higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR-VLAK 2

(3041012)

27 Februarie 2020 (Y-vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

068Q1S2027

Kopiereg voorbehou

TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Lees al die vrae aandagtig deur.

2. Beantwoord al die vrae.

3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.

4. Begin elke vraag op 'n nuwe bladsy.

5. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Kies 'n item in KOLOM B wat pas by 'n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Huishouding	A	oorskryding van 'n klant se verwagting
1.1.2	Etiek	B	vrae oor onsekerhede of onopgeloste kwessies
1.1.3	Bevoorrading	C	weet wie is in beheer van wat
1.1.4	Navrae	D	verwys na die handhawing van netheid van vertoonareas
1.1.5	Promosie	E	die aanbring van 'n prys op 'n item
1.1.6	Beperkings van gesag	F	gebruik 'n hoë prys omdat die produk of diens uniek is
1.1.7	Sit pryskaartjies aan ('Ticketing')	G	reëls wat ons meer vertel van persoonlike gedrag in die samelewing
1.1.8	Etiket	H	die taak om voorraad deurlopend na te gaan en netjies te hou, en nuwe voorraad te kry wanneer nodig
1.1.9	Diensuitnemendheid	I	reg of verkeerd in 'n gegewe situasies
1.1.10	Premieprysbepaling	J	bring 'n produk of diens onder 'n klant se aandag

(10 × 1) (10)

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.2.1 Uitverkopingpromosies word vir 'n spesifieke en beperkte tydperiode aangebied.

1.2.2 Publisiteit is 'n instrument van openbare betrekkinge.

1.2.3 'n Promosiestrategie het 'n beperkte reeks doelwitte.

1.2.4 Vertoonareas moet leë rakke hê om die boodskap oor te dra dat alle handelsware uitverkoop is.

1.2.5 Promosiestrategieë sluit reklame en direkte interaksie met klante in.

Kopiereg voorbehou

1.2.6 'n Werkgewer hoef nie te vereis dat 'n werknemer betyds by die werk is nie.

1.2.7 Dit is noodsaaklik om 'n professionele voorkoms by die werkplek te handhaaf.

1.2.8 Gehaltediens fokus op die ontwikkeling van uitstekende betrekkinge met mense.

1.2.9 Goeie bestuurders wil van elke klagte weet wat hul klante het.

1.2.10 Slegte klantediens sal nie 'n impak op die organisasie hê nie.

(10 × 1) (10)

1.3 Gee EEN woord of 'n term vir elk van die volgende beskrywings deur 'n woord of term uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die woord of term langs die vraagnommer (1.3.1–1.3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

handelsmerkekwiteit; afslag; promosiestrategie; impak; prysbepaling houding; indruk; planogram; luister; klant

1.3.1 'n … is 'n noukeurige plan wat die benadering beskryf wat jy sal volg wanneer jy met die klant kommunikeer.

1.3.2 … is die waarde wat in 'n handelsmerk opgebou is.

1.3.3 'n … is 'n diagram van vaste toestelle, rakke en produkte.

1.3.4 … is die proses om pryse op items aan te bring per hand of outomaties.

1.3.5 Die aanbied van afslag … kan 'n nuttige taktiek wees in reaksie op mededinging.

1.3.6 … is 'n manier van dink en optree.

1.3.7 'n … is iemand wat van die produkte of dienste van 'n organisasie gebruik maak.

1.3.8 Die manier waarop klante aan die begin van 'n interaksie behandel word, maak 'n blywende … .

1.3.9 … is die eerste en belangrikste stap wanneer woede hanteer moet word.

1.3.10 Goeie klantediens sal 'n positiewe … op 'n maatskappy se wins hê.

(10 × 1) (10)

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

Beantwoord AL die vrae in AFDELING B.

VRAAG 2

2.1 'n Kreatiewe advertensie bevat sekere identifiseerbare kenmerke:

2.1.1 Identifiseer enige DRIE kenmerke van kreatiwiteit in die advertensie. (3)

2.1.2 Definieer *kreatiwiteit* in jou eie woorde. (2)

2.1.3 Noem die stappe in die kreatiewe proses. (6)

2.1.4 Noem DRIE doelwitte of redes vir reklame. (3)

2.2 Noem en bespreek kortliks die DRIE hooffaktore wat oorweeg moet word by die ontwikkeling van 'n promosiemengsel. (3 × 2) (6)

2.3 Noem VIER verkoopspromosie-instrumente wat die maatskappy kan gebruik om die verkope van sy produkte te verhoog. (4)

2.4 Noem DRIE riglyne wat kliënte moet gebruik wanneer hulle kreatiewe werk beoordeel. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 3



3.1 3.1.1 Identifiseer die soort media in die advertensie hier bo. (2)

3.1.2 Verwys na die advertensie en identifiseer DRIE van die belangrikste kreatiewe taktieke. (3 × 2) (6)

3.1.3 Noem TWEE voordele en EEN nadeel van die media hier bo. (2 + 1) (3)

Kopiereg voorbehou

3.2 Teken die tabel hier onder in die ANTWOORDBOEK oor en maak 'n lys van die promosie-instrumente wat gebruik kan word om bogenoemde produkte te adverteer en gee voorbeelde.

INSTRUMENT	VOORBEELD
3.2.1	
3.2.2	
3.2.3	

(3 × 2) (6)

3.3 Stel DRIE maniere voor waarop die bogenoemde promosie-aktiwiteit tot 'n einde gebring moet word. (3)

3.4 Noem VIER wenke wat vir werknemers gegee kan word om gesonde kommunikasie met 'n klant te verseker. (4)

3.5 Bestudeer die volgende advertensieslagspreuk voordat jy die vrae beantwoord wat daarop volg.

3.5.1 Watter produk of diens kan geadverteer deur van bogenoemde slagspreuk gebruik te maak?

3.5.2 Wat stel die slagspreuk voor?

3.5.3 Dink jy dat die slagspreuk die teikenmark sal oortuig om op te tree?

(3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 4

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord VRAAG 4.



https://www.google.com/

4.1 4.1.2 Wat vorm van uitstalling word hier bo gebruik? (1)

4.1.2 Verduidelik die antwoord in VRAAG 4.1.1. (2)

4.2 Watter broninligting is nodig om die afbeelding hier bo te bou? (3)

Kopiereg voorbehou

4.3 Werkgewers soek deurlopend na nuwe maniere om die prestasie van hul werknemers te verbeter ten einde die prestasie van hul organisasies te verbeter.

4.3.1 Identifiseer enige VIER positiewe gesindhede wat in die werkplek getoon moet word. (4)

4.3.2 Noem enige DRIE riglyne vir werknemers se kleredragkode. (3)

4.3.3 Identifiseer enige DRIE soorte gedrag wat vermy moet word wanneer geluister word. (3)

4.4 Wat is die impak van seksuele teistering by die werkplek? (2)

4.5 Noem TWEE gevolge van slegte klantediens op die volgende groepe:

4.5.1 Klante

4.5.2 Werknemers

4.5.3 Organisasie

(3 × 2) (6)

4.6 Formuleer toepaslike antwoorde op die volgende klagtes van klante:

4.6.1 Ek wag al só lank.

4.6.2 Dit is baie ongerieflik vir my.

4.6.3 Ek sal nooit weer hier koop nie.

(3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 5

5.1 Oorredende advertensies moet volgens die AIDA-beginsel ontwerp word.

5.1.1 Wat beteken die AIDA-akroniem vir jou? (4)

5.1.2 Verduidelik in jou eie woorde hoe die AIDA-beginsel in 'n oorredende advertensie funksioneer. (8)

5.1.3 Dui TWEE doelwitte van oorredende advertensies aan. (2)

5.2 Bespreek die volgende DRIE belangrike elemente wat teenwoordig moet wees wanneer 'n advertensie ontwerp word.

5.2.1 Kopieskryf (teks) (3 × 2) (6)

5.2.2 Visualisering (2)

5.2.3 Uitleg (2)

5.3 Definieer *massamedia*. (2)

5.4 Gee VIER voorbeelde van massamedia. (4)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120

GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou