higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3

(3041023)

13 November 2024 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye en 2 addendums.

142Q1N2413

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3
TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke afdeling op ‘n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs swart of blou ink.
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 (1.1.1–1.1.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Bemarking kan gedefinieer word as ‘n plek of gebied waar verbruikers en verkopers bymekaarkom.

1.2 Produsent, plek en prys is elemente van die bemarkingsamestelling.

1.3 Verkoopspromosie word as ‘n promosie-instrument gebruik, waardeur ‘n onderneming verbruikers motiveer om sy produkte of dienste te koop.

1.4 Proses is een van die elemente van die uitgebreide bemarkingsamestelling.

1.5 Die kleur swart word met vrede en groei verbind.

1.6 Die kreatiewe beginsels van bemarkingskommunikasie moet in ooreenstemming met die organisasie se vereistes gebruik word.

1.7 Volledigheid is een van die komponente van die kreatiewe beginsels van bemarkingskommunikasie.

1.8 Interne verwysing is wanneer jy die klant se navraag na iemand buite die organisasie verwys.

1.9 Eksterne verwysing is ‘n kort nota aan iemand anders in dieselfde organisasie.

1.10 Faktuur is ‘n dokument wat inligting oor die produk of diens wat verkoop is asook die prys wat die klant moet betaal, aandui.

1.11 ‘n Verskoningsbrief is een van die dokumente wat betrokke is wanneer ‘n onderneming sake met ‘n ontevrede klant doen.

1.12 Een van die voordele daarvan om reklameborde te gebruik, is dat dit aanpasbaar/buigsaam is.

1.13 Byvoordele is ‘n vorm van motivering wat ‘n verkoopsbestuurder kan gebruik om sy/haar verkoopspersoneel te motiveer.

1.14 Volgens Maslow se behoeftehiërargie, sluit veiligheid liefde, toegeneentheid en om deel te wees van groepe in.

1.15 ‘n Bonus kan verduidelik word as ekstra betaling vir uitstaande werk.

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

2.1 Enige tasbare item wat die onderneming te koop aanbied:

A Fisiese bewyse
B Promosie
C Proses
D Produk

2.2 Komponente van die bemarkingsamestelling:

A Produkte
B Pryse
C Promosies
D Al die bogenoemde

2.3 Die kombinasie van twee of meer vorms van bemarking wat gebruik word om ‘n produk of diens te verkoop:

A Bedryfsbemarking
B Bemarkingsbestuur
C Geïntegreerde bemarking
D Bemarkingsnavorsing

2.4 Een van die komponente van die ‘4 P’s’ van bemarking:

A Promosie
B Doelmark/Teikenmark
C Verkoopspromosie
D Nie een van bogenoemde

2.5 ‘n Lys items wat gedurende ‘n vergadering bespreek gaan word:

A Notule
B Agenda
C Memorandum
D Nie een van bogenoemde

2.6 ‘n Tipe onderneming wat deur een persoon besit word:

A Vennootskap
B Alleeneienaar
C Maatskappy
D Al die bogenoemde

2.7 ‘n Vaste gereelde betaling, wat tipies op ‘n maandelikse basis betaal word maar as ‘n jaarlikse bedrag uitgedruk word, wat deur ‘n werkgewer aan ‘n werknemer betaal word:

A Kommissie
B Salaris
C Loon
D Nie een van bogenoemde

2.8 Die faktore wat geïntegreerde bemarkingskommunikasie beïnvloed:

A Ervare verbruikers
B Wêreldmarkte
C Swakker uitwerking van die kommunikasieboodskap
D Al die bogenoemde

2.9 Hierdie kleur word emosioneel met opgewektheid verbind.

A Geel
B Swart
C Oranje
D Wit

2.10 Verwys na die aktiwiteite wat uitgevoer word om die beweging van voorraad in en uit die organisasie te beheer.

A Verkoopskontrak
B Voorraadbestelling
C Voorraadbeheer
D Voorraadopname

2.11 Hierdie persoon maak die direkteure bewus van al die wette en regulasies wat op die organisasie van toepassing is.

A HUB
B Sekretaris
C Ouditeur
D Nie een van bogenoemde

2.12 Hierdie instituut is vir die opleiding en ontwikkeling van bemarkers verantwoordelik om te verseker dat hulle in klante se behoeftes voorsien.

A IMM
B Verbruikershof
C ICASA
D Al die bogenoemde

2.13 Een van die elemente van ‘n opname.

A Doelwitte
B Oogmerk
C Missie
D Nie een van bogenoemde

2.14 Die telefoniese oorsending van ingeskandeerde gedrukte materiaal, met inbegrip van teks of beelde.

A E-pos
B Internet
C Faks
D Nie een van bogenoemde

2.15 Die departement wat direk met die kliënte te doen het.

A Navorsingsdienste
B Mediadienste
C Rekeningbestuursdienste
D Kreatiewe dienste

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Instrumente van geïntegreerde bemarkingskommunikasie is die elemente wat as deel van geïntegreerde bemarkingskommunikasie gebruik word. Verduidelik die volgende geïntegreerde-bemarkingskommunikasie-instrumente:

3.1.1 Reklame

3.1.2 Persoonlike verkope

3.1.3 Publisiteit

3.1.4 Borgskap

3.1.5 Openbare betrekkinge

(5 × 2) (10)

3.2 Identifiseer VEF doelwitte van geïntegreerde bemarkingskommunikasie. (5)

3.3 Kreatiewe beginsels is riglyne wat bemarkers gebruik om effektiewe bemarkingskommunikasie te skep.

Verduidelik VYF redes waarom kreatiewe beginsels van bemarkingskommunikasie in bemarkingsveldtogte gebruik word. (5 × 2) (10)

3.4 Een van die oogmerke daarvan om ‘n notule van ‘n vergadering te neem, is om diegene wat afwesig was, in te lig oor wat gedurende die vergadering gebeur het.

Noem VYF kenmerke van goeie notules. (5)

[30]

VRAAG 4

Bestudeer die gevallestudie in ADDENDUM A en beantwoord VRAAG 4.1:

4.1 Die persvrystelling wat in ADDENDUM A aangeheg word, voldoen nie aan die riglyne oor hoe om ‘n goeie persverklaring te skryf nie. Skep ‘n goeie persvrystelling vir Eskom op grond van die inligting in ADDENDUM A. (15)

4.2 Identifiseer VYF elemente wat in ‘n opname moet verskyn. (5)

4.3 Marketing Factory Company sal op 22 Desember om 14:00 sy departementele vergadering hou om kwessies rakende die verkoops- en bemarkingsveldtogte te bespreek. Die volgende items is op die agenda:

Afsluiting
Enige ander sake
Opening en verwelkoming
Verskonings
Nuwe sake: verkoopsyfers, veldtog-evalueringsyfers, reklamestrategieë
Aankondiging: Datum van die volgende vergadering

Gebruik die inligting hier bo en stel op ADDENDUM B ‘n agenda op vir die departementele vergadering van Marketing Factory Company. (10)
[30]

VRAAG 5

5.1 Aggressie is bloot selfgelding (‘assertiveness’) wat te ver gevoer word.

Bespreek VYF metodes om aggressie in selfgelding om te skakel. (5 × 2) (10)

5.2 Nie-verbale kommunikasie speel ‘n sleutelrol tydens ‘n aanbieding.

Gee VYF voorbeelde van nie-verbale kommunikasie wat ‘n aanbieder NIE moet gebruik nie. (5)

5.3 Noem VYF voorbeelde van visuele aanbiedingshulpmiddels waarvan ‘n aanbieder gedurende ‘n aanbieding kan gebruik maak. (5)

5.4 Verbruikers word deur bepaalde faktore gemotiveer wanneer hulle produkte koop of gebruik.

Noem VYF motiverings wat verbruikers kan ervaar. (5 × 2) (10)
[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

6.1 Die direksie is een van die belangrikste belanghebbers en speel ‘n groot rol in die maatskappy. Noem VYF rolle van die direksie in ‘n maatskappy. (5)

6.2 Die Advertising Standards Authority (ASA) is een van die reguleringsliggame in Suid-Afrika wat die bemarkingsbedryf reguleer. Verduidelik kortliks die VYF vernaamste riglyne van die Adverting Standards Authority (ASA). (5)

6.3 Klante gebruik een of albei van die twee kommunikasiemetodes wanneer hulle navrae aan die organisasie rig, naamlik verbale en nie-verbale navrae. Onderskei tussen verbale en nie-verbale navrae. (2 × 2) (4)

6.4 Dit is belangrik dat jy stiptelik reageer wanneer jy klagtes van klante oor jou produkte en dienste ontvang. Noem VYF stappe wat jy moet doen wanneer jy klagtes van klante ontvang. (5)

6.5 Sodra jy al die inligting ontvang het wat jy in jou aanbieding wil gebruik, moet jy dit op ‘n logiese manier struktureer sodat dit vir die gehoor sinvol is. Noem VIER maniere waarop jy jou inligting logies kan struktureer. (4)

6.6 ‘n Verkoopsbrief is ‘n brief wat ‘n bemarker aas ‘n potensiële klant skryf om die klant uit te nooi om ‘n bestelling te plaas of vir meer inligting te vra. Beskryf SEWE elemente wat op die formaat van ‘n verkoopsbrief betrekking het. (7)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou

ADDENDUM A

Eskom-spanne werk onverpoos om hierdie opwekkingseenhede weer in diens te stel.

Onklaarhede is tans teen 16 210MW van opwekkingskapasiteit, terwyl die kapasiteit wat vir beplande instandhouding uit diens is, 5 894MW is.

EINDIG
071 711 5555/ 012 222 2222

Fase 6-beurtkrag sal vanaf Dinsdag 05:00 tot verdere kennisgewing geimplementeer word.

September 4, 2025

Die vertraging om een opwekkingseenheid elk by Hendrina- en Tutuka-kragstasie weer in diens te stel, dra ook by tot die huidige kapsiteitsbeperkings.

Ons wil graag diegene bedank wat gehoor gegee het aan die oproep om elektrisiteit spaarsamig en doeltreffend te gebruik, byvoorbeeld deur geisers en swembadpompe tussen 17:00 en 21:00 af te skakel , omdat dit die vraag verminder en help om die druk op die kragstelsel te verlig, en sodoende tot laer beurtkragfases bydra.

MEDIAVERKLARING:

EINDIG
071 711 5555/ 012 222 2222
www.eskom.co.za

Sedert gister is ‘n opwekkingseenheid elk by Kriel- en Medupi-kragstasie vir herstelwerk uit diens gestel. In dieselfde tydperk is ‘n opwekkingseenheid elk by Arnot-, Kendal-, Kriel- en Lethabo-kragstasie weer in diens gestel.

Maandag, 04 September 2025: Met die toename in beplande instandhouding soos vroeër gekommunikeer en die verlies van ‘n verdere twee opwekkingseenhede vandag, sal Fase 6-beurtkrag vanaf Dinsdag om 05:00 tot verdere kennisgewing geïmplementeer word.

[Bron: *https://www.eskom.co.za/category/news/*]

Kopiereg voorbehou Blaai om asseblief

ADDENDUM B

EKSAMENNOMMER: | | | | | | | | | | | | | | |



Bron: https://99designs.com/inspiration/logos/marketing

Plek:
Datum:
Tyd:

AGENDA

1. _____
2. _____
3. _____
   3.1 _____
   3.2 _____
4. _____
5. _____
6. _____

Handtekening: _____ **Datum:** _____
Voorsitter

Handtekening: _____ **Datum:** _____
Sekretaris

Kopiereg voorbehou