higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

02 Desember 2024

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Onwaar
1.2 Onwaar
1.3 Waar
1.4 Onwaar
1.5 Onwaar
1.6 Onwaar
1.7 Waar
1.8 Onwaar
1.9 Waar
1.10 Onwaar

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

2.1 E
2.2 D
2.3 B
2.4 C
2.5 G
2.6 F
2.7 H
2.8 A
2.9 K
2.10 I

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 Promosies
3.2 Implementeer
3.3 Publisiteit
3.4 Strategie
3.5 Vervaardig
3.6 Taktiek
3.7 Oogmerk
3.8 Geleentheid
3.9 Intranet
3.10 Handelsmerk

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

4.1
- AANDAG: Opskrif wat die nuwe produkgeur aankondig.✓✓
- BELANGSTELLING: Voordeel van produk OF prys OF grootte Of enige inligting oor die produk.✓✓
- BEGEERTE: Kompetisie MOET genoem word.✓✓
- AKSIE: Implementeringsdatum OF ligging.✓✓
- FORMAAT: Ken slegs geallokeerde punt toe as student die AIDA-beginsel nagekom het.✓✓ (5 × 2) (10)

4.2.1
- Nie genoeg voorraad nie
- Plakkate kan beskadig wees
- Besonderhede van die kompetisie is nie bekend gemaak nie
- Personeel weet nie van die promosie in die winkel nie
- Promosie-staander was nie gereed nie

(Enige relevante probleem) (5)

4.2.2
- Nie genoeg voorraad nie – Bestel genoeg voorraad vir die duur van die promosie.
- Plakkate kan beskadig wees – Voordat plakkate vertoon word, maak seker dit is in ’n goeie toestand.
- Besonderhede van die kompetisie is nie bekend gemaak nie – Maak voordat die promosie begin seker dat die besonderhede van die kompetisie op die advertensiemateriaal is.
- Personeel weet nie van die promosie in die winkel nie – Lei personeel vooraf op.
- Promosie-staander is nie behoorlik opgestel nie – Begin om die promosie-staander ’n paar dae voor die promosie begin op te stel.

(KORREKTIEWE AKSIE MOET OOREENSTEM MET 4.2.1) (5)

4.3 4.3.1 Kliënte-promosies✓✓ (2)

4.3.2 Gratis monsters,✓ afslag,✓ koeponne,✓ lootjies,✓ koop een kry een gratis.✓ (Enige VYF relevante antwoorde) (5)

4.4 Trekstrategie,✓ Dairymaid gebruik advertensies ✓ om begeerte in die kliënt te skep.✓

(3 × 1) (3)

[30]

VRAAG 5

5.1 Kinders✓✓ (2)

5.2 5.2.1 Dit is ’n vorm van bemarking en advertering✓ wat die internet gebruik om produkte en dienste aan gehore en platformgebruikers te bevorder.✓ (2)

5.2.2 Wanneer ’n produk weer of in ’n ander vorm bekendgestel word.✓✓ (2)

5.2.3 ’n Vorm van bemarking wat besighede in staat stel om met individue saam te werk✓ wat ’n gevolg het vir verhoogde handelsmerkblootstelling.✓ (2)

5.3 5.3.1 Verskaf foto’s en klanke;✓ Het kleur en beweging;✓ Kan kreatief wees;✓ Kykers onthou advertensie;✓ Groot gehoor.
(Enige 4 × 1) (4)

5.3.2 Duur;✓ Kan nie een gehoor teiken nie;✓ Kykers kan advertensies misloop;✓ Geraas en ander programme.✓ (4)

5.4 Dit is haar verantwoordelikheid om die mense in die bemarkingsafdeling te bestuur ✓✓ deur doelwitte te stel, die bemarkingsproses te organiseer, lei en beheer.✓✓ Sy is ook verantwoordelik om die interne en eksterne omgewing dop te hou,✓✓ ’n bemarkingstrategie te beplan,✓✓ die bemarkingsamestelling en promosie-samestelling te gebruik ✓✓ en toe te sien dat planne uitgevoer word. (Enige 5 × 2) (10)

5.5 Koste;✓ Aard van produk/diens;✓ Openbare teikengroepe;✓ Sirkulasie.✓ (4)
[30]

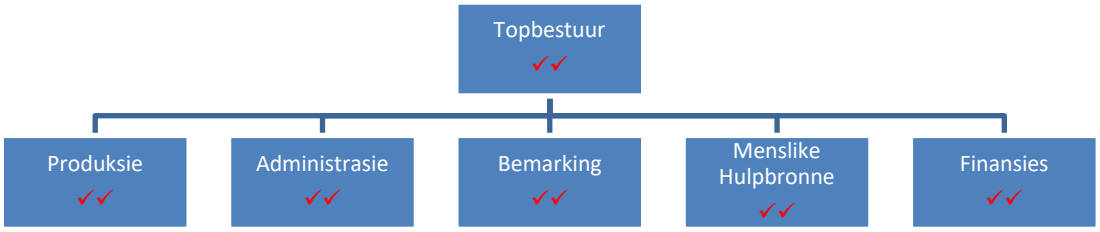
VRAAG 6

6.1 Deur na die gebou te kyk, lyk die besigheid baie modern,✓✓ baie tegnologies,✓✓ korporatiewe kultuur is baie formeel,✓✓ streng reëls sal in hierdie korporasie geld.✓✓ (Enige 4 × 2) (8)

6.2 ’n Gedragskode help alle werknemers om saam te werk✓✓ om die organisasie se doelwitte te behaal.✓✓ Die gedragskode is ’n riglyn vir werknemers.✓✓ dit dui die standaarde van die organisasie aan✓✓ en verduidelik hoe die organisasie deur die publiek beskou wil word.✓✓ (5 × 2) (10)

6.3 Hulle moet hulle mededingers identifiseer✓ en assesseer.✓ (2)

6.4



(Enige VIER Ondergeskiktes) (5 × 2) (10)
[30]

VRAAG 7

7.1

- Stap 1: Besluit oor doelwitte✓
  Maatskappy moet seker maak dat die plan die doelwitte behaal✓
- Stap 2: Identifiseer die teikengehoor✓
  'n Maatskappy moet seker maak dat hulle die korrekte teikengehoor identifiseer✓
- Stap 3: Besluit oor jou kommunikasiedoelwit✓
  Maatskappy moet besluit wat die rede vir publisiteit is✓
- Stap 4: Besluit oor die boodskap wat gekommunikeer gaan word ✓
  Wanneer 'n boodskap opgestel word, moet die maatskappy in gedagte hou dat dit die besigheid se beeld sal beïnvloed.✓
- Stap 5: Besluit wat medium of media gebruik gaan word✓
  Kies 'n gepaste medium of 'n kombinasie van verskillende media-tipes.✓
- Stap 6: Besluit oor die begroting✓
  Die begroting sal afhang van die media wat gekies word ✓
- Stap 7: Werk die tydsberekening uit✓
  Stuur die artikel van die gekose media-tipe ✓
- Stap 8: Evalueer die program✓
  Wees op die uitkyk vir enige veranderings in die publiek se ingesteldheid teenoor die maatskappy of produk✓

Stappe MOET in die korrekte volgorde wees. Enige relevante beskrywing van elke stap.

(7 × 2) (14)

7.2
- Sê aan spanlede waarom hulle vir die taak gekies is.
- Prys lede vir hulle werk.
- Luister na wat spanlede sê.
- Antwoord op kommentaar wat die span gee.
- Gee vertroue in die spanlede.
- Maak seker die spanlede verstaan die span se oogmerke, hulle rolle en verantwoordelikhede. (6)

7.3 Stap 1: Identifiseer die teikengehoor.
Stap 2: Besluit oor die boodskap wat jy wil kommunikeer.
Stap 3: Besluit oor die bedrag geld wat jy wil spandeer.
Stap 4: Kies die promosie-elemente wat jy gaan gebruik.
Stap 5: Implementeer die plan.
Stap 6: Besluit hoe resultate gemeet gaan word.
(NB: Stappe moet in KORREKTE volgorde wees) (6)

7.4 Lig in;✓ Oorreed;✓ Herinner; Om te adverteer (Enige 2 × 1) (2)

7.5 Persverklaring;✓ Perskonferensie;✓ Verslae; Uitstallings en handelsuitstallings; Publikasies; Interne nuusbriewe. (Enige 2 × 1) (2)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou