higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING
NKR VLAK 4

(3041004)

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

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

324Q1N2420

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
BEMARKING
NKR VLAK 4
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

Kies ’n term uit KOLOM B om by ’n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1	Hierdie tegniek word gebruik om te voorspel hoe klante moontlik op ‘n bepaalde advertensie sal reageer	A	na-toetsing
1.2	‘n Gerekenariseerde stelsel wat data versamel om uiteindelik besluitnemers op ‘n deurlopende basis van inligting te voorsien	B	besluitondersteuningstelsel
1.3	Inligting wat deur die organisasie geproduseer word	C	eksterne databronne
1.4	‘n Stel reëls en oortuigings wat goeie en slegte gedrag bepaal	D	primêre navorsing
1.5	Bemarkers gebruik hierdie tegniek om inligting in te win nadat klante ‘n advertensie gesien het	E	interne databronne
1.6	‘n Gerekenariseerde stelsel wat omvattende inligting oor klante bevat sodat daar beter in hul behoeftes voorsien kan word	F	bemarkingsinligtingstelsel
1.7	Inligting wat buite die organisasie beskikbaar is	G	sekondêre navorsing
1.8	Navorsing wat voorheen deur ‘n ander organisasie vir ‘n ander doel gedoen is	H	vooraftoetsing
1.9	‘n Gerekenariseerde metode met instrumente, tegnieke en prosedures wat besluitnemers help	I	klanteverhoudingsbestuurstelsel
1.10	Dit is ‘n term wat navorsing beskryf wat nog nooit vantevore gedoen is nie	J	etiek

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 Organisatoriese etiek is riglyne vir gedrag wat verseker dat niemand benadeel word nie.

2.2 Hulpbronne is alles wat benodig word om die organisasie se bemarkingsplan uit te voer.

2.3 ‘n Waardeproposisie verklaar hoe ‘n produk of handelsmerk ‘n klant se probleem oplos.

2.4 Kundigheid (‘Expertise’) verwys na alle menslike en nie-menslike aspekte wat nodig is vir ‘n maatskappy om suksesvol te wees.

2.5 Die hoofdoelwit van ‘n missieverklaring is om ‘n maatskappy met behulp van ‘n opeenvolgende reeks sakestappe vanaf sy huidige toestand na sy verlangde toestand te begelei.

2.6 ‘n Mededinger se prestasie is noodsaaklik ten einde die benutting van maatskappyhulpbronne te evalueer.

2.7 Toesighouers en fabrieksbestuurders kan as bekwaamhede (‘competencies’) geklassifiseer word.

2.8 Die resultate van ‘n bemarkingsveldtog is ‘n vorm van terugvoering vir die bemarkingsdepartement.

2.9 Dit is onnodig dat ‘n bemarkingsplan rekord hou van personeel wat in die bemarkingsdepartement benodig word.

2.10 ‘n Gedragskode is ‘n formele stel reëls en standaarde wat beskryf wat van elke werknemer verwag word.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3

Voltooi die volgende sinne deur slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

3.1 Die gedeelte van die totale mark wat ‘n maatskappy het in verhouding tot sy mededingers staan bekend as …

3.2 ‘n … is ‘n nuttige instrument wat gebruik word om te monitor of daar aan tydsraamwerke voldoen word.

3.3 … kom voor wanneer verwagte resultate van werklike resultate verskil.

3.4 Die bedrag geld wat ‘n maatskappy genereer in verhouding tot die bemarkingskoste, staan bekend as … .

3.5 Wanneer ‘n onderneming versekering uitneem wat protesoptrede dek, is dit ‘n voorbeeld van ‘n … gebeurtenis.

3.6 ‘n Gasstoof is ‘n voorbeeld van ‘n … wat in ‘n restaurant benodig word.

3.7 Kennkis van die verbruikersmark is ‘n voorbeeld van ‘n … bemarkingsbron.

3.8 Bemarkers wat oor gebeure nadink en dienooreenkomstig aanpas eerder as om op gebeure te reageer, is … .

3.9 ‘n Maatskappy se sterk punte, swakhede en bekwaamhede is alles deel van die … bemarkingsomgewing.

3.10 Die … bemarkingsomgewing behels tegnologiese ontwikkelings, maatskaplike, ekonomiese, mededingende en wetlike faktore.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae wat volg.

Jy is onlangs op ‘n kontrakbasis aangestel as die bemarkingsassistent by Mzanzi Advertising Solutions. Die maatskappy doen reklamenavorsing en ontwikkel reklameveldtogte asook bemarkingsplanne vir maatskappye. As deel van jou werk sal jy vertroud moet raak met die reklamenavorsingsproses en die relevansie daarvan voor, gedurende en na afloop van ‘n bemarkingsveldtog. Jy sal ook moet weet hoe belangrik die bemarkingsdepartement is ten opsigte van sakeplanne. Nog ‘n taak sal wees om bemarkingsplanne vir verskeie organisasies te ontwikkel en hersien.

4.1 Identifiseer DRIE aktiwiteite wat deur Mzanzi Advertising Solutions uitgevoer word. (3 × 2) (6)

4.2 Verduidelik DRIE gevolge van ‘n reklamenavorsingsproses wat swak bestuur word. (3 × 2) (6)

4.3 Noem enige DRIE voordele van insette wat deur die bemarkingsdepartement gegee word vir strategiese sakebeplanning van Mzanzi Advertising Solutions. (3 × 2) (6)

4.4 Gee VIER redes waarom strategiese bemarkingsplanne hersien word. (4 × 2) (8)

4.5 Vergelyk die verskille tussen primêre data en sekondêre data wat vir die ontwikkeling van ‘n bemarkingstrategie benodig word. (2 × 2) (4)

[30]

VRAAG 5

5.1 Ontwerp ‘n kontrolelys vir die monitering van bemarkingsinligtingsvloei. (4 × 2) (8)

5.2 Evalueer hoe die metodes van ‘n bemarkingsinligtingstelsel kan help om aan ‘n maatskappy se bemarkingsvereistes te voldoen. (4 × 2) (8)

5.3 Verskaf VIER redes waarom ‘n maatskappy kan besluit om internasionaal handel te dryf. (4 × 2) (8)

5.4 Verskaf DRIE redes waarom ‘n maatskappy wat internasionaal handel dryf, kultuur in aanmerking moet neem. (3 × 2) (6)

[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

6.1	Illustreer VYF kenmerke van prestasiestandaarde.	(5 × 2)	(10)
6.2	Beskryf VIER algemene prestasiestandaarde.	(4 × 2)	(8)
6.3	Verduidelik die belangrikheid VIER tipes bemarkingshulpbronne.	(4 × 2)	(8)
6.4	Noem VIER maniere om bemarkingshulpbronne te evalueer.	(4 × 1)	(4)
			[30]

VRAAG 7

Bestudeer die scenario hier onder en beantwoord die vrae wat volg.

Die verklaring van bemarkingsetiek dra ‘n duidelike boodskap uit dat bemarkers beter wil doen. Senior uitvoerende bestuurders beskou dit as ‘n belangrike prioriteit, wat ‘n bemoedigende teken vir bemarkers is. Mededingende prioriteite soos die optimale gebruik van hulpbronne, beplanning en verslagdoening beteken dat voornemens nie altyd in die praktyk waar word nie.

[Bron: Aangepas uit: *https://www.precisdigital.com/ebook/marketing-ethics-report-2022/*]

7.1	Vind die etiese boodskap in die scenario.		(2)
7.2	Bespreek die rol van etiek in ‘n bemarkingsorganisasie.	(5 × 2)	(10)
7.3	Noem VIER maniere waarop ‘n mens oor kundigheid en ervaring in ‘n maatskappy kan verslag doen.	(4 × 1)	(4)
7.4	Bespreek VIER faktore wat ‘n mens in aanmerking kan neem wanneer jy ‘n verslag opstel.	(4 × 2)	(8)
7.5	Gee ‘n uiteensetting van die belangrikheid van data in die voorbereiding van ‘n bemarkingsplan.	(3 × 2)	(6)
			[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou