higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

(3041013)

10 Desember 2020 (Y-vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

472Q1N2010

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 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 te skryf.

1.1 Die term 'koöperatief' verwys daarna dat een individu saamwerk.

1.2 Om te vlei beteken om ’n indirekte stelling te maak deur iets te suggereer sonder om dit reguit te sê.

1.3 Konsultasie verwys na ’n bespreking waarin mense hulle menings oor iets gee.

1.4 ’n Prosedure is ’n manier om iets te doen waarop ooreengekom is deur die organisasie.

1.5 ’n Kleredragkode is ’n stel reëls wat voorskryf wat mense mag en nie mag dra nie.

1.6 Groothandelaars is mense of maatskappye wat goedere in groot hoeveelhede koop en dit teen lae pryse verkoop eerder as om dit aan die publiek te verkoop.

1.7 'Gemorspos' is die term wat gebruik word vir e-posboodskappe waarvoor ’n rekenaargebruiker nie gevra het nie en nie wil lees nie.

1.8 Met ’n stootstrategie rig ’n maatskappy sy bemarkingskommunikasie aan kliënte deur ’n begeerte vir die produk te skep.

1.9 ’n Belanghebber is iemand wat geld in ’n besigheid belê het of ’n belangrike affiliasie daarmee het en deur sy sukses of mislukking beïnvloed word.

1.10 Die mikro-omgewing is die hele omgewing waarin ’n maatskappy werk.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Kies ’n beskrywing uit KOLOM B wat pas by ’n term in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Interne bemarkingsomgewing	A	persentasie van die teikengehoor wat bereik sal word deur die media wat gebruik word om die produk te adverteer
2.2	Konfrontasie	B	mening wat mense van ’n maatskappy het of hoe die publiek die maatskappy beskou
2.3	Media-omvang	C	markstruktuur met vele klein verkopers wat soortgelyke produkte aanbied
2.4	Monster	D	situasie waar daar ’n woedende meningsverskil tussen twee mense is
2.5	Monopolistiese kompetisie	E	beplanning om verskillende media op verskillende tye te gebruik
2.6	Bemiddeling	F	alles in ’n maatskappy wat die manier wat dit bedryf word, affekteer
2.7	Mediaskedulering	G	klein hoeveelheid van iets wat mense kan beproef om te weet hoe dit werk/smaak
2.8	Perfekte kompetisie	H	alles wat nie in die maatskappy is nie maar die manier waarop die werk, affekteer
2.9	Beeld	I	markstruktuur waar baie maatskappye soortgelyke produkte aanbied, maar met ander kenmerke of voordele
2.10	Eksterne bemarkingsomgewing	J	mense wat probeer om ’n argument tussen twee mense of partye te beëindig deur oor ’n oplossing vir beide partye ooreen te kom

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Voltooi die volgende sinne deur ’n woord of woorde uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK.

sedes; logistiek; nuusbrief; tydsraamwerk; promosiesamestelling; geleentheid; bloeibladsye; oortuiging; subjektief; psigografies

3.1 Persoonlikheidseienskappe en -ingesteldhede wat ’n effek op verbruikers se leefstyl en houdings teenoor inkopies het, word ... genoem.

3.2 Om die teikengehoor te laat glo en iets te aanvaar, word ... genoem.

3.3 Bladsye met geen kantlyne nie, word ... genoem

3.4 ’n … is ’n kans om iets te doen.

3.5 ’n Persoonlike stel reëls wat bepaal hoe mense oordeel wat reg en verkeerd is en hoe hulle dienooreenkomstig optree, word ... genoem.

3.6 Die vloei van goederelewering word ... genoem.

3.7 ’n … is ’n lys van datums en tye wanneer dinge beplan word om te gebeur, of die tyd waarteen dit gedoen moet word.

3.8 Eensydig of om iets van een kant te sien, word ... genoem.

3.9 ’n Kort, geskrewe verslag van nuus oor ’n organisasie wat aan mense gestuur is wat belangstel, word ’n ... genoem.

3.10 … verwys na die verskillende hulpmiddels wat gebruik word om produkte te promoveer, soos om afslag aan te bied en advertering.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

Bestudeer die advertensie hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://www.womenshealthmag.com/health/g31469255/best-hand-sanitizers/*]

4.1 Noem die SES hoofstappe van die bemarkingstrategie wat Touchland kan volg. (6)

4.2 Voltooi die volgende sinne deur slegs die ontbrekende woord langs die vraagnommer (4.2.1–4.2.2) in die ANTWOORDBOEK te skryf.

’n Bemarkingstrategie vir ’n (4.2.1) … is soortgelyk aan die strategie vir ’n (4.2.2) … (2 × 1) (2)

4.3 Verduidelik kortliks VIER promosie-aktiwiteite om by ’n promosieplan van Touchland in te sluit. (4 × 2) (8)

4.4 Verduidelik kortliks die VIER Ps van bemarking van Touchland-produkte.(4 × 2) (8)

4.5 Noem SES doeltreffende kommunikasieriglyne vir Touchland. (6)

[30]

VRAAG 5

Bestudeer die advertensie hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron:*https://yognel.com/wp-content/uploads/2017/04/Travel-Agency-Flyer-Design-1.jpg*]

5.1 Gee VYF riglyne vir die implementering van 'n verkoopstrategie vir die reisagentskap. (5 × 2) (10)

5.2 Onderskei tussen *publisiteit* en *openbare betrekkinge.* (2 + 2) (4)

5.3 Stel 'n organisasie-gedragskode vir die reisagentskap op wat VIER reëls insluit. (4 × 2) (8)

5.4 Gee VYF voordele van interne-diensverskaffers vir die reisagentskap. (5)

5.5 Noem DRIE maniere om 'n verkoopstrategie te moniteer. (3)

[30]

VRAAG 6

Bestudeer die advertensie hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2019/08/Rule-of-Thirds-and-The-Golden-Mean-2.png*]

6.1 Definieer elk van die volgende terme:

6.1.1 Kleinhandel

6.1.2 Strategie

6.1.3 Handleiding

6.1.4 Handelsware

6.1.5 Vervaardig

(5 × 1) (5)

6.2 Wat is die VIER belangrikste uitdagings wat Lipton tydens mediabeplanning kan ervaar? (4)

6.3 Tabuleer VYF kenmerke van publisiteit en VYF kenmerke van openbare betrekkinge wat Lipton kan gebruik. (5 + 5) (10)

6.4 Identifiseer SES faktore wat Lipton moet oorweeg wanneer 'n adverteringsbegroting opgestel word. (6)

6.5 Noem VYF promosie-items wat Lipton as gratis geskenke kan gebruik. (5)

[30]

VRAAG 7

Bestudeer die foto hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://s3-media0.fl.yelpcdn.com/bphoto/skpPcpNi5PzUncqD6TwXOw/o.jpg*]

7.1 Definieer die term *eksterne kliënt.* (2)

7.2 Verduidelik kortliks DRIE belangrike mediadoelwitte wat EMT Motors moet oorweeg. (3 × 2) (6)

7.3 Noem VIER strukture wat bemarkers kan gebruik wanneer in die makro-omgewing meegeding word. (4)

7.4 Noem VYF prestasiemetings wat EMT Motors tydens die prestasiebeoordeling van sy werknemers kan benut. (5)

7.5 Verduidelik die VYF maatreëls wat in VRAAG 7.4 genoem word. (5)

7.6 Verduidelik VIER maniere om konflik te hanteer wat EMT Motors kan gebruik. (4 × 2) (8)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou