higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3

(3041023)

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

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

158Q1N2208

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 antwoorde 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

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Die emosionele assosiasies met die kleur groen is gevaar, boosheid en elegansie.

1.2 Die afdeling kreatiewe dienste in die advertensieagentskap sluit kunstenaars wat illustrasies teken en kopieskrywers wat teks vir advertensies skryf in.

1.3 ’n Dinkskrum is wanneer ’n groep mense verskillende idees bespreek en deel om die beste idee te identifiseer.

1.4 Bemarkingskommunikasie is ’n dokument waarin die organisasie verduidelik watter produk dit sal verkoop en teen watter prys, waar dit dit sal verkoop en hoe dit die verbruiker daarvan bewus sal maak.

1.5 Ervare verbruikers is een van die faktore wat geïntegreerde bemarkingskommunikasie affekteer.

1.6 Die eerste stap in die geïntegreerde bemarkingskommunikasieproses is begroting.

1.7 Een van die doelwitte van die notule tydens ’n vergadering is om verpligtinge uiteen te sit.

1.8 E-pos kan ook gebruik word om die notule van die vergadering uit te stuur.

1.9 Een van die redes waarom die notule stiptelik uitgestuur moet word, is omdat afdelings en sleutelpersone aksies kan vertraag terwyl hulle vir die notule wag.

1.10 Die instituut vir bemarkingsbestuur is daarvoor verantwoordelik om regulasies en beleide te maak wat die uitsaai- en telekommunikasiebedryf reguleer.

1.11 OKASA is verantwoordelik vir die beskerming van verbruikers se regte.

1.12 Een van die take wat die afdeling menslike hulpbronne in ’n organisasie uitvoer, is om poste te adverteer.

1.13 Aandeelhouers maak deel uit van daardie poste in die organisasie waarvoor pligte en take in ’n wet bepaal word.

1.14 Die rol van die sekretaris/sekretaresse in die maatskappy sluit in om vir die bestuurders en personeel in die onderneming as leier op te tree.

1.15 Veiligheid- en sekuriteitsmotivering is die eerste trap in Maslow se hiërargie van behoeftes.

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

Kies 'n beskrywing uit KOLOM B wat by 'n item in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–P) langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1.	Beelddraaiboek	A	enigiets wat veroorsaak dat 'n proses begin
2.2	Wit	B	elemente in 'n advertensie wat jy kan sien
2.3	Oranje	C	die voordeel wat mense kry deur op 'n bepaalde manier op te tree
2.4	Oudio	D	'n reeks sketse wat verskillende opsies toon vir die gebruik van die kreatiewe konsep
2.5	Beeldmateriaal	E	'n onderneming wat deur twee tot 20 mense besit word
2.6	Motivering	F	energie
2.7	Stimulus	G	hoorbare elemente van bemarkings-kommunikasie
2.8	Beloning	H	'n onderneming wat deur slegs een persoon besit word
2.9	Klingels	I	die basiese idee dat die advertensieagentskap vir die advertensie sal gebruik
2.10	Kreatiewe konsepte	J	heilsaamheid en suiwerheid
2.11	Kreatiewe strategieë	K	kort liedjies wat in 'n advertensie gebruik word
2.12	Wêreldmarkte	L	onderneming wat deur nie meer nie as 10 mense besit word
2.13	Vennootskap	M	die redes vir iemand se optrede
2.14	Beslote korporasie	N	maniere waarop bemarkers kreatiewe elemente gebruik om verbruikers te oorreed om hulle produkte en dienste te koop
2.15	Alleeneienaar	O	'n faktor wat geïntegreerde bemarkingskommunikasie beïnvloed
		P	persverklarings en verkoopsbriewe

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Geïntegreerde bemarkingskommunikasie gaan daaroor om die kommunikasiegaping tussen die vervaardiger en die verbruiker te oorbrug.

Noem VYF doelwitte van geïntegreerde bemarkingskommunikasie. (5)

3.2 Noem VYF hulpmiddels van geïntegreerde bemarkingskommunikasie wat in bemarking gebruik word. (5)

3.3 Wanneer 'n organisasie met klante sake doen, moet sekere dokumente deur die klant en die organisasie se werknemers ingevul word.

Noem en beskryf VYF soorte dokumentasie wat deur die klante en die organisasie se werknemers ingevul moet word. (5 × 2) (10)

3.4 Die formaat of voorkoms van geskrewe antwoorde is uiters belangrik om 'n professionele beeld vir die organisasie te skep.

Noem VYF formate/elemente van die brief. (5)

3.5 Die vier P's (produk, prys, promosie en plek) is die tradisionele elemente van die bemarkingsmengsel.

Noem DRIE uitgebreide elemente van die bemarkingsmengsel. (3)

3.6 Definieer die konsep *bemarking*. (2)
[30]

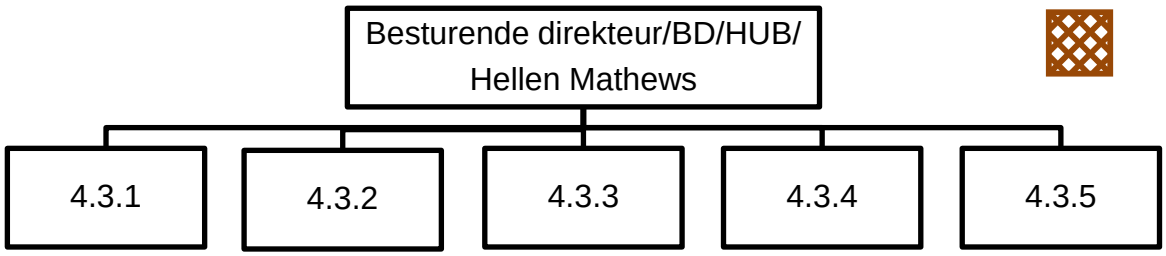
VRAAG 4

4.1 Gee en verduidelik VIER voorbeelde wat 'n verkoopsbestuurder kan gebruik om sy/haar verkoopspersoneel te motiveer. (2 × 4) (8)

4.2 Hellen Mathews, 'n senior verkoopsbestuurder by Universal Marketing, het besluit om 'n vergadering van die verkoopsafdeling byeen te roep. Dit sal op 20 Desember plaasvind.

Stel 'n agenda op vir die vergadering van Universal Marketing se verkoopsafdeling wat op bogenoemde datum gehou sal word. (LET WEL: die items op die agenda moet in sekwensiële volgorde wees.) (10)

4.3 Die organogram van Universal Marketing word hier onder gegee.



Teken die organogram in jou antwoordboek oor en vul die leë blokke in met die relevante afdelings wat moontlik by Universal Marketing kan bestaan.
(5 × 2) (10)

4.4 Gee TWEE voorbeelde van kreatiewe elemente van bemarkings-kommunikasie. (2)
[30]

VRAAG 5

5.1 Deel van Hellen Mathews se verantwoordelikhede as verkoopsbestuurder is om 'n voorlegging aan interne en eksterne belanghebbendes van die onderneming te doen.

5.1.1 Noem VYF kommunikasiefaktore wat Helen moet oorweeg wanneer sy haar vir haar voorlegging in 'n bemarkingskonteks voorberei. (5)

5.1.2 Bespreek VYF optredes wat welwillendheid tussen die aanbieder en die gehoor sal bevorder. (2 × 5) (10)

5.1.3 Stel vir Hellen VYF riglyne voor vir hoe om taal/woorde te gebruik wanneer sy haar voorlegging doen. (5)

5.1.4 Noem VYF visuele voorleggingshulpmiddels wat Hellen tydens haar bemarkingsvoorlegging kan gebruik. (5)

Kopiereg voorbehou

5.2 Notules is die enigste amptelike rekord van 'n vergadering. Die inligting wat in die notule aangeteken word, sal dus as die waarheid aanvaar word in enige argument.

Noem VYF items wat altyd by die notule ingesluit moet word. (5)
[30]

VRAAG 6

6.1 Bestudeer die reklamebord hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg:



[https://jbdsigns.com.au/index.php/promotional-signage/]

6.1.1 Noem VYF plekke waar reklameborde gebruik kan word. (5)

6.1.2 Bespreek VYF voordele van die gebruik van reklameborde in 'n bemarkingsveldtog. (2 × 5) (10)

6.2 Noem VYF elemente wat belangrik is in 'n mondelikse verkoopspraatjie. (5)

6.3 Ontwerp 'n kontrolelys om te help met die ontwerp en lewering van 'n verkoopspraatjie. (10)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou