higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

(3041013)

2 Desember 2024 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

568Q1N2402

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
ADVERTERING EN PROMOSIES
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 ’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 neer te skryf.

1.1 Die krag van ’n besigheid is ’n voorbeeld van die eksterne omgewing.

1.2 ’n Voornemende kliënt is ’n lojale kliënt.

1.3 Daar is geen verskil tussen ’n inbel- en kontaksentrum nie.

1.4 Die hoofdoelwit van ’n verkoopskonsultant is om die besigheid te bevorder.

1.5 Media-skedulering is die proses om media-doelwitte te ontwikkel.

1.6 ’n Maatskappy se kleredragkode is ’n voorbeeld van ’n prosedure.

1.7 Handelspromosies se teikenmark is besighede.

1.8 Advertering op busse is ’n vorm van drukmedia.

1.9 Om ’n produk bekend te stel, is om ’n nuwe produk vir die eerste keer te koop aan te bied.

1.10 ’n Verspreider is ’n kleinhandelaar waar kliënte produkte koop.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Kies ’n term/item uit KOLOM B om by ’n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–K) langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Mense steek hulle woede weg en wil nie erken dat hulle ontsteld is nie.	A	handelsware
2.2	Die aktiwiteit om goedere in winkels aan kliënte te verkoop	B	negatiwiteit
2.3	’n Ingesteldheid van iemand wat iets slegs in alle situasies sien	C	korporatief
2.4	Bekend as ’n groot organisasie	D	kleinhandel
2.5	Beginsels, oortuigings of standaarde wat individue se ingesteldhede, gedrag en besluite beïnvloed	E	ontkenning
2.6	Die gewone manier om dinge in ’n besigheid te doen	F	prosedure
2.7	’n Bespreking waarin menings gedeel word	G	waardes
2.8	Produkte wat verkoop word	H	konsultasie
2.9	Om noukeurig oor iets te dink	I	konfrontasie
2.10	Hewige meningsverkil tussen twee partye	J	diktering
		K	besinning

(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.

vervaardig; handelsmerk; geleentheid; bedreigings; promosies; strategie; taktiek; implementeer; intranet; oogmerk; publisiteit

3.1 Bemarkingsaktiwiteite wat besighede gebruik om met voornemende kopers te kommunikeer.

3.2 Om op te tree en ’n plan uit te voer.

3.3 Aandag wat iemand van die media kry.

3.4 ’n Stel planne wat gebruik word om iets te behaal.

3.5 Om groot hoeveelhede goedere te maak deur masjiene te gebruik.

3.6 Aktiwiteite wat strategieë ondersteun.

3.7 Doelwitte wat beplan is.

3.8 Die kans om iets te doen.

3.9 ’n Interne rekenaarnetwerk wat inligting tussen werknemers uitruil.

3.10 ’n Tipe produk wat deur ’n maatskappy gemaak word wat ’n spesifieke naam of ontwerp het.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 4

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

DAIRYMAID VOEG LEMON CREAM BY HULLE COUNTRY FRESH-REEKS

Dairymaid het ’n nuwe geur, Lemon Cream, net betyds vir die somer by sy Country Fresh-handelsmerk gevoeg en bekendgestel.

Dairymaid is die afgelope 100 jaar bekend vir sy passie om goeie roomys te maak. Lemon Cream is ’n kinkel in hulle roomysreeks.



Manyathe Ramotsepe, Dairymaid se senior handelsmerkbestuurder lewer kommentaar op hierdie nuwe geurinnovering en sê: ‘As ’n handelsmerk streef ons daarna om deel te wees van al jou etes, beide jou alledaagse etes en etes tydens spesiale geleenthede. Country Fresh probeer om gesinsetes elke dag op te helder.’

Met Lemon Cream aan die voorpunt, beliggaam Dairymaid se Country Fresh-handelsmerk steeds ’n produk wat fokus op gladde en romerige geure vir enige geleentheid. Geniet hierdie somer die verfrissende smaak van Country Fresh Lemon Cream. Verbruikers word aangemoedig aan die Country Fresh-winkelkompetisie deel te neem waar hulle ’n kans staan om weeklikse kontantpryse van tot R10 000 te wen.

[Bron: *https://www.bizcommunity.com/Article/196/162/242955.html*]

4.1 Ontwerp ’n advertensie wat die nuwe geur aan die publiek bekendstel. (5 × 2) (10)

4.2 Tydens promosies in die winkel kan probleme opduik.

4.2.1 Identifiseer VYF probleme wat kan voorkom. (5)

4.2.2 Vir elk van die probleme wat in VRAAG 4.2.1 geïdentifiseer is, noem korrektiewe optrede om die probleme op te los. (5)

4.3 4.3.1 Identifiseer die tipe promosie-aktiwiteit wat in die artikel gebruik word. (2)

4.3.2 Gee VYF voorbeelde van die promosie-aktiwiteit wat hier bo gekies is. (5)

4.4 Gebruik Dairymaid die stoot- of trekstrategie? Verduidelik jou antwoord. (3)
[30]

VRAAG 5

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

PERFECTLY CLEAR BEGIN MET NUWE TV-VELDTOG
CLEARLY DRINKS HET 'N NUWE TV-ADVERTENSIE VIR SPITSKYKTYD GESKEP



Die advertensies, wat op Maandag, 1 Junie in die Verenigde Koninkryk uitgesaai word, sal tydens spitskyktydprogramme vertoon word, insluitend ITV se Good Morning Britain en hoëprofiel-kinderprogramme soos Peppa Pig, Fireman Sam en Ben en Holly.

Susanne Wright, bemarkingshoof by Clearly Drinks, het gesê: 'Ons is daartoe verbind om die groei van die kategorie gegeurde water in die VK te bevorder en om Perfectly Clear verder as 'n gevestigde handelsmerk in die gegeurde-watermark te vestig. Ons sien uit daarna dat ons TV-advertensie hierdie Junie op die skerms sal verskyn om bewustheid van ons nuwe produk met 'n verhoogde vrugtegeur by gesinne en die kategorie gegeurde water as geheel te bevorder.

'Ons weet Perfectly Clear met sy sterk vrugtige geure, helder en aantreklik verpakking en geen suiker sal 'n groot treffer by gesinne wees. Ons opwindende nasionale TV-advertensie sal ondersteun word deur 'n geïntegreerde bemarkingsveldtog wat vanaf Junie bekendgestel word, insluitend aanlyn-advertensies, beïnvloedersveldtogte en die bevordering van 'n gunstige nasionale en streeksbeeld.'

[Bron: *https://www.talkingretail.com/products-news/soft-drinks/perfectly-clear-launches-new-tv-campaign-21-05-2020/*]

5.1 Identifiseer die teikenmark vir bogenoemde produk. (2)

5.2 Definieer die volgende terme uit bogenoemde gevallestudie in jou eie woorde:

5.2.1 *Aanlyn-advertering*

5.2.2 *Herbekendstelling*

5.2.3 *Beïnvloederveldtog*

(3 × 2) (6)

5.3 Clearly Drinks gebruik televisie as een van hulle media.

5.3.1 Noem VIER voordele van televisie-media. (4)

5.3.2 Noem VIER voordele van televisie-media. (4)

5.4 Beskryf die rol en verantwoordelikhede van Susanne Wright. (5 × 2) (10)

5.5 Noem die faktore wat Clearly Drinks in hulle keuse van media beïnvloed het. (4)

[30]

VRAAG 6

Bestudeer die foto hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://www.archdaily.com/*]

6.1	Beskryf die korporatiewe kultuur uit die foto hier bo.	(4 × 2)	(8)
6.2	Bespreek waarom bogenoemde maatskappy 'n gedragskode sal hê.	(5 × 2)	(10)
6.3	Hoe sal bogenoemde maatskappy sy mededingende voordeel behou?		(2)
6.4	Illustreer, deur middel van 'n tekening, hoe 'n tipiese organogram van 'n besigheid sal lyk.	(5 × 2)	(10)
			[30]

VRAAG 7

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

Johnsons Corp maak gereed vir 'n groot produkbekendstelling. Die Openbare Betrekkinge (OB)-span het die taak om die maatskappy se beeld te verbeter en opgewondenheid rondom die komende vrystelling te skep. Die spanleiers erken die belangrikheid van die handhawing van 'n positiewe werksomgewing om die sukses van die bemarkingstrategie te verseker. Hulle besluit om 'n werkplek-positiwiteitsveldtog te begin, wat OB-insette met spanbou-inisiatiewe sal inkorporeer.

Deur hierdie gekoördineerde benadering versterk Johnsons Corp nie net sy eksterne beeld nie, maar kweek ook 'n positiewe interne atmosfeer. Die spanleiers se klem op positiwiteit komplementeer die bemarkings- en PR-insette en skep 'n samehangende strategie wat bydra tot 'n suksesvolle produkbekendstelling.

[Aangepas uit: *www.marketingmix.com*]

7.1	Verduidelik die stappe wat Johnsons Corp kan gebruik om die openbarebetrekkinge-plan te ontwikkel.	(7 × 2)	(14)
7.2	Noem SES maniere waarop Johnsons Corp se spanleiers positiwiteit in 'n span kan versterk.		(6)
7.3	Noem die stappe van 'n bemarkingstrategie wat Johnsons Corp kan gebruik in die korrekte volgorde.		(6)
7.4	Identifiseer TWEE oogmerke van advertering en promosies.	(2 × 1)	(2)
7.5	Noem TWEE openbarebetrekkinge-aktiwiteite.	(2 × 1)	(2)
			[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou