higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING
NKR VLAK 3

(12010273)

14 November 2022 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 6 bladsye.

280Q1N2214

Kopiereg voorbehou

TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die vrae volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke vraag op ‘n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ‘n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Kies 'n woord/item 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	Deur-tot-deur-versameling van inligting oor produkte of dienste	A	tendens
1.2	'n Algemene rigting waarin iets ontwikkel of verander	B	loodsing/bekendstelling
1.3	Vaardighede en ervaring om marknavorsing te doen	C	staafkode
1.4	Stel die produk die eerste keer beskikbaar vir verkoop	D	lotvorming
1.5	Waardes en oortuigings van mense in die organisasie	E	prestige
1.6	Dit bevat die naam, grootte, hoeveelheid en prys van die produk	F	marknavorsing
1.7	Gebrek aan vaardighede en ervaring van 'n organisasie se bemarkingsbestuurder	G	swakheid
1.8	Groepering en verwerking van al die inligting saam	H	penetrasie
1.9	Plas 'n hoë prys op 'n produk	I	Hulpbronne
1.10	Bied nuwe goedere teen 'n laer prys aan	J	korporatiewe kultuur

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Voltooi die volgende sinne/paragrawe deur die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 … is die organisasies wat soortgelyke produkte aanbied.

2.2 Die skepping van 'n stel getalle, letters of simbole om 'n produk te beskryf, staan bekend as … .

2.3 Bemarking wat deur die internet gedoen word, word … navorsing genoem.

2.4 Stadiums waardeur ‘n produk beweeg, word … genoem.

2.5 Die besluit oor wie vir die taak verantwoordelik gaan wees, vorm deel van die … plan.

2.6 … behels die hantering van data deur middel van ‘n rekenaar.

2.7 ‘n … Handeling is wanneer daar besluit word wat reg of verkeerd is.

2.8 ‘n … is ‘n stel vrae oor klante se gewoontes, behoeftes en menings.

2.9 Die … verskaf riglyne aan die organisasie oor kwessies soos die veiligheidsvlakke van ‘n produk.

2.10 … is die laaste mense wat die nuut bekend gestelde produk koop, en hulle koop gewoonlik wanneer die prys die laagste is.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Kies EEN woord/term uit die lys hier onder vir elk van die volgende beskrywings en skryf slegs die word/term langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

sekondêre; uitbuiting; persverklaring; demografie; telebemarking; kontrolelys; mark; verifiëring; tyd; mikro-omgewing

3.1 Groep mense wat belangstel om produkte te koop

3.2 Skep bewustheid van jou produk oor die telefoon

3.3 Evalueer of die data wat ingesleutel is, korrek is

3.4 Swak behandeling van klante

3.5 Dit beïnvloed marknavorsing

3.6 Data wat vir ‘n ander doel of projek ingewin is

3.7 Verskaffers, tussengangers en mededingers

3.8 Inligting wat algemeen in koerante, tydskrifte, oor die radio of op televisie beskikbaar gestel word

3.9 Ontwikkel om die uitkomste van bemarkingsaktiwiteite te evakueer

3.10 Grootte, geslag, ouderdom, inkomste en lewenstandaarde

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Bestudeer die inligting hier onder en beantwoord die vrae.



Nuwe grondboontjiebotter wil spore trap in SA se R1 miljard-mark
WOW! is 'n pittige nuwe toetreder tot die DSA-grondboontjiebottertoneel, wat onlangs deur die Maritzburg-gebaseerde International Food Group (IFG) bekendgestel is.

Die neutbotter, wat in Indië vervaardig word, sal sektor-swaargewigte soos Tiger Brands se Black Cat en RCL se Yum Yum die stryd aansê. Maar is daar plek vir nog 'n handelsmerk op die winkelrakke?

[https://www.foodstuffsa.co.za]

4.1 Noem enige VYF belangrike soorte inligting wat IFG deur middel van marknavorsing kan bekom. (5 × 2) (10)

4.2 Noem en verduidelik aan IFG die VIER hooffases van die produklewensiklus waardeur hul nuwe grondboontjiebotter sal beweeg. (5 × 3) (15)

4.3 Noem VYF komponente van bemarkingsaktiwiteite waaraan IFG aandag moet skenk (5 × 1) (5)
[30]

VRAAG 5

5.1 Verduidelik DRIE gevolge van nievoldoening aan die bemarkingsaktiwiteiteplan. (3 × 2) (6)

5.2 'n Bemarkingsplan kan gebruik word om die huidige bemarkingsituasie te ontleed. Noem enige VYF nuttige soorte inligting wat deur middel van hierdie ontleding verkry kan word. (5 × 1) (5)

5.3 Noem enige VYF soorte vaardighede en ervaring waaroor personeel wat marknavoring gaan doen, moet beskik. (5 × 2) (10)

5.4 Noem VYF soorte data. (5 × 1) (5)

5.5 Verduidelik die verskil tussen *bemarkingsplan* en *bemarkingsbeleid*. (4)
[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

6.1	Noem VYF komponente van ‘n bemarkingsaktiwiteitsplan wat ‘n onderneming in aanmerking moet neem	(5 × 1)	(5)
6.2	Evalueer die verhouding tussen etiese kwessies en suksesvolle bemarking.		(4)
6.3	Verduidelik hoe afwyking van die gedragskode die organisasie kan benadeel.		(3)
6.4	Beskryf bemarkingsbeleidsriglyne met verwysing na die VIER P’s van die bemarkingsmengsel.	(4 × 2)	(8)
6.5	Noem VYF tipes reklamemedia en gee een voorbeeld van elk.	(5 × 2)	(10)
			[30]

VRAAG 7

7.1	Voorspel enige VIER soorte probleme wat in bemarking vermy kan word deur die gedragskode en etiek n ate kom.	(4 × 2)	(8)
7.2	Verduidelik VYF redes waarom bemarkingsnavorsing belangrik is in bemarking.	(5 × 2)	(10)
7.3	Verduidelik enige DRIE data-verifikasiemetodes.	(3 × 2)	(6)
7.4	Demonstreer TWEE maniere waarop die verhouding tussen marknavorsing en die produklewensiklus die organisasie kan help.	(2 × 2)	(4)
7.5	Verduidelik die rol van marknavorsing as ‘n beskrywende funksie in die bemarkingsdepartement.		(2)
			[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou