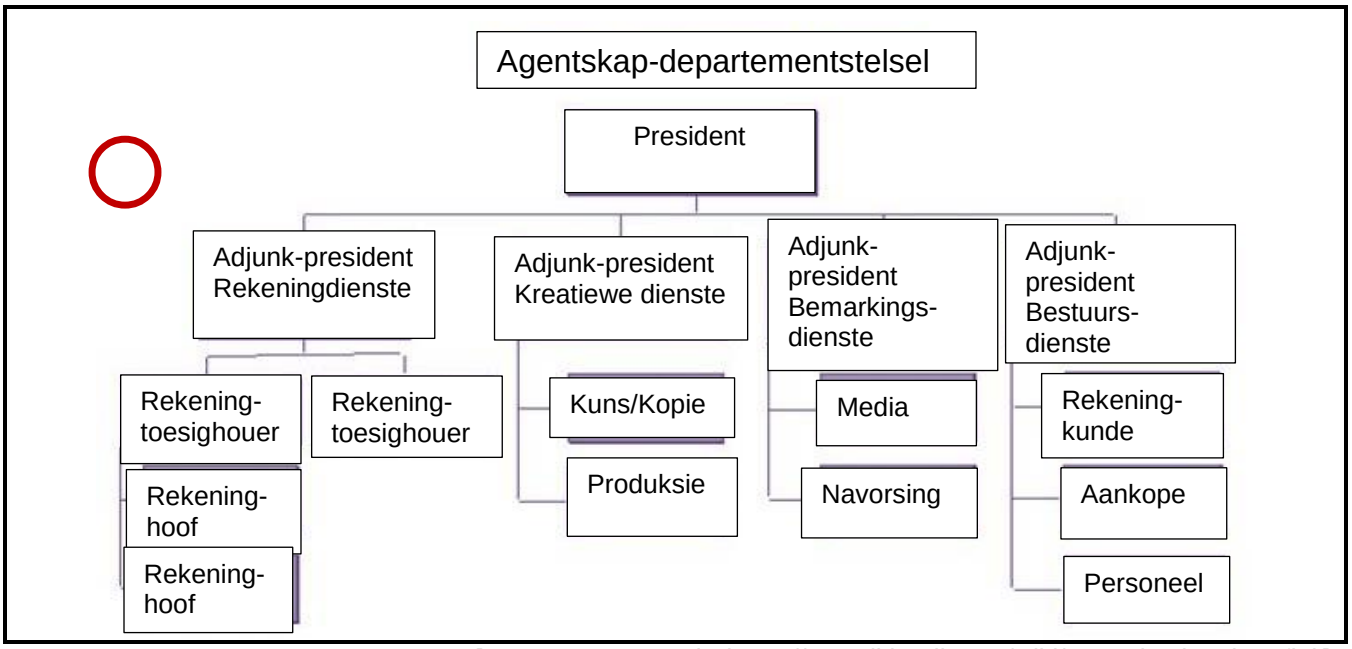
6.3 6.3.1 Noem die laaste stap in die persoonlike verkoopsproses. (1 × 2) (2)

6.3.2 Verduidelik die stap wat in VRAAG 6.3.1 genoem word. (5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 7

Bestudeer die inligting hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: Aangepas uit: *https:// en.wikipedia.org/wiki/Organizational grafiek*]

7.1	7.1.1	Definieer die term *integrasie* in jou eie woorde.	(2)
	7.1.2	Gee VYF voorbeelde uit bogenoemde organogram, van hoe integrasie kan plaasvind. (5 × 2)	(10)
	7.1.3	Noem VYF dinge wat 'n maatskappy van sy mededinger moet ontleed om sy mededingende voordeel te behou. (5 × 1)	(5)
	7.1.4	Noem DRIE maniere waarop bogenoemde maatskappy markgeleenthede sal identifiseer.	(3)
7.2		Noem en verduidelik die kommunikasiedoelwitte van die mediaplan van 'n organisasie. (5 × 2)	(10)
			[30]
		TOTAAL AFDELING B	**120**
		GROOTTOTAAL:	**150**

Kopiereg voorbehou