higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING
NKR VLAK 2

15 November 2022

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

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

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

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

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 Verbruikersoriëntasie
3.2 ruilstelsel
3.3 Regulasie
3.4 Promosie
3.5 bemarkingsmengsel
3.6 Besoedeling
3.7 Handelsmerk
3.8 produk
3.9 aankoopafdeling
3.10 ligging.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 Wanneer ’n besigheid na die welstand van die gemeenskap, die groter samelewing en die omgewing waarin dit werksaam is, omsien (2)

4.2 Skoolboekklub/Skoolklub (2)

4.3
- Inhoudsopgawe – Lys van onderwerpe wat in die bemarkingsplan gedek word
- Uitvoerende opsomming – ’n Kort opsomming van hoofdoelwitte, besluite en aanbevelings
- Inleiding – ’n Inleiding van die besigheid se geskiedenis
- Die bemarkingsmengsel – Bedrywighede wat by bemarking betrokke is, wat produk, prys, promosie en plasing is
- Bemarkingsbegroting – ’n Stelling wat toon hoeveel geld ’n besigheid het en hoeveel dit vir uitgawes benodig
- Opsomming – Voorstelle en aanbevelings oor hoe die besigheid sy doelwitte sal bereik
- Slot – Dui die redes aan hoekom jy dink die besigheid sal suksesvol wees, finansieel goed sal doen en hoekom iemand daarin moet belê (7 × 2) (14)

4.4
- Keuse-/Kopersprodukte✓ – Produkte wat verbruikers nodig het of wil hê, maar baie versigtig oor die kwaliteit en prys moet dink voordat hulle koop✓
- Spesialiteitsprodukte✓ – Duur produkte met ’n spesifieke handelsmerk of spesiale kenmerke✓
- Ongesogte produkte✓ – Verbruikers weet nie van hierdie produkte nie of dink nie daaraan om dit te koop nie✓ (3 × 2) (6)

4.5
- Begroting en beplanning oor inkomste en uitgawes
- Verhoging van kapitaal/geld wat die besigheid gebruik
- Handhawing van rekenings of rekords (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 5

5.1 Dit is ’n algemene styging in wêreldtemperature wat deur verhoogde vlakke van koolstofdioksied veroorsaak word. (2)

5.2
- Deur ekologies veiliger produkte te vervaardig
- Deur herwinbare of bioafbreekbare verpakking te vervaardig
- Deur herwonne materiaal en komponente te gebruik
- Deur beter besoedelingsbeheer te verseker
- Deur energiedoeltreffender bedrywighede te verskaf (4 × 2) (8)

5.3
- Die toestand van die natuuromgewing
- Natuurlike hulpbronne word minder
- Die wêreld se bevolking groei
- Hongersnood en armoede regoor die wêreld
- Noodsaaklike maatskaplike dienste word op baie plekke nie verskaf nie

(4 × 2) (8)

5.4
- Waarneming
  Navorsers bestudeer die gedrag van die individue of omgewing wat hulle ontleed.
- Proefneming
  Navorsers probeer die werklike bemarkingsituasie namaak deur doelbewus een of meer veranderlikes te manipuleer en te kyk hoe ander onbeheerbare veranderlikes verander.
- Vrae
  Hulle versamel inligting deur vrae te vra. Dit kan persoonlik, deur telefoniese onderhoude of e-posse gedoen word.
- Steekproewe
  Dit beteken om die groep te kies by wie jy eintlik data versamel in jou navorsing. (4 × 2) (8)

5.5
- Hanteringskoste
- Bergingskoste
- Verkoopskoste
- Vervoerkoste
- Verspreidingskoste (Enige 4 × 1) (4)

[30]

VRAAG 6

6.1
- Produkstrategie
- Prysstrategie
- Promosiestrategie
- Verspreidingstrategie (4 × 2) (8)

6.2 Vergroting van die bemarkingsomvang het ’n invloed op hoe die besigheid:
- Sy doelwitte sal realiseer
- Sy doelwitte sal bereik
- Suksesvol sal wees in die mark (Enige 2 × 2) (4)

6.3
- Koepons
- Monsters
- Uitstallings
- Stempels
- Beloningskaarte (5)

6.4
- Goed gevestigde begrotings (5)

- Bestedingslimiete
- Winste
- Geregverdigde koste
- Beheerde krediet
- Minimum slegte skuld (Enige 5 × 1)

6.5
- In watter besigheid is ons?
- Waarheen is ons op pad?
- Watter verbruikers moet ons bedien?
- Wat is die waarde vir die verbruiker?
- Hoe moet ons die sterkte van die besigheid ontwikkel? (Enige 4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 7

7.1
- Mense en gemeenskappe moet daarvan bewus wees dat alles in die samelewing afhang van hoe goed ekonomiese, sosiale, politieke en omgewingsaspekte kan saamwerk.
- Voldoende produkte, dienste en natuurlike hulpbronne moet verskaf word sodat mense gesond en produktief kan leef.
- Daar moet sorgvuldig omgesien word dat die natuurlike omgewing nie benadeel word nie, maar vir toekomstige generasies bewaar word. (3 × 2) (6)

7.2
- ’n Plaaslike boer verkoop direk aan verbruikers (direkte verkope).
- ’n Verbruiker bestel direk by die vervaardiger per posbestelling of die internet (verkope deur tussengangers). (2 × 2) (4)

7.3
- Voorbereiding om die navorsing te doen
- Primêre navorsing
- Interpretasie van die navorsing
- Die beskikbaarstelling van die resultate van die navorsing (4 × 2) (8)

7.4
- ’n Bemarkingsbeleid is die riglyn
- wat die bemarkingsbestuur gee
- vir beplanning, uitvoering en beheer van die bemarkingstrategie
- op alle vlakke in die maatskappy. (4)

7.5
- Bereiking van maatskappydoelwitte
- Maatskappy bly binne die begroting
- Indiensneming van goeie personeel
- Tevrede personeel
- Maatskappy oorleef uitdagings oor baie jare
- Winsgenerering
- Groei vind plaas (Enige 2 × 2) (4)

Kopiereg voorbehou

7.6
- Ouderdom
- Geslag
- Ras
- Inwoning
- Sosioekonomiese status
- Geloof
- Nasionaliteit
- Beroep
- Inkomstegroep
- Grootte van gesin

(Enige 4 × 1) (4)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Copyright reserved