higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3

(3041023)

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

Hierdie eksamenvraestel bestaan uit 9 bladsye.

140Q1N2317

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3
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 ’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 (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Produksie is een van die voorbeelde van die bemarkingsamestelling.

1.2 Globale markte kan beskryf word as 'n faktor wat geïntegreerde bemarkingskommunikasie beïnvloed.

1.3 Volgens bronne het geïntegreerde bemarkingskommunikasie in die laat 60's begin.

1.4 Geïntegreerde bemarkingskommunikasie bestaan uit agt elemente, en publisiteit is een daarvan.

1.5 Een van die doelwitte van geïntegreerde bemarkingskommunikasie is om die verkope van die produk te verminder.

1.6 Siekteverlof is een voorbeeld van motivering by die werksplek.

1.7 'n Titel is een van die elemente van die bemarkingsopname.

1.8 Begroeting is een van die elemente van die persverklaring vir koerante, radio of televisie.

1.9 Oogkontak is nieverbale kommunikasie wat die aanbieder tydens die aanbieding behoort te vermy.

1.10 'n Faks is 'n elektroniese boodskap wat deur 'n rekenaar oorgedra word.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Voltooi die volgende sinne deur 'n woord of woorde uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

ervare verbruikers; eksterne verwysing; kontrolelys; bemarkingsdoelwitte; interne verwysing; font; oranje; geel; motivering; fisieke motivering

2.1 'n ... is wanneer jy die kliëntnavraag na iemand buite die organisasie verwys.

2.2 'n ... is 'n voorbeeld van die kreatiewe beginsels in bemarkingskommunikasie.

2.3 Die kleur ... ontlok emosie en word met energie verbind.

2.4 ’n ... is wanneer jy die kliëntnavraag na iemand binne die organisasie verwys.

2.5 ... is die eerste stap in die geïntegreerde bemarkingskommunikasieproses.

2.6 Die beweegrede vir iemand se handelinge staan bekend as ...

2.7 ... is een van die faktore wat geïntegreerde bemarkingskommunikasie beïnvloed.

2.8 Die kleur ... ontlok emosie en word met geluk verbind.

2.9 ’n ... is ’n lys van dinge wat as deel van ’n proses of taak ingesluit behoort te word.

2.10 ... is die beweegrede om liggaamlike behoeftes te bevredig, soos die behoefte aan kos.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

3.1 ... is mondelinge kommunikasie met potensiële kopers van ’n produk met die voorneme om iets te verkoop.

A Verkoopspromosie
B Borgskap
C Persoonlike verkope
D E-kommunikasie

3.2 Die tweede stap in die geïntegreerde bemarkingskommunikasieproses:

A Definieer *bemarkingskommunikasie.*
B Definieer die verwagting van bemarkingskommunikasie.
C Definieer die bemarkingsvoorstel.
D Al die bogenoemde.

3.3 EEN van die belangrikste posisies in Suid-Afrika wat ook wetlike implikasies inhou:

A Uitvoerende hoofbeampte
B Bemarkingsbeampte
C Persoonlike assistent
D Skoonmaker

3.4 Die afdeling in ’n organisasie wat verantwoordelik is vir indiensneming, onderhoudvoering, en opleiding van werknemers:

A Bedryf
B Mensehulpbronne
C Logistiek
D Finansies

3.5 Die doel daarvan om notule by 'n vergadering te neem, is om ...

A 'n verslag beskikbaar te stel.
B verpligtinge uiteen te sit.
C afwesiges in te lig.
D Al die bogenoemde.

3.6 EEN item wat op die agenda van die vergadering behoort te verskyn:

A Die organisasie se strategie
B Die naam van die voorsitter se gade
C Die naam van die kantoor/gebou waar die vergadering sal plaasvind
D Nie een van die bostaande nie.

3.7 'n Organisasie moet die kliënt se klagtes behoorlik hanteer ten einde ...

A die kliënt te behou.
B aan die organisasie se etiese standaarde te voldoen.
C te verhoed dat dit in deurlopende gevegte ontaard.
D Al die bogenoemde.

3.8 Om aan 'n organisasie se vereistes te voldoen, behoort 'n kreatiewe bemarkingsafdeling kommunikasie te ontwerp ...

A om die ondersteuning van alle interne belanghebbendes te bekom.
B om die organisasie te bemark.
C om sy kommunikasiemodel te verbeter.
D Nie een van die bostaande nie.

3.9 Om te bepaal of bemarkingskommunikasie kreatief gebruik word, moet die volgende vraag gestel word:

A Wat beoog jy om deur jou kommunikasie te bereik?
B Wie moet deur die kommunikasie bereik word?
C Hoe kan ons die teikenmark se aandag trek?
D Al die bogenoemde.

3.10 Een metode om gedurende 'n aanbieding aggressiwiteit in selfgelding ('assertiveness') te verander, is om ...

A die aggressiewe belanghebbende te ignoreer.
B nie self aggressief te raak nie.
C die aggressiewe belanghebbendes daaraan te herinner dat dit jou aanbieding is, nie hulle s'n nie.
D die aggressiewe belanghebbende te versoek om die aanbiedingslokaal te verlaat.

(10 × 1) (10)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg.

HOE NIKE SUKSESVOL EN 'N LEIER IN DIE SPORTPRODUKMARK GEWORD HET



Nike is suksesvol omdat die maatskappy van die beste, dalk selfs dié beste, bemarking ter wêreld het. Hul handelsmerk is die nommer 1-handelsmerk in die sportgoederebedryf en die 14de waardevolste handelsmerk ter wêreld. Die Nike-sakestrategie is duidelik: investeer in die ontwikkeling van jou handelsmerk deur middel van emosionele bemarking en sportheld-ondersteuning, ontwikkel produkte van hoë kwaliteit deur die jongste tegnologie te gebruik, en koop mededingende sporthandelsmerke uit.

[Vertaal uit: *https://profitworks.ca/blog/marketing-strategy/545-nike-strategy-how-nike*.]

4.1.1 Gee VYF redes waarom Nike kreatiewe beginsels van bemarkingskommunikasie in hul bemarkingsveldtog gebruik. (5 × 2) (10)

4.1.2 "Nike is suksesvol omdat die maatskappy sommige van die beste, dalk selfs dié beste, bemarking ter wêreld het."

Noem VYF funksies van Nike se bemarkingsafdeling. (5)

4.1.3 Noem VYF tipes dokumente wat deur werknemers, en in sommige gevalle kliënte, van Nike voltooi moet word. (5)

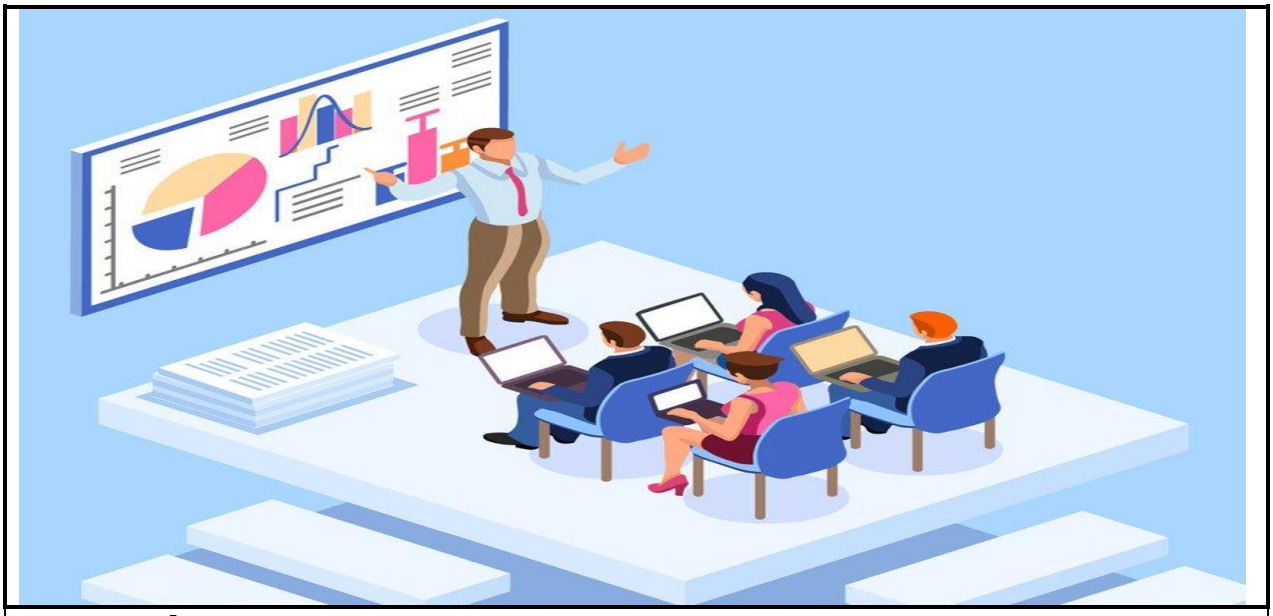
4.1.4 Een van Nike se suksesse is sy sterk bemarkingspersoneel.

Noem en verduidelik VYF maniere waarop Nike se bestuur sy verkoopsverteenwoordigers kan motiveer. (10)

[30]

VRAAG 5

Bestudeer die grafika hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg.



[Bron: *https://business.tutsplus.com/articles/online-free-presentation-software--cms-30002*]

5.1.1 Identifiseer DRIE oogmerke van aanbiedings of voorleggings. (3)

5.1.2 Bespreek VYF maniere om spanning tydens 'n bemarkingsaanbieding te hanteer en dit te voorkom. (5 × 2) (10)

5.1.3 'n Demonstrasie is 'n kreatiewe visuele hulpmiddel om jou idees in die praktyk aan jou gehoor te wys.

Bespreek VYF riglyne wat die aanbieder in gedagte moet hou wanneer demonstrasies gehou word. (5 × 2) (10)

5.2 'n Verkoopsbrief is 'n brief wat 'n bemarker aan potensiële kliënte skryf.

Noem VYF elemente van 'n verkoopsbrief. (5)

5.3 Gee TWEE elemente van die bemarkingsamestelling. (2)

[30]

VRAAG 6

6.1 City Lodge Hotel is geleë in 14de Laan, Johannesburg.

Ontwerp ’n reklamebord om die hotel te adverteer. Die bord en gebruik van illustrasies moet voldoen aan reklamewetgewing. (10)

6.2 Bespreek VIER vereistes waaraan reklameborde moet voldoen. (4 × 2) (8)

6.3 Noem VYF voordele wat City Lodge Hotel sal geniet deur reklameborde te gebruik. (5)

6.4 Geïntegreerde bemarkingskommunikasie is die kombinasie van verskillende tipes bemarkingskommunikasie om dieselfde boodskap aan verbruikers te stuur.

Bespreek in EEN paragraaf die geskiedenis van geïntegreerde bemarkingskommunikasie. (7)

[30]

VRAAG 7

Bestudeer die grafika hier onder en beantwoord die vrae.

Vergadering:



Bron: https://www.nordantech.com/en/blog/community/the-ideal-way-to-a-great-meeting

7.1.1 Verduidelik TWEE tipes en oogmerke van notules van vergaderings. (2 × 2) (4)

7.1.2 Gee VYF items wat by die notule van ’n vergadering ingesluit behoort te word. (5)

7.1.3 Noem VIER metodes waarop ’n notule versprei kan word. (4)

7.2 Die bemarkingsbedryf is ’n hoogs gereguleerde bedryf wat deur verskillende wette, regulasies en liggame gekenmerk word.

Noem en verduidelik VYF funksies van die liggame wat die bemarkingsbedryf in Suid-Afrika reguleer. (10)

7.3 Kliënte formuleer nie altyd hul klagtes duidelik nie. As ’n bemarkingskommunikasiebeampte is dit jou verantwoordelikheid om hulle te kontak sodat die klagtes duidelik verstaan word.

Noem VYF dinge om te onthou wanneer kliënte geskakel word om lig op die klagte te werp. (5)

7.4 Definieer *bemarking*. (2)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Copyright reserved