higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSBESTUUR
NKR VLAK 3

(3041023)

3 March 2020 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

226Q1S2003

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 neer te skryf.

1.1 Versperrings is die manier waarop die ontvanger op die boodskap reageer.

1.2 Reklame is die onpersoonlike bevordering van goedere, dienste, maatskappye en idees.



1.3 Lettertipe is die manier waarop die teks en prente gerangskik is.

1.4 Eksterne verwysing is wanneer jy die klant se navraag na iemand binne die organisasie verwys.

1.5 'n Vertoonstaander is 'n struktuur waarop jy dinge kan plaas sodat mense dit kan sien.



1.6 'n Verkoopbrief is 'n dokument wat 'n bemarker aan 'n potensiële klant skryf.

1.7 Regsvereistes is die wette en regulasies waaraan 'n verkoopbrief moet voldoen.

1.8 Behoeftes is voordele wat mense kry as hulle op 'n sekere manier optree.

1.9 'n Agenda is die verslag van die besprekings en besluite by 'n vergadering.

1.10 'n Handelsmerk is 'n teken wat gebruik word om 'n produk of diens te identifiseer.



(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

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

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Die proses waardeur besluit word op die hoeveelheid geld wat die klant vir die produk moet betaal	A	visuele hulpmiddele
2.2	Mondelinge kommunikasie met potensiële kopers van 'n produk met die bedoeling om dit te verkoop	B	notule
2.3	Die styl en grootte van die brief	C	motivering
2.4	'n Elektroniese boodskap wat met 'n rekenaar gestuur word	D	persverklaring
2.5	Die inligting wat skriftelike kommunikasie bevat	E	mededingende voordeel
2.6	Instrumente wat 'n gehoor kan sien en wat help om die inhoud van 'n aanbieding te verduidelik	F	e-pos
2.7	Die voordeel wat een produk bo 'n ander het	G	persoonlike verkope
2.8	'n Aankondiging wat na verskeie media gestuur word en besonderhede van 'n gebeurtenis, produk of diens bevat	H	prysbepaling
2.9	Die rede vir iemand se optrede	I	lettertipe
2.10	Die verslag van die besprekings en besluite by 'n vergadering	J	inhoud
		K	agenda
		L	promosie

(10 × 2) **[20]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Noem TWEE vlakke van die huidige situasie of markomgewing wat die bemarker in ag moet neem wanneer geïntegreerde bemarkingskommunikasie hanteer word. (2)

3.2 Noem AGT elemente of instrumente van geïntegreerde bemarkings-kommunikasie. (8)

3.3 Die gebruik van kleur is 'n belangrike kreatiewe element in reklame.

3.3.1 Bespreek kortliks hoe dit in die skep van bemarkingsprodukte gebruik kan word. (4)

3.3.2 Verduidelik kortliks die emosionele assosiasie wat mense met sekere kleure kan hê met verwysing na helder kleure en sagte kleure. (4)

3.3.3 Gee TWEE voorbeelde van die emosionele assosiasie wat die kleur rooi by 'n persoon kan uitlok. (2)

3.4 Noem VYF soorte inligting wat op 'n faktuur moet verskyn. (5)

3.5 Noem VYF elemente van 'n sakebrief. (5)
[30]

VRAAG 4

4.1 Verduidelik die rolle in aanbieding as deel van die kommunikasieproses. (10)

4.2 Noem VYF soorte visuele hulpmiddele wat jy in 'n aanbieding kan gebruik. (5)

4.3 Noem VYF riglyne wat jy in gedagte moet hou wanneer jy 'n demonstrasie doen. (5)

4.4 Definieer die term *selfgelding ('assertiveness')*. (2)

4.5 Verduidelik kortliks die VIER eienskappe van selfgeldende mense. (4 × 2) (8)
[30]

VRAAG 5

'n Persverklaring is 'n aankondiging wat na verskeie media gestuur word en besonderhede van 'n geleentheid, produk of diens bevat.

5.1 Bespreek kortliks SES riglyne wat gevolg moet word wanneer 'n persverklaring geskryf word. (6 × 2) (12)

5.2 Bespreek die inligting wat in 'n verkoopbrief moet verskyn deur na die volgende komponente te verwys: koplyn, die hoofdeel en die slotparagraaf.

5.2.1 Noem DRIE doele van die opskrif. (3)

5.2.2 Noem DRIE dinge wat in die hoofdeel van die verkoopbrief sal verskyn. (3)

5.2.3 Noem TWEE dinge wat die slotparagraaf moet doen. (2)

5.3 Besware is die redes wat mense gee wanneer hulle gekant teen iets is of dit afkeur.

Noem VYF metodes wat 'n mens kan gebruik om besware in verkoopspraatjies ('sales pitch') te hanteer. (5)

5.4 Noem VYF voordele van die gebruik van reklameborde in 'n bemarkingsveldtog. (5)
[30]

VRAAG 6

6.1 Definieer die term *motivering.* (2)

6.2 Teken 'n diagram volgens Maslow se hiërargie van behoeftes. Benoem elke vlak en gee EEN voorbeeld op elke vlak. Die vlakke moet in die regte volgorde wees. (12)

6.3 Herrangskik die volgende elemente van 'n agenda in die regte volgorde. Nommer hulle van 1 tot 8.

Punte uit die notule
Notule van die vorige vergadering
Verwelkoming
Afsluiting
Bywoningsregister
Opening
Datum van volgende vergadering
Verskonings (8)

6.4	6.4.1	Noem die VIER sleutelelemente van bemarkingsdoelstellings.	(4)
	6.4.2	Gee TWEE voorbeelde van e-kommunikasie.	(2)
	6.4.3	Beskryf wat 'n slagspreuk is.	(2)
			[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150