higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAART (BEROEPSGERIG)

ADVERTENSIE EN PROMOSIE
NKR VLAK 3

(3041013)

26 Februarie 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 11 bladsye.

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. AL die werk wat u nie gemerk wil hê nie moet duidelik deurgehaal word.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'waar' of 'onwaar' langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1 Wanneer 'n artikel in die koerant berig oor 'n bepaalde organisasie wat 'n gemeenskapsprojek befonds, is dit 'n voorbeeld van publisiteit.

1.2 Die bemarkingsnavorser is verantwoordelik vir die bestuur van die mense in die bemarkingsafdeling.

1.3 'n Organogram toon die verskillende produkte/dienste wat in 'n organisasie verkoop word.

1.4 Die vier belangrikste advertensie- en promosiedoelwitte is om uit te nooi, te oorreed, te herinner en te adverteer

1.5 Om betyds by die werk te kom is kriteria wat maatskappye gebruik om hul werknemers se algemene prestasie by die werk te meet.

1.6 Net deur na binne en buite die organisasie se gebou te kyk, kan jy iets vertel oor die korporatiewe kultuur van die organisasie.

1.7 Om 'n positiewe werksomgewing te skep, moet 'n spanleier goed en effektief met die span kommunikeer.

1.8 Om die vlakke van handelsware te monitor, is dalk nie nodig nie, aangesien die promosievoorraad vir promosies altyd beperk is.

1.9 Om bekend te maak is om inligting aan die publiek te gee sodat hulle daarvan weet.

1.10 Kleinhandel verwys na die aktiwiteit of besigheid van goedere aan mense in winkels verkoop

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n item 'n beskrywing uit KOLOM B om by 'n item in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Strategie	A	'n boek wat instruksies gee oor die eienskappe van die produk en hoe dit werk
2.2	Opleidingshandleiding	B	noukeurig gekose groep mense waaraan jou produk sal appelleer
2.3	Bemarkingsassistent	C	alles wat nie binne die maatskappy is nie, maar wat die manier waarop dit funksioneer beïnvloed
2.4	Verkoopsbestuurder	D	help of bemark bestuurder met administratiewe take en projekte
2.5	Eksterne Bemarkingsomgewing	E	'n stel planne wat gebruik word om iets te bereik of om een te help, is suksesvol
2.6	Teiken Mark	F	'n lys datums en tye wanneer dinge beplan word om te gebeur
2.7	Monster	G	waarneem en kontroleer die vordering of kwaliteit oor 'n tydperk
2.8	Punt Van Aankope	H	berei, voer en monitor die verkoopsplan
2.9	Tydraam	I	die plek of winkel waar 'n produk verkoop word
2.10	Monitor	J	'n klein hoeveelheid van iets wat mense kan probeer om te weet hoe dit is

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Voltooi die volgende sin of sinne deur die woord of woorde in die lys hier onder te gebruik. Skryf slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

SWOT analise; databasis; monopolie; tydskrif; houding; mee te deel; promosie-elemente; oligopolie; Belanghebbende; handelsware; monopolistiese kompetisie

3.1 Organisasies moet die korrekte tipe ... kies om hul teikenmark te bereik.

3.2 Om ... is om 'n kliënt te voorsien van inligting oor die produk of diens.

3.3 'n Kliënt se ... en gevoelens beïnvloed die manier waarop hy / sy oor 'n produk voel.

3.4 ‘n ... is iemand wat geld in die besigheid belê het of 'n belangrike verband daarmee het.

3.5 ... is die goedere wat verkoop word.

3.6 ... is wanneer daar net een verkoper in die mark is.

3.7 ... is wanneer daar net 'n paar verkopers is wat die mark beheer.

3.8 ‘n ... bestaan uit kliëntinligting wat op 'n rekenaarstelsel gestoor word.

3.9 Verskillende ... kan op dieselfde tyd in 'n bemarkingstrategie gebruik word.

3.10 ‘n ... sal u help om enige probleme te sien en geleenthede vir nuwe produkte of promosies te identifiseer.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 4

Bestudeer die uittreksel hieronder en beantwoord die vrae.

#SUNLIGHTREDWATER

Water is ons kosbaarste hulpbron. Sunlight wou 'n veldtog skep wat op groot skaal belangstelling sou genereer, met gewone Suid-Afrikaners sal identifiseer en help om die waterskaarste en waterbesparingsboodskap te versterk.

As 'n manier om bewustheid oor waterbesparings te skep en die heropgewerkte Sunlight 2in1 waspoeier met SmartFoam, wat tot die helfte van die spoelwater spaar, stel Sunlight 'n 10 meter hoë aanplakbord van 80 geel JoJo tenks op. Elke week is mense genooi om te nomineer en te stem vir die gemeenskap wat hulle voel die JoJo-tenks die meeste benodig, waarna die tenks deur Sunlight afgebreek en geskenk is.

Sunlight het ook na gemeenskappe gegaan om advies te gee oor hoe om water te bespaar en stootkranke geïnstalleer. 'n Stootkraan laat toe dat water eers vrygestel word wanneer die druk van die hand op die kraan geplaas word. Sodra die druk verlig word, hou die water op loop.





[Bron: *http://www.sunlight.co.za/sunlightsaveswater*, 20/03/2017]

4.1 Noem watter produkvoordeel Sunlight gebruik om hul produk as deel van die spaarwaterveldtog te bemark. (2)

4.2 Noem die VIER eienskappe van openbare betrekkinge. (4)

4.3 Noem VYF Openbare Betrekking-aktiwiteite wat Sunlight kan gebruik om met die media en die gemeenskap te kommunikeer. (5)

4.4 Noem die stappe in die Openbare Betrekkinge-plan in die korrekte volgorde. (7)

4.5 Stel VIER riglyne voor wat Sunlight kan volg om hul verkoopsstrategie te implementeer. (4)

4.6 4.6.1 Noem VIER items aan Sunlight wat oorweeg moet word wanneer hulle hul verkoopsstrategie monitor.

4.6.2 Verduidelik hierdie items in VRAAG 4.6.1 hierbo.

(2 × 4) (8)
[30]

VRAAG 5

5.1 Bestudeer die onderstaande prent en beantwoord die vrae.

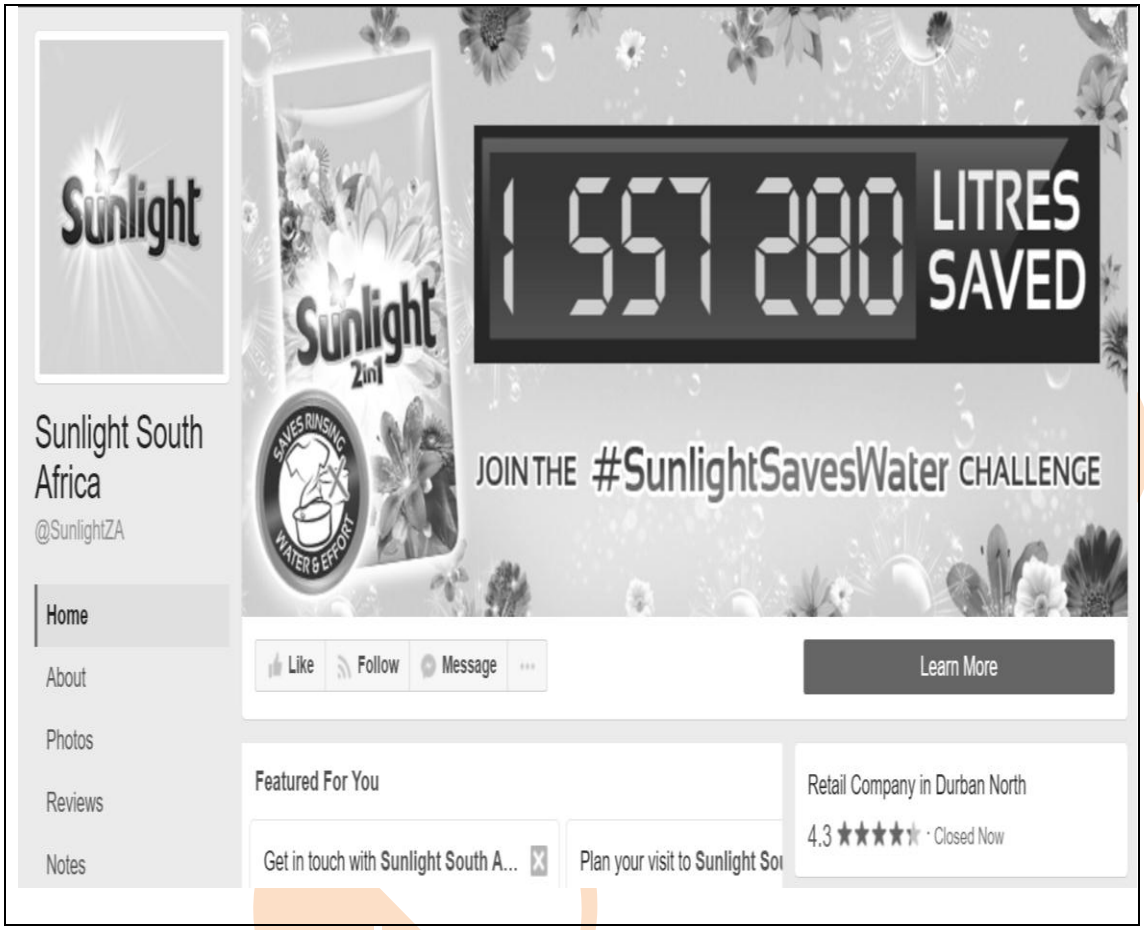


[Bronne: *Google images*, 20/03/2017]

5.1.1 Noem die tipe media wat gebruik word. (2)

5.1.2 Gee TWEE voordele en TWEE nadele van die gebruik van die tipe media wat in VRAAG 5.1.1 genoem word. (4)

5.2 Bestudeer die onderstaande prent en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://www.facebook.com/SunlightZA/?ref=br_rs*, 20/03/2017]

5.2.1 Noem die tipe media wat gebruik word. (2)

5.2.2 Gee TWEE voordele en TWEE nadele van die gebruik van die tipe media wat in VRAAG 5.2.1 genoem word. (4)

5.3 Hoe sal Sunlight differensiasie as 'n mededingende strategie gebruik? (4)

5.4 Verduidelik die verspreidingstrategie wat gebruik word vir Sunlight 2in1 waspoeier. (4)

5.5 Bespreek die probleme wat Sunlight ondervind in die proses van mediabeplanning. (5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 6

Sunlight gee om oor die gemeenskap en hul werknemers. Die ontwikkeling van werknemers en 'n positiewe werksomgewing is belangrik vir hierdie maatskappy.



[Bron: *Own construction*, 20/03/2017; *Google images*]

6.1 Definieer die term *korporatiewe kultuur.* (2)

6.2 Noem VIER situasies wat doeltreffendheid in spanne in 'n organisasie kan voorkom. (4 × 2) (8)

6.3 'n Persoonlike ontwikkelingsplan is belangrik vir enige werknemer.

Noem DRIE belangrike dinge om te onthou nadat 'n persoonlike ontwikkelingsplan opgestel is. (3 × 2) (6)

6.4 Identifiseer VIER dinge wat spanleiers kan doen om positiwiteit in 'n groep te versterk. (4 × 2) (8)

6.5 Wanneer Sunlight sy verkoopsstrategie moet monitor, hoe sal dit regstellende aksie neem as daar iets verkeerd geloop het? (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 7

7.1



[Bron: *Google images*]

Gee TWEE redes waarom organisasies 'n gedragskode het. (2 × 2) (4)

7.2 Skep VIER reëls wat die maatskappy Sunlight in hul organisatoriese gedragskode sal insluit. (4 × 2) (8)

7.3 Organisasies kan interne en eksterne diensverskaffers gebruik.



[Bron: *Google images*]

7.3.1 Verduidelik die verskil tussen interne en eksterne diensverskaffers. (2 × 2) (4)

7.3.2 Gee TWEE voorbeelde van interne diensverskaffers vir die maatskappy Sunlight. (2)

7.3.3 Gee TWEE voorbeelde van eksterne diensverskaffers vir die maatskappy Sunlight. (2)

7.4 Watter impak het interne diensverskaffers op 'n besigheid? (2 × 2) (4)

Kopiereg voorbehou

7.5



[Bron: *Google images*]

Gee DRIE voordele om persoonlike verkope in enige organisasie te gebruik.

(3 × 2) (6)

[30]

TOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou