higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3

(3041023)

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

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

568Q1N2011

Copyright reserved

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. 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 Nasionale Kredietwet 34 van 2005 is een van die nuutste wette wat die bemarkingsbedryf reguleer.

1.2 Promosietekens kan op vullisblikke gebruik word.

1.3 Die organisasiestruktuur is een van die komponente van bemarking.

1.4 Voorbeelde van bemarkingsamestelling is produksie, prys, plek en promosie.

1.5 Om te groet en jouself voor te stel, is een van die elemente van ’n mondelinge reklamepraatjie.

1.6 Kleur is een van die kreatiewe beginsels van bemarking.

1.7 Die emosionele assosiasie van die kleur blou is geluk.

1.8 ’n Kontrolelys is ’n lys van dinge wat by ’n bemarkingsplan ingesluit moet wees.

1.9 Wanneer ’n bemarker nie kan waarborg dat alles goed sal verloop nie, sal die bemarker ’n navraebrief aan die kliënt stuur.

1.10 Deel van ’n bemarker se aanbiedingsnavorsing is om bedryfsdeskundiges te raadpleeg.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

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

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Selfverwesenliking	A	navrae wat skriftelik gemaak word
2.2	Selfbeeld	B	maak die direkteure bewus van al die wette en regulasies wat vir die organisasie geld
2.3	Tuishoort	C	gaan die notule van die vergaderings van die direksie en die bestuurders na
2.4	Veiligheid	D	navrae word gedoen deur met iemand te praat
2.5	Fisiologies	E	een van die stappe in die geïntegreerde bemarkingskommunikasieproses
2.6	Maatskappysekretaris	F	gesondheid, voedsel en slaap
2.7	Ouditeur	G	liefde, teerheid, om deel van ’n groep te wees
2.8	Mondelinge navrae	H	om individuele potensiaal te bereik
2.9	Geskrewe navrae	I	moet jouself respekteer en dat ander jou as belangrik moet beskou
2.10	Begroting	J	skuiling, om teen gevaar beskerm te word
		K	is in beheer van ontvangs

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Kies die korrekte woord uit dié wat in hakies gegee word skryf slegs die vraagnommer (3.1 tot 3.10) en die korrekte woord in jou ANTWOORDBOEK.

3.1 ’n (Beloning/behoefte) is die positiewe gevolg van ’n daad.

3.2 Die rede vir iemand se aksies word (stimulus/motivering) genoem.

3.3 ’n Behoefte na (selfbeeld/selfverwesenliking) motiveer ’n persoon om ’n duur voertuig te koop.

3.4 (Direkte verkope/persoonlike verkope) vind plaas wanneer die verkoopspersoon kliënte besoek of bel om die produkte en dienste aan hulle bekend te stel.

3.5 Die (ASA/ ABC) Bedryfskode is ’n dokument wat riglyne vir die bemarkingsbedryf bevat.

Kopiereg voorbehou

3.6 Die (verkoopstrokie)faktuur) bevat inligting oor die naam van die winkel, die datum van transaksie, die prys van die produkte, die bedrag wat die kliënt betaal het en die kleingeld wat uitgekeer is.

3.7 ’n (Faks/E-pos) word in elektronies vorm deur ’n telefoonlyn gestuur.

3.8 (Slagspreuke/Versoeke) is kort frases wat ’n mens maklik onthou wat in bemarkingskommunikasie gebruik word.

3.9 ’n (Storiebord/Kreatiewe konsep) is die basiese idee wat ’n advertensie-agentskap vir ’n advertensie sal gebruik.

3.10 Die (onderhoudvoerder/veldwerker) voer onderhoude met kliënte en potensiële kliënte as deel van marknavorsing.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 Bestudeer die prent hieronder en beantwoord die vrae.



4.1.1 Noem SES visuele hulpmiddels wat ’n bemarker tydens ’n voorlegging kan gebruik. (6)

4.1.2 ’n Persoon sal waarskynlik senuweeagtig wees tydens ’n voorlegging.

Noem VYF maniere om die spanning te hanteer wat ’n persoon tydens ’n voorlegging kan ervaar. (5)

4.1.3 Sommige mens kan as aggressief oorkom tydens ’n voorlegging.

Noem VYF eienskappe van aggressiewe mense. (5)

4.1.4 ’n Junior kollegas kom oor as aggressief tydens ’n voorlegging.

Gee hom VYF riglyne oor hoe om selfgeldend eerder as aggressief te wees. (5)

4.2 Wanneer ’n organisasie en kliënte sake doen, is daar dokumente soos fakture ter sprake om rekord te hou van die transaksies.

Noem VYF tipes inligting wat op ’n faktuur moet voorkom. (5)

4.3 Wanneer jy navrae hanteer, kan sommige in jou area van verantwoordelikheid val en ander is nie deel van jou verantwoordelikhede nie.

Verduidelik die verskil tussen *interne verwysings* en *eksterne verwysings* van navrae wat buite jou area van verantwoordelikheid val. (4)
[30]

VRAAG 5

5.1 Baie organisasies voer markopnames uit om inligting in te samel wat gebruik kan word om hulle besigheid te verbeter.

Noem VYF elemente van ’n markopname. (5)

5.2 Die Departement van Hoër Onderwys en Opleiding het met die Departement van Wetenskap en Tegnologie saamgesmelt om die Departement van Hoër Onderwys, Wetenskap en Tegnologie te word. As gevolg van die samesmelting sal geïntegreerde bemarkingskommunikasie nodig wees om die publiek oor die samesmelting in te lig.

5.2.1 Noem en bespreek VYF faktore wat die geïntegreerde bemarkingskommunikasie van die Departement van Hoër Onderwys, Wetenskap en Tegnologie kan beïnvloed. (5 × 2) (10)

5.2.2 Noem VYF geïntegreerde bemarkingskommunikasiehulpmiddels wat die Departement van Hoër Onderwys, Wetenskap en Tegnologie kan gebruik. (5)

5.2.3 Die Departement van Hoër Onderwys, Wetenskap en Tegnologie het besluit om ’n advertensie-agentskap aan te stel om hulle bemarkingskommunikasieveldtog te bestuur. Die departement sal na verwagting ’n bemarkingsopdrag aan die agentskap uitreik.

Noem SES elemente van die bemarkingsopdrag wat deur die Departement van Hoër Onderwys, Wetenskap en Tegnologie aan die advertensie-agentskap uitgereik sal word. (6)

5.2.4 Noem VIER kreatiewe beginsels van bemarking. (4)
[30]

VRAAG 6

6.1 Definieer die term *bemarking*. (2)

6.2 Jy is ’n bemarkingsbestuurder van VW Fourways wat by Harrisonstraat 12, Fourways, 1682 geleë is.

Skryf ’n reklamebrief aan Thabo Mokwena, ’n jong professioneel wat in een van die kommersiële banke in Midrand werk (kies ’n bank van jou keuse), wat hom inlig oor die nuwe Polo Vivo wat teen die kleinhandelprys van R215 000 verkoop word. Thabo se werkadres is Kerkstraat 17, Midrand, 1685.

Gebruik die inligting wat hieronder gegee word om die brief te skryf.

New Polo Vivo Trendline	**Kenmerk van die Polo Vivo Trendline**
Van die voorste elektriese vensters, ISOFIX-montasiepunte vir babasitplekke, lugsakke, ultrasoniese alarm, tot sy stylvolle voorkoms en klankstelsel het die Polo Vivo álles. 	• Radio R140G BT/USB/SD • 14" Staalwiele • ISOFIX-montasiepunte vir babasitplekke • Voorste elektriese vensters • Immobiliseerder, met alarm-stelsel en binne-monitering **Prys BTW ingesluit** vanaf R215 000

[*Aangepas uit: https://www.vw.co.za/en/models-and-configurator/polo-vivo.html?*] (10)

6.3 As ’n bemarkingsbestuurder van VW Motors, is dit jou verantwoordelikheid om jou verkoopspersoneel te motiveer om meer verkope te genereer.

Noem en verduidelik VIER maniere waarop jy as ’n bestuurder jou verkoops-personeel kan motiveer. (4 × 2) (8)

6.4 Gebruik die inligting wat hieronder gegee word om ’n persverklaring op te stel wat in ’n koerant gaan verskyn vir die bekendstelling van *Embrace Africa*, ’n nuwe, egte Suid-Afrikaanse klerewinkel wat aan die einde van die maand by die Mall of Africa sal open.

In sy strewe om die “Buy Local”-veldtog te ondersteun, belowe *Embrace Africa* om plaaslik ontwerpte en vervaardigde klerereeks wat die behoeftes en beursies van alle Suid-Afrikaners pas, te verskaf. Hulle klerereeks maak voorsiening vir alle ouderdomme, van babas tot bejaardes. Hulle produkte sluit slaapklere, onderklere, bykomstighede, swemdrag en mode-items met ’n totale Afrika-gevoel in.

Die winkel omvat die gasvryheid van Afrika en bied kliënte die geleentheid om hulleself, hulle vriende of hulle lewensmaats met ’n pamperlangsessie te bederf. Gekwalifiseerde personeel sal gesigsbehandelings, masserings, manikure en pedikure teen spesiale lae tariewe aanbied.

Buiten sy ruim, goed voorsiene inkopie-area bied dit ’n koffiewinkel waar kopers kan ontspan, verversings kan geniet en kuier terwyl hulle kinders in ’n veilige speelarea onder streng toesig van versorgers kan speel. *Embrace Africa* is ’n winkel wat werklik die Suid-Afrikaanse mark se behoefte verstaan om met ander te gesels terwyl die beste waarde-vir-geld kopies uitgesoek word. Hulle winkelure maak dus ook voorsiening vir diegene wat voltyds werk en net na-ure, oor naweke en op openbare vakansiedae kan inkopies doen. (10)

[30]

VRAAG 7

7.1 ’n Agenda is ’n amptelike werkplan vir ’n vergadering.

Noem 10 items wat op ’n agenda moet voorkom in die korrekte volgorde. (10)

7.2 Noem en verduidelik VIER doelwitte om die notule tydens ’n vergadering te neem. (4 × 2) (8)

7.3 Mnr André de Ruyter is as die nuwe HUB van Eskom Suid-Afrika aangestel.

Noem SES take wat deur Mnr De Ruyter as HUB van Eskom Beherend uitgevoer moet word. (6)

7.4 Regulatoriese liggame is organisasies wat reëls maak en riglyne aangaande bemarking and bemarkingskommunikasie verskaf.

Verduidelik die rol van elk van die volgende regulatoriese liggame in die bemarkingsbedryf:

7.4.1 Die Onafhanklike Kommunikasie-owerheid van Suid-Afrika (OKASA)

7.4.2 Die Instituut van Bemarkingsbestuur (IBM)

7.4.3 Verbruikershowe

(3 × 2) (6)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou