higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 4

16 November 2023

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Stereotipering
1.2 Norme
1.3 ‘n Bemarkingsvoorstel
1.4 aanbod
1.5 memo
1.6 Leestekens
1.7 TV
1.8 A5
1.9 Redigering
1.10 Inhoudstabel
1.11 PowerPoint
1.12 Bruin mense
1.13 Diversiteit
1.14 Faks
1.15 verslag

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

2.1 Onwaar
2.2 Onwaar
2.3 Onwaar
2.4 Waar
2.5 Waar
2.6 Onwaar
2.7 Waar
2.8 Waar
2.9 Waar
2.10 Waar
2.11 Waar
2.12 Onwaar
2.13 Waar
2.14 Waar
2.15 Onwaar

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 3.1.1

- Maak seker hulle sit inligting oor die organisasie se bemarkingsveldtogte op die departement se kennisgewingsbord.
- Bespreek hoe hul departement tot huidige veldtogte bydra en sal bly bydra.
- Verskaf en bespreek marknavorsing om te bepaal hoe hul departemente dit kan gebruik om prestasie te verbeter.
- Bespreek die interaksie tussen kliënte en die organisasie, soos kliënteklagtes, en kom ooreen oor hoe hul departemente dit gaan hanteer.
- Vra kollegas vir voorstelle om hul departemente meer bemarkingsgeoriënteerd te maak.
- Gee terugvoer aan kollegas oor hoe hul aksies kliënteverhoudings verbeter het.
- Maak seker kollegas gebruik geleenthede vir bemarkingsopleiding.

(Enige 5 × 1) (5)

3.1.2

- Kulturele diversiteit
- Rassediversiteit
- Godsdiensdiversiteit
- Ouderdomsdiversiteit
- Geslagsdiversiteit
- Seksuele oriëntasie
- Mense met ander vermoëns (Enige 5 × 1) (5)

3.2 3.2.1 Aandeelhouers het 'n stem ten opsigte van besigheidsdoelwitte,✓ hulle kan die aandelemarkwaarde direk beïnvloed✓ en beleggings maak of terughou. (Enige EEN)

3.2.2 Werknemers kan strategie en korporatiewe regulering beïnvloed.✓ Hulle kan ook 'n onmiddellike impak op produksie hê deur te staak.✓ Werknemers kan menings op webwerwe uitspreek deur werkgewers te gradeer wat die vermoë van die organisasie om toptalent te lok en te behou, kan affekteer. (Enige EEN)

3.2.3 Die regering/reguleringsliggame kan die organisasie affekteer deur middel van landswette,✓ belasting✓ en hulle selfs keer om handel te dryf as hulle regs- en etiese grense oorskry het. Nuwe wette kan aktiwiteite beperk terwyl toegang tot befondsing vir hulle 'n hupstoot kan gee. (Enige EEN)

3.2.4 Die gemeenskap verskaf arbeid aan die organisasie.✓ Dit kan die organisasie affekteer met aktiwiteite soos gemeenskapsdemonstrasies, ens.✓ As besigheidsaktiwiteite negatiewe gevolge vir die gemeenskap inhou, kan hul teenstand aansienlike uitdagings veroorsaak. (Enige EEN)

Kopiereg voorbehou

3.2.5 Verskaffers hou verskeie voordele vir vervaardigers in.✓ Hulle affekteer vervaardigers se prestasie ten opsigte van koste,✓ gehalte, aflewering, buigbaarheid en produkontwikkeling op 'n positiewe wyse. (Enige EEN)
(5 × 2) (10)

3.3
- Produk
- Prys
- Promosie
- Mense
- Plek (5)

3.4
- Woolworths verkoop gehalteprodukte.
- Woolworths verkoop duur produkte.
- Woolworths is vir ryk mense.
- Woolworths ag hul klante na waarde en respekteer hulle.
- Woolworths se personeellede is vriendeliker en meer behulpsaam teenoor klante in vergelyking met dié van ander winkels. (Enige toepaslike 5 × 1) (5)

[30]

VRAAG 4

4.1
- Teks (A na Z of Z na A)
- Syfers (kleinste tot grootste of grootste tot kleinste)
- Datums en tye (oudste tot nuutste en nuutste tot oudste) in een of meer kolomme
- Pasmaaklyste (soos groot, medium en klein)
- Formaat (insluitend selkleur, font of ikoonstel) om die moontlike kliënt te inspireer (Enige 3 × 1) (3)

4.2
- Gebruik letters en prente wat groot genoeg is✓ sodat mense agter in die vertrek dit maklik kan lees.✓
- Skryf teks in duidelike font✓ sodat mense agter in die vertrek dit maklik kan sien en lees.✓
- Moenie net hoofletters vir teks gebruik nie;✓ gebruik eerder 'n hoofletter aan die begin van 'n item gevolg deur 'n kleinletter.✓
- Gebruik 'n fontgrootte van ten minste 20 punt vir opskrifte✓ en een van ten minste 16 punt vir inligting.✓
- Moenie te veel inligting op een skyfie plaas nie.✓ 'n Goeie duimreël is om skyfies te beperk tot nie meer as vyf reëls inligting nie.✓
- Verkort inligting tot kort opsommings; vermy lang, ingewikkelde sinne op 'n skyfie.
- Moenie prente wat beweeg op skyfies gebruik nie behalwe as dit die gehoor sal help om die inhoud te verstaan.
- Onthou dat helder beelde en kleure op 'n rekenaarskerm hul intensiteit en duidelikheid op 'n groot skerm kan verloor.
- As jou skyfievoorlegging ingewikkelde statistiek en tabelle bevat, moet jy altyd uitdeelstukke aan die gehoor gee. (Enige 5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

4.3
- Stemopnemer
- Penne en papier
- Skootrekenaar
- Kabels en koorde
- Regte projektor en sigpoort
- Regte stoele en tafel
- Waterbottels, teekoppies en ander verversings (Enige 5 × 1) (5)

4.4
- Gee aandag
- Wys dat jy luister
- Gee terugvoer
- Wag voor jy oordeel
- Reageer toepaslik
- Verstaan die woorde
- Ontvang die werklike stimulus (verbaal en nieverbaal)
- Wees gemotiveer om te luister (Enige 5 × 1) (5)

4.5
- Inligting oor boeke
- Inligting oor advertensies
- Inligting oor tydskrifte
- Inligting oor artikels en artikelaanhalings
- Inligting oor ensiklopedieë
- Inligting oor joernaalbundels
- Inligting oor koerantartikels (Enige 5 × 1) (5)

4.6
- Blaaikaarte
- Wit- en krytborde
- Video's
- Produkmonsters
- Demonstrasies
- PowerPoint-aanbiedings
- Oorhoofse projektors (Enige 2 × 1) (2)

[30]

VRAAG 5

5.1

Persverklaring Eskom✓ (**28 Desember**) (Enige datum)✓

Beurtkrag word verlaag tot fase 1 vanaf 17:00 vanmiddag tot 22:00 vanaand.✓ Fase 1-beurtkrag sal op dieselfde tyd môremiddag weer geïmplementeer word weens voortgesette tekorte in opwekkingskapasiteit.✓

Hoewel dit reeds tans die geval is, waarsku Eskom die publiek dat die stelsel onder druk sal bly met 'n verhoogde risiko vir beurtkrag in die komende weke omdat die tekort aan opwekkingskapasiteit bly voortduur.✓

Eskom sal voortgaan om die stelsel noukeurig te monitor en enige veranderings sal aangebring en gekommunikeer word soos nodig. Ons doen 'n beroep op alle Suid-Afrikaners om te help om die impak van die tekorte te beperk deur aan te hou om elektrisiteitsgebruik te verminder en alle nienoodsaaklike items af te skakel.✓

Die gebiede wat geraak word, is Soweto, Midrand, die Tshwane SBD en sommige dele van KwaZulu-Natal.✓

Eskom vra om verskoning vir die implementering van beurtkrag en werk volstoom om soveel eenhede moontlik weer in bediening te bring.✓

EINDE✓
Mediakommunikasiekantoor
www.eskom.co.za
011 562 5980✓

[Bron: *https://www.eskom.co.za/category/news/*]

PUNTETOEKENNING

Die persverklaring moet die volgende punte aanspreek:

Uitleg: **4 punte**

Onderwerp en datum: 2 punte
Slot: 2 punte (moet die woord 'EINDE' bevat asook Eskom se kontakbesonderhede)

Inhoud: **6 punte**

Gebruik die voorbeeld hier bo – inhoud moet die volgende dek:

Wie?
Wat?
Waarom?
Wanneer?
Waar?
Paragraaf van welwillendheid

(10)

5.2 5.2.1

Aan:✓……..

Van:✓…….

Datum:✓…….

Onderwerp:✓……

Boodskap:✓…….

Einde
Naam en van of voorletters en van✓
Posisie
Handtekening

(Enige VYF elemente in die formaat) (5)

5.2.2

Aan:✓……..

Van:✓…….

Datum:✓…….

Onderwerp:✓……

Boodskap geneem deur:✓……. (5)

5.2.3

Briefhoof✓

Eerste adres (Sender)✓
(Enige datum)✓

Tweede adres (Ontvanger)✓

Aanhef/Begroeting✓

Onderwerpreël/opskrif✓

Hoofinhoud✓

Beste groete✓
Die briefskrywer se naam (Enige naam)✓
Posisie van die skrywer✓ (10)
[30]

VRAAG 6

6.1
- Die bemarkingsvoorstel moet die verkoper sowel as die koper beskerm✓ om seker te maak albei partye is met die transaksie tevrede.✓
- Die voorstel moet die prys of ander waarde spesifiseer wat die koper✓ sal gee in ruil vir die produk of diens.✓
- Die voorstel moet duidelik uitspel waaruit die produk- of diensaanbod bestaan✓ en wat die voordele is wat die koper kan verwag.✓
- Dit moet sê hoe lank die aanbod geldig is.
- Dit kan dalk nodig wees om sekere insluitings en uitsluitings te spesifiseer.
- Die aanbod moenie misleidend wees nie.
- Die voorstel moet die voorwaardes en bepalings van die aanbod gee.
- Bemarkers moet navorsing oor die kliënt doen voordat hulle 'n bemarkingsvoorstel opstel. (Enige 3 × 2) (6)

6.2
- Moenie roekelose taktiek gebruik✓ om in 'n uiters mededingende mark te oorleef en groei nie.✓
- Beklemtoon dat diegene wat kwesbaar is vir manipulering,✓ soos bejaardes, gestremdes en kinders, beskerm moet word.✓
- Respekteer verbruikers se reg✓ tot klagtes, regstelling, toegang tot inligting en privaatheid.✓
- Maak eerlike, waar, gebalanseerde en regverdige stellings✓ in alle besigheidsonderhandelings met kliënte en ander belanghebbendes.✓
- Doen bemarking wat aan regsvereistes voldoen.✓
- Moenie onvanpaste✓ en onmenslike gedrag✓ toon of modelleer nie.
- Ontwikkel en lewer toepaslike produkte wat nie die kliënt sal benadeel nie en wat wettig is. (Enige 5 × 2) (10)

6.3 6.3.1 Die uitvoerende opsomming is 'n afsonderlike afdeling aan die begin van die voorstel wat kort inligting oor die organisasie gee✓ asook 'n opsomming van wat vir die voornemende kliënt gedoen gaan word✓ en dit noem die hoofrede hoekom die voornemende kliënt die organisasie as diensverskaffer moet kies.✓ Die uitvoerende opsomming moet kliëntgefokus en tot voordeel van die kliënt wees.✓ Dit moenie meer as een tot twee bladsye beslaan nie.
(Enige toepaslike 4 × 1) (4)

6.3.2 Hierdie afdeling bevat inligting oor die voorwaardes waarop die voorstel berus:

- Die tydperk van die voorstel
- Die prys van die diens of produk
- Die betaalmetode en -voorwaardes
- Die personeel wat verantwoordelik vir die voorgestelde diens is

(Enige toepaslike 3 × 1) (3)

6.3.3 Dit is een van die eerste afdelings in die hoofgedeelte van die voorstel waar jy begin om besonderhede oor die produk of diens te gee. Hierdie afdeling wil die volgende aanspreek:

- Die eienskappe van die produk of diens en die funksies daarvan (in detail)
- Hoe die produk of diens gelewer en verskaf sal word
- Hoe lank dit sal neem
- Watter hulpbronne, soos mense of toerusting, daarvoor benodig word

(Enige toepaslike 3 × 1) (3)

6.4
- Die formaat wat die kliënt gebruik het – as die kliënt 'n e-pos gebruik het, moet jy deur middel van 'n e-pos reageer
- Die organisasiebeleid
- Hoe dringend die boodskap gekommunikeer moet word
- Die formaat wat die kliënt aangedui het as sy/haar voorkeur (4)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou