higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING
NKR VLAK 2

(3041002)

15 November 2022 (Y-vraestel)
13:00–15:30

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

330Q1N2215

Kopiereg voorbehou

TYD: 2½ 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 blou of swart 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 Inkomste is die geld wat besighede maak uit die verkoop van produkte of dienste.

1.2 ’n Tasbare produk kan nie gesien word nie.

1.3 ’n Bemarkingsplan hou rekening met alle elemente van die bemarkingsmengsel.

1.4 Persoonlikheidseienskappe is maklik om te meet.

1.5 Skakelwese het te make met die handhawing van negatiewe verhoudings met belanghebbers.

1.6 Die ruilstelsel ruil goedere vir geld.

1.7 Tussengangers help met die vloei van produkte van vervaardigers tot gebruikers.

1.8 ’n Teikengroep het soortgelyke behoeftes.

1.9 ’n Navorser wat kopers by ’n winkelsentrum stop om vrae te vra, is ’n vorm van dataversameling.

1.10 ’n Bemarkingsplan wys verantwoordelikhede aan spesifieke persone toe om elke gedeelte van die bemarkingsplan uit te voer.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

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

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	’n Begeerte aan iets	A	onbeheerbare faktore
2.2	Die materiaal waarin ’n produk verkoop word	B	etiek
2.3	Faktore buite die organisasie se beheer	C	aardverwarming
2.4	’n Aanduiding van hoeveel ’n besigheid nodig het en hoeveel beskikbaar is om uitgawes te dek	D	persoonlike verkope
2.5	Beginsels van wat reg of verkeerd is	E	wins
2.6	’n Studie van ’n bevolking se eienskappe	F	markaandeel
2.7	’n Styging in wêreldtemperature	G	reklame
2.8	Die persentasie van verkope in ’n mark	H	verpakking
2.9	Persoonlike oorreding van ’n kliënt om ’n produk te koop	I	bemarkingsbegroting
2.10	Geld wat verkry word nadat iets verkoop is	J	demografie
		K	visie
		L	behoefte

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Voltooi die volgende sinne deur ’n woord uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

promosie; aankoopafdeling; verbruikersoriëntasie; handelsmerk; ruilstelsel; ligging; besoedeling; regulasie; produk; bemarkingsmengsel

3.1 … beteken dat ’n maatskappy op die behoeftes en begeertes van verbruikers fokus.

3.2 In die … ruil mense goedere en dienste vir ander goedere en dienste.

3.3 ’n … is ’n reël wat sekere goed beheer.

3.4 … lig verbruikers in en maak hulle bewus van produkte.

3.5 Die … verwys na verskillende bedrywighede wat by bemarking betrokke is.

Kopiereg voorbehou

3.6 … is die beskadiging van die kwaliteit van lug, water en grond.

3.7 'n … is die naam, ontwerp of simbool wat gebruik word om 'n produk te identifiseer.

3.8 'n Installasie en toebehore kan nodig wees om die maak van 'n … te ondersteun.

3.9 Die … is verantwoordelik vir die verkryging van goedere en dienste wat die besigheid vir werksaamhede nodig het.

3.10 Geografiese segmentasie behels die segmentering van verbruikers volgens …

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Hou die prent in gedagte wanneer jy die volgende vrae beantwoord.



[Bron: *https://www.picknpayinvestor.co.za*]

4.1 Beskryf die term *korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid*. (2)

4.2 Noem die organisasie wat Pick 'n Pay as deel van hul korporatiewe maatskaplike verantwoordelikheid geborg het. (2)

4.3 Jy word deur Pick 'n Pay aangestel om 'n bemarkingsplan saam te stel.

Noem en verduidelik die komponente wat in die bemarkingsplan gedek moet word. (7 × 2) (14)

4.4 Pick 'n Pay verkoop meestal geriefsprodukte.

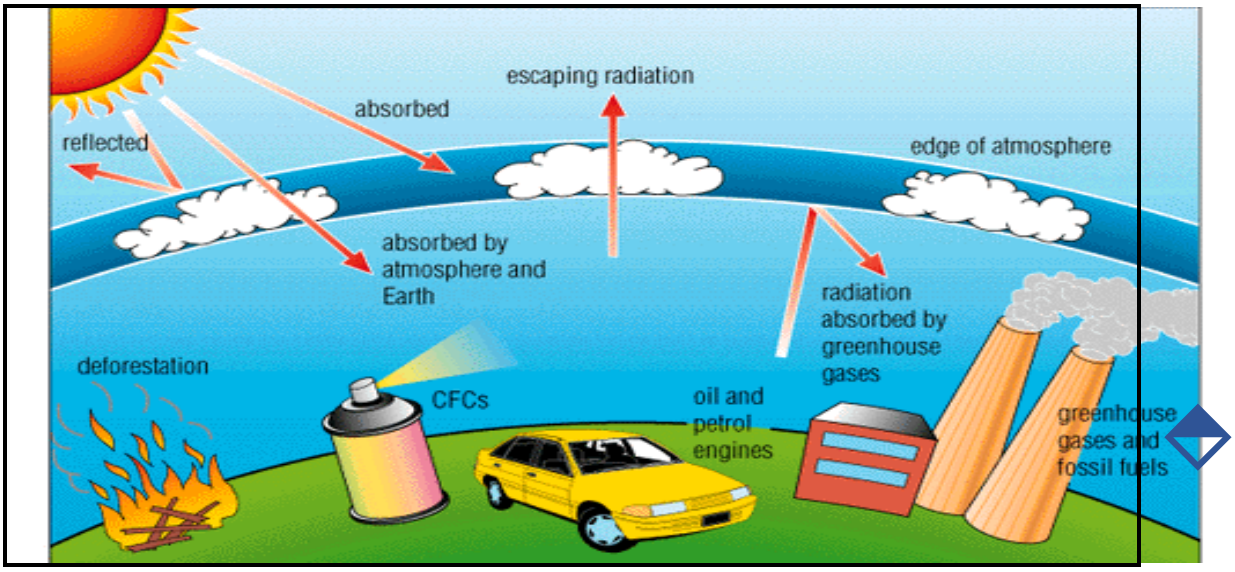
Noem en verduidelik DRIE ander tipes verbruikersprodukte. (3 × 2) (6)

4.5 Noem DRIE finansiëlebeplanningstake wat deur Pick 'n Pay se finansiële afdeling verrig word. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 5

Bestudeer die prent en beantwoord die vrae.



[Bron: *www.researchgate.net*]

5.1 Verduidelik die term *aardverwarming.* (2)

5.2 Noem VIER maniere waarop besighede vir die omgewing kan sorg. (4 × 2) (8)

5.3 Noem VIER aspekte waarop besighede in maatskaplike bemarkingsoriëntasie fokus. (4 × 2) (8)

5.4 Besighede moet navorsing doen oor aardverwarming.

Noem en verduidelik VIER maniere waarop besighede data kan versamel. (4 × 2) (8)

5.5 Besighede spandeer geld op reklame om die gemeenskap te inspireer om vir die omgewing te sorg.

Noem VIER ander bemarkingskoste of uitgawes vir besighede. (4)

[30]

VRAAG 6

Lees die scenario en beantwoord die vrae.

Die Pick 'n Pay Groep is 'n kleinhandelsbesigheid in die vinnig bewegende verbruikersgoederebedryf. Die Groep word bestuur deur veelvoudige winkelformate onder drie handelsmerke – Pick 'n Pay, Boxer en TM Supermarkets. Pick 'n Pay bestuur ook een van die grootste aanlynkruideniersplatforms in sub-Sahara-Afrika.

[Bron: *https://en.wikipedia.org/wiki/Pick_n_Pay_Stores*]

6.1 Noem VIER komponente van 'n bemarkingsbeleid. (4 × 2) (8)

6.2 Gee vir Pick 'n Pay raad oor TWEE implikasies daarvan om die bemarkingsomvang te vergroot. (2 × 2) (4)

6.3 Noem VYF metodes wat Pick 'n Pay in verkoopspromosie kan gebruik. (5)

6.4 Noem VYF doelwitte van Pick 'n Pay se finansiële afdelings. (5)

6.5 Gee VIER vrae wat deur Pick 'n Pay se missieverklaring beantwoord moet word. (4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 7

7.1 Gee DRIE punte om volhoubare ontwikkeling te verduidelik sodat dit beter verstaan kan word. (3 × 2) (6)

7.2 Noem TWEE maniere waarop die verspreiding van produkte na verbruikers in 'n eenskakelketting kan plaasvind. (4)

7.3 Noem VIER fases van die bemarkingsnavorsingsproses. (4 × 2) (8)

7.4 Definieer die term *bemarkingsbeleid*. (4)

7.5 Noem TWEE dinge wat gebeur wanneer al die afdelings goed saamwerk. (2 × 2) (4)

7.6 Noem VIER demografiese veranderlikes wat in segmentasie gebruik kan word. (4)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou