higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR-VLAK 2

(3041022)

12 November 2024 (Y-vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

080Q1N2412

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR-VLAK 2
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 (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK te skryf.

1.1 Die tipe kommunikasie wat in advertensies gebruik word, sluit gedrukte media in.

1.2 Die kwantitatiewe tegniek is een van die metodes om 'n potensiële kliënt se behoefte aan 'n produk of diens te identifiseer.

1.3 Dit is belangrik vir die bemarkingsafdeling om klantbehoeftes te bepaal, sodat die organisasie hul bemarkingshulpbronne dienooreenkomstig kan benut.

1.4 Verbruikersgerigtheid beteken om daarop gefokus te wees om wins te maak.

1.5 Die bemarkingskommunikasiemengsel bestaan uit die 4 P's.

1.6 'n Klagte vind plaas wanneer 'n kliënt ontevrede is met iets.

1.7 Interne kommunikasie handel oor die uitruil van inligting binne die organisasie.

1.8 PRISA is die professionele liggaam wat die belange van die skakel- en kommunikasiebestuurspersoneel in Suider-Afrika verteenwoordig.

1.9 Oortuigende kommunikasie is daarop gemik om uiteindelik 'n ander persoon se gedrag te verander.

1.10 Die kommunikasiemodel is een van die kommunikasietegnieke wat suksesvolle kommunikasie met kliënte bevorder.

1.11 Marksegmentering verwys na die teikenmark wat in praktiese markte verdeel word.

1.12 Belangstelling is een van die metodes om winsgewende bemarkingsidees te genereer.

1.13 'n Groet in 'n besigheidsbrief verwys na die posisie van die persoon in die organisasie.

1.14 Eksterne kommunikasie is kommunikasie met individue of groepe buite die organisasie.

1.15 Die rol van bemarkingskommunikasie in die generering van bemarkingsidees is om die organisasie se beeld te bevorder.

(15 × 1) **[15]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n opsie uit die lys hier onder om elk van die volgende sinne te voltooi. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

skriftelike kommunikasie; besigheid-tot-besigheid; besigheid-tot-verbruiker; fokusgroep; proksemiek; eksperimentering; persoonlike onderhoude; verwysingsnommer; posopname; waarneming; kinesika; versoening; opnames; bemiddeling; briefhoof

2.1 … behels om mense en situasies dop te hou, sonder om vrae te vra.

2.2 … vind plaas wanneer 'n opgeleide persoon die probleem probeer oplos.

2.3 … versamel data deur direkte of indirekte vrae te vra.

2.4 … is die kuns om mense met geskille te help en 'n blywende oplossing te vind.

2.5 Toetsbemarking is 'n metode van ... waardeur 'n produk aan spesifieke mense uit verskillende teikenmarkte gegee word om te gebruik, te toets en te evalueer.

2.6 'n Besigheid wat produkte of dienste aan 'n ander organisasie verkoop, word ... genome.

2.7 'n... word gebruik om korrespondensie met 'n spesifieke kliënt by te hou.

2.8 Die... van 'n organisasie bevat sy logo en adres.

2.9 'n... word gefasiliteer deur 'n onderhoudvoerder wat spesifieke vrae aan die groep stel met betrekking tot 'n spesifieke onderwerp.

2.10 In... bemarking is die benadering om produkte direk aan eindgebruikers te verkoop.

2.11 … kan deur 'n opgeleide persoon in 'n openbare plek uitgevoer word.

2.12 'n... is 'n lys van vooraf ontwerpte vrae, gepos aan huise.

2.13 … verwys na liggaamsbewegings, gebare, gesigsuitdrukkings en postuur.

2.14 … verwys na die studie van afstand, ruimte of kontak in menslike kommunikasie.

2.15 ... maak 'n boodskap amptelik.

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Advertensies word gebruik om bekend te maak wat ons wil verkoop of wil koop.

3.1.1 Noem VIER doeleindes van advertensies. (4)

3.1.2 Noem VYF advertensiedoelwitte. (5)

3.2 Verskeie elemente is betrokke by die kommunikasieproses.

Noem AGT elemente van die kommunikasiemodel. (8)

3.3 Noem DRIE van die verskillende metodes wat in 'n besigheid gebruik word om bemarkingsidees te genereer. (3)

3.4 Skryf 'n antwoord op 'n klagtebrief gebaseer op die volgende gevallestudie:

Jy is die kommunikasiebestuurder van jou plaaslike munisipaliteit en het 'n klagtebrief van 'n ontevrede kliënt ontvang. Die kliënt kla oor verkeerde fakturering op sy tariewe en belasting. (10)
[30]

VRAAG 4

Lees die gevallestudie hier onder en beantwoord die vrae.

Jy is werksaam as 'n bemarkingsbeampte by jou kollege. Deel van jou pligte is om strooibiljette, advertensies en kommunikasieboodskappe vir jou organisasie te ontwerp.

4.1 Gebruik EEN bladsy in jou ANTWOORDBOEK om 'n strooibiljet te ontwerp waarin jy die Bemarking NCV Vlak 2-kursus wat by jou kollege aangebied word, bemark. Gee spesifieke aandag aan die AIDA-beginsel sowel as kopieskryf, visualisering en uitleg. (15)

4.2 Die bemarkingskommunikasie-beplanningsproses staan ook bekend as die bemarkingsplan.

Noem die AGT fases van die bemarkingskommunikasie-beplanningsproses. (8)

4.3 Noem VYF sleutelrolle van bemarkingskommunikasie in die algehele bemarkingsproses. (5)

4.4 Definieer die term *oortuigende kommunikasie* in verhouding tot die rol daarvan in bemarkingskommunikasie. (2)
[30]

VRAAG 5

5.1 Verskeie mediums of tipes bemarkingskommunikasie kan deur 'n organisasie gebruik word. Kies 'n bemarkingskommunikasie-element uit die volgende lys wat ooreenstem met elk van die foto's hier onder. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (5.1.1–5.1.4) in die ANTWOORDBOEK neer.

verkopebevordering; persoonlike verkope; borgskap; direkte bemarking

5.1.1



[https://d1csa755d4bc1f93b093c252d25a95d333c19_screen.jpg?ts=1664715992]

5.1.2



[https://d1csa755d4bc1f93b093c252d25a95d333c19_screen.jpg?ts=1664715992]

5.1.3



[https://www.ringy.com/hsfs/hubfs/jpg?width=800&height=533&name=.jpg]

5.1.4



[https://images.axios.com/jU=/0x0:1920x1080/1920x1080/2019/08/12/156561]

(4 × 2) (8)

5.2 Op grond van jou antwoord op VRAAG 5.1.4, wie is die teikenmark vir hierdie tipe bemarkingskommunikasie? (2)

5.3 Noem VYF suksesvolle kommunikasie-elemente. (5 × 1) (5)

5.4 Enige faktor wat 'n boodskap verander of verwar, teen kommunikasie meeding of verhoed dat 'n boodskap ontvang word, word 'n kommunikasie-hindernis genoem.

Noem VYF tipes kommunikasiehindernisse. (Enige 5 × 1) (5)

Kopiereg voorbehou

5.5 Bemarkingskommunikasie speel 'n belangrike rol in die bevordering van die maatskappy se produk en beeld.

Noem VYF kenmerke van bemarkingskommunikasie. (5 × 1) (5)

5.6 As jy suksesvol met jou kliënte kommunikeer, sal jy 'n sterk en blywende verhouding met hulle kan bou.

Noem VYF maniere waarop suksesvolle kommunikasie met kliënte verkry kan word. (5 × 1) (5)
[30]

VRAAG 6

6.1 Verduidelik die volgende elemente van die bemarkingsmengsel:

6.1.1 Produk

6.1.2 Prys

6.1.3 Plek

6.1.4 Promosies

(4 × 2) (8)

6.2 Kliëntediens is die som van wat 'n organisasie doen om aan kliënte se verwagtinge te voldoen en kliëntetevredenheid te skep.

Noem VYF vereistes van kliëntedienste. (5 × 1) (5)

6.3 Noem en beskryf VIER tipes kommunikasie wat in advertensies gebruik word.
(Enige 4 × 2) (8)

6.4 Daar is verskillende vorme van geskrewe kommunikasie in besigheid.

Noem VYF vorme van geskrewe kommunikasie. (Enige 5 × 1) (5)

6.5 Beskryf kortliks die beginsels van die akroniem AIDA. (4 × 1) (4)
[30]

TOTALE AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou