higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING
NKR VLAK 4

(3041004)

24 November 2023 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
BEMARKING
NKR VLAK 4
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 afdeling op ‘n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs swart of blou ink.
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 ‘n Reklameveldtog bestaan uit ‘n reeks advertensies in verskeie media oor ‘n bepaalde tydperk.

1.2 Doelgemaakte reklamenavorsing word vir alle klante gedoen ten einde in al hul behoeftes te voorsien.

1.3 Kwantitatiewe reklamenavorsing gebruik metodes soos fokusgroepe en onderhoude om inligting te bekom.

1.4 ‘n Prestasiestandaard is waar werklike prestasie teen ‘n beplande doelwit gemeet word..

1.5 Meetbaarheid is ‘n praktiese voorstel wat jy kan gebruik om ‘n situasie te verbeter waar bemarkingsdoelwitte nie bereik is nie.

1.6 Die resultate van ‘n bemarkingsveldtog vorm ‘n tipe terugvoering vir ‘n maatskappy se bemarkingsdepartement.

1.7 ‘n Lys van bemarkingshulpbronne moet in die bemarkingsbeleid opgeteken word.

1.8 Toewysing van hulpbronne beteken dat dit vir ‘n bepaalde doel gebruik sal word.

1.9 Die toewysing van hulpbronne is ‘n onbeheerbare faktor in die organisasie.

1.10 Om proaktief te wees, beteken om vooruit te dink aan gebeure wat kan plaasvind en daarvoor te beplan, eerder as om op gebeure te reageer.

1.11 Die eksterne omgewing is binne-in die organisasie.

1.12 Veranderlike faktore bly altyd dieselfde.

1.13 Etniese groepe is mense wat deel van ‘n bepaalde ras, nasie of stam is.

1.14 Betalingsbalans is die verskil tussen die geld wat aan die invoer en die uitvoer van goedere spandeer word.

1.15 ‘n Wêreldwye gemeenskap is wanneer verskillende lande handelsooreenkomste deel, wat tot een groot gemeenskap lei.

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

Voltooi die volgende sinne deur slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 … is mense wat deur die sukses of mislukking van die maatskappy beïnvloed d sal word.

2.2 … is mense wat een of meer gelyke dele besit, waarin eienaarskap van ‘n maatskappy verdeel word.

2.3 … is mense wat reëls en belangrike besluite in ‘n maatskappy maak.

2.4 ‘n … is ‘n gerekenariseerde stelsel wat data insamel om deurlopend inligting aan besluitnemers te verskaf.

2.5 ‘n … is ‘n gerekenariseerde metode met hulpmiddels en prosedures om besluitnemers te help.

2.6 … is standaarde wat gebruik word om iets te beoordeel of besluite te neem.

2.7 … is die stel reëls en oortuigings oor wat goeie en slegte gedrag is.

2.8 … is riglyne vir gedrag wat verseker dat niemand benadeel word nie.

2.9 … is ‘n formele stel reëls en standaarde wat beskryf wat van ‘n werknemer verwag word.

2.10 … sluit fasiliteite in soos geboue, meubels en toerusting wat ‘n organisasie benodig.

2.11 … is vaardighede en kennis wat nodig is om iets te doen.

2.12 … is persoonlike eienskappe soos persoonlikheid en houding.

2.13 … is mense wat vir ‘n bepaalde werk verantwoordelik is.

2.14 ‘n Bemarkingsplan moet ‘n rekord hê van … wat in die bemarkingsdepartement vereis word.

2.15 … is vertragings in ‘n proses wat veroorsaak word deur baie aktiwiteite wat gelyktydig plaasvind.

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Verduidelik SES stappe wat gevolg moet word wanneer ‘n mens doelwitte vir die reklamenavorsingsproses stel. (6 × 2) (12)

3.2 Noem VYF voorbeelde van prestasiestandaarde. (5 × 2) (10)

3.3 Gee ‘n opsomming van VIER belangrike kenmerke van prestasiestandaarde. (4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 4

Kyk na die prent hier onder en beantwoord dan die vrae.



4.1 Gee ‘n uiteensetting van VIER maniere waarop bemarkingshulpbronne geëvalueer kan word. (4 × 2) (8)

4.2 Noem VIER tipes bemarkingshulpbronne. (4)

4.3 Verduidelik die TWEE gespesialiseerde tegnieke vir die hersiening van bemarkingsinligtingvloeistelsels. (2 × 2) (4)

4.4 Onderskei tussen waarskynlikheids- en niewaarskynlikheidsteekproefprosedures wat gebruik word om data te evalueer. (2 × 2) (4)

4.5 Formuleer VYF vrae wat gevra kan word om te verseker dat die data wat ingesamel is, geloofwaardig is. (5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 5

Bestudeer die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

L'Oréal is die wêreld se grootste kosmetiek-en skoonheidsprodukmaatskappy. Die maatskappy is in Frankryk gebaseer, met sy hoofkantoor in Parys. Dit fokus op die terrein van produksie en bemarking, en konsentreer op haarkleur, velsorg, parfuum en geure, grimering en stileringsprodukte. Die maatskappy doen sake in 130 lande op verskeie vastelande, soos Asië, Amerika, Oos- en Wes-Europa, deur 25 internasionale handelsmerke.

Aangepas uit:
https://www.mbaknol.com/management-case-studies/case-study-loreal-international-marketing-strategy/

5.1 Noem VIER maniere waarop L'Oréal oor kundigheid en hulpbronne kan verslag doen. (4)

5.2 Bespreek die belangrikheid van data wanneer L'Oréal 'n verslag opstel en indien. (3 × 2) (6)

5.3 Verduidelik DRIE belangrike faktore wat L'Oréal in aanmerking moet neem wanneer die maatskappy 'n verslag opstel en indien. (3 × 2) (6)

5.4 Identifiseer die VIER komponente in die markomgewing. (4)

5.5 Gee 'n opsomming van VIER redes waarom dit belangrik is dat L'Oréal sy strategiese bemarkingsplanne gereeld hersien. (4 × 2) (8)

5.6 Noem TWEE kenmerke van internasionale handel. (2)

[30]

VRAAG 6

6.1 Wat is die VIER tipes insette wat 'n bemarkingsdepartement kan voorsien wanneer 'n bemarkingsplan opgestel word? (4 × 2) (8)

6.2 Tabuleer DRIE verskille tussen organisatoriese etiek in 'n bemarkingsbeleid en in 'n bemarkingsplan. (6 × 2) (12)

6.3 Noem TWEE handelsbeleide wat Suid-Afrika met ander lande het. (2)

6.4 Waarom word kultuur as 'n veranderlike faktor in die samelewing beskou? (4 × 2) (8)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou