higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 4

(3041024)

4 Desember 2020 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

304Q1N2004

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. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Toon 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 Een van die grootste nadele van 'n verskeidenheid kultuurgroepe is dat bemarkers vir elke kultuurgroep aan 'n ander soort bemarkingskommunikasie moet dink.

1.2 'n Geleentheid is die kans om iets uit te rig of 'n gebeurtenis waartydens iets maklik gedoen kan word.

1.3. Kommunikasie met die mense van 'n ander kultuur word ordentlikheid genoem.

1.4 Kleredrag is 'n vorm van kulturele uitdrukking.

1.5 Kostepluspryssing beteken dat 'n standaardmarge by die koste om 'n produk te vervaardig of 'n diens te lewer, gevoeg word.

1.6 Lojaliteit is die sienings of riglyne waarop iets berus.

1.7 Twee belangrike funksies van 'n tydrooster is om die uitvoering van aktiwiteite te bestuur, en om seker te maak dat alles op tyd gebeur wanneer 'n projek van stapel gestuur word.

1.8 In 'n sakebrief is die groet die titel waarmee die ontvanger gegroet word.

1.9 In Suid-Afrika is daar vier hoofkulture, naamlik Indiërs, wit mense, swart mense en Zoeloes.

1.10 Een van die redes hoekom afskrifte of kopieë van interne dokumente bewaar word, is om hulle maklik op te spoor.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n beskrywing uit KOLOM B om by 'n term 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	Produkmonsters	A	die belangrikste sienings of idees waarop bemarking as 'n dissipline berus
2.2	Kommunalisme	B	die elektroniese versending en ontvangs van 'n dokument oor 'n telefoonlyn
2.3	Navraagbrief	C	opregtheid en eerlikheid
2.4	Klagbrief	D	die korrekte gebruik van punte, kommas, deeltekens en koppeltekens
2.5	Fakse	E	ingesteldheid waarvolgens die gemeenskap se behoeftes belangriker as die individu s'n geag word
2.6	Brosjure	F	'n visuele hulpmiddel wat in 'n voorlegging gebruik word
2.7	Kulturele sinergie	G	een van die onderdele van 'n bemarkingsvoorstel
2.8	Wettige aanbod	H	brief aan 'n maatskappy waarin 'n kliënt navraag doen of 'n verduideliking vra
2.9	Leestekengebruik	I	bevat inligting oor 'n produk of diens en wat ook gebruik word om te adverteer
2.10	Samevatting	J	'n voorstel wat aan die wet voldoen, en waarvolgens iets in ruil vir iets anders gegee word
		K	'n brief aan 'n maatskappy waarin 'n kliënt sy ontevredenheid te kenne gee
		L	neem elemente uit ander kulture oor en neem hulle in jou eie kultuur op

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Kies die korrekte woord uit die woorde tussen hakies. Skryf slegs die nommer (3.1–3.10) en die korrekte woord in die ANTWOORDBOEK neer.

3.1 'n (Demonstrasie/Bespreking) is 'n visuele hulpmiddel as mens 'n voorlegging oor 'n nuwe produk doen.

3.2 (Redigering/Proeflees) is om 'n dokument te hersien en te verbeter sodat dit 'n bepaalde boodskap doeltreffend oordra.

Kopiereg voorbehou

3.3 (Styl/Grammatika) het betrekking op taalreëls en die korrekte woordgebruik as mens skryf.

3.4 Jou liggaamshouding is (verbale/nieverbale) kommunikasie.

3.5 As mens iets (opspoor/kopieer), kyk jy hoe dit vorder.

3.6 (Kliënttevredenheid/Kliëntediens) is die beste manier om bestaande kliënte te behou en nuwes te lok.

3.7 Die doel van (waardegebaseerde/gelykbreek-) prysing is om slegs die produksiekoste van 'n produk te verhaal.

3.8 Die (uitvoerende samevatting/bepalings en voorwaardes) gee 'n oorsig van die organisasie, bied 'n voorgestelde oplossing, en noem die waarde en voordele wat dit vir die voornemende kliënt sal inhou.

3.9 Goeie mark- (navorsing/voorstelle) verseker kliëntgerigtheid.

3.10 As 'n kliënt 'n navraag aan jou faks, moet jy per (e-pos/faks) daarop antwoord.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 Eksterne belanghebbendes het behoefte aan verskillende dinge afhangend van wie hulle is. Beskryf die behoeftes van die volgende belanghebbendes:

4.1.1 Aandeelhouers

4.1.2 Gemeenskap

4.1.3 Regering

4.1.4 Verskaffers

(4 x 2) (8)

4.2 Die inhoud en formaat van bemarkingsverslae kan verskil.

Noem die opskrifte in die verslag wat jy oor bemarkingsnavorsing sal skryf.

(6 × 1) (6)

4.3 In Suid-Afrika is daar vier hoofkulture: swart mense, blankes, Kleurlinge en Indiërs.

Noem DRIE kenmerke van die swart kultuur in Suid-Afrika. (3 × 1) (3)

Kopiereg voorbehou

4.4 Hoe meer 'n mens van ander mense se kulture weet, hoe beter sal jy om jou teenoor kliënte van ander kulture kan gedra.

Noem VYF vaardighede wat 'n mens moet hê om op die gepaste manier met mense van ander kulture help om te gaan. (5 × 2) (10)

4.5 Wat is die verskil tussen kulturele noodsake en kulturele adiofora? (3)
[30]

VRAAG 5

5.1 Die meeste bemarkingsvoorstelle is taamlik gestruktureer en volg 'n standaardformaat.

Noem VIER onderdele van 'n bemarkingsvoorstel volgens 'n organisasie se vereistes. (4 × 1) (4)

5.2 'n Kliënt het jou genader om marknavorsing te doen vir die bekendstelling van 'n nuwe produk. Hy versoek dat jy, nadat jy die navorsing gedoen het, op 'n voorligtingsvergadering 'n bemarkingsvoorstel voorlê. Jy moet jou voorstel vyf werksdae voor die voorligtingsvergadering inlewer. In jou voorlegging moet jy die navorsingsproses, die navorsingsmetodes, die tydrooster om die navorsing af te handel, die begroting en die navorsingsuitslae beskryf, die bevindings met grafieke illustreer, en voorstelle vir die bemarking van die produk doen.

Stel 'n kontrolelys op sodat jy seker is dat jou voorlegging aan die kliënt se vereistes voldoen, en dat jy dit betyds ingee. (10)

5.3 'n Goeie bemarkingsvoorstel kan baie besigheid vir 'n organisasie inbring.

Hoe sal jy seker maak dat jou bemarkingsvoorstel goed is en dat dit vir die maatskappy baie sal beteken? (3 × 2) (6)

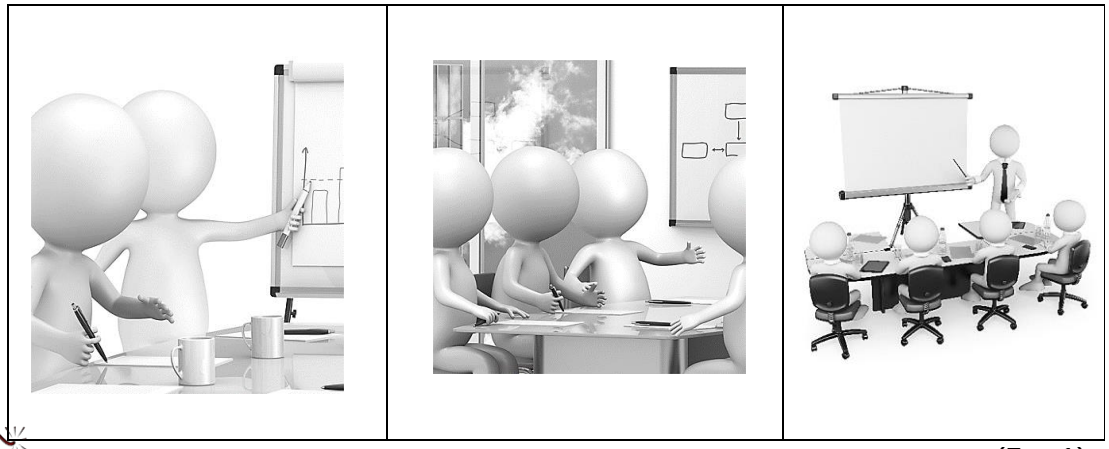
5.4 Noem en verduidelik DRIE onderdele van 'n bemarkingsvoorstel. (3 × 2) (6)

5.5 Noem VIER gebruike van 'n tydrooster of skedule. (4 × 1) (4)
[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 6

6.1 Bestudeer die prente hier onder. Noem die toerusting en die voorlegging- of visuele hulpmiddels wat hierdie aanbieders moes reël om hulle voorleggings maklik en interessant vir hulle toehoorders te maak.



(5 × 1) (5)

6.2 Nadat 'n mens jou bemarkingsvoorstel opgestel het, is dit raadsaam om altyd jou taalgebruik en styl na te gaan, en seker te maak dat jou uitleg aan die vereistes voldoen.

Stel 'n kontrolelys op sodat jy seker is dat die taalgebruik, styl en uitleg van jou bemarkingsvoorstel aan professionele standaarde voldoen. Jou kontrolelys moet minstens AGT items bevat. (8 + 2) (10)

6.3 Wanneer mens jou bemarkingsvoorstel voorlê, is dit van die allergrootste belang dat jy jou luisteraars se goedgesindheid met die gepaste nieverbale of lyftaal en gebare wen.

Noem en verduidelik VYF handelinge of dinge waarmee 'n mens jou luisteraars se goedgesindheid wen. (5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

6.4 Jy is die bemarkingsbestuurder van Elektra Supplies. Jy het die e-pos hier onder gekry.



Stel 'n e-pos op waarin jy op Sarah se navraag antwoord. Skryf slegs die e-posboodskap neer.

Send	From	Sarah.mdluli@gmail.com
	To	marketing@elektrasupplies.co.za
	Cc	
	Subject	NAVRAAG: AFLEWERING VAN BESTELLING



Beste Meneer

Ek het twee weke gelede Amplify Best Bluetooth-oorfone op jou webwerf bestel en dadelik elektronies daarvoor betaal. My betaling is bevestig en ek is ingelig dat ek die pakkie binne vyf werksdae sou ontvang. Dit is nou tien werksdae en ek het nog steeds nie my oorfone gekry nie. Ek het gebel, maar niemand beantwoord die telefoon nie.

Julle diens is vrot en ek is bitter ontevrede. Kan jy asseblief verduidelik wat die probleem is?

Groete
Sarah

(5)
[30]

VRAAG 7

7.1 Elke dag word verskillende vorms van geskrewe bemarkingskommunikasie in 'n organisasie gebruik.

Noem die doel van elk van die volgende vorms van geskrewe kommunikasie:

7.1.1 Sakebrief

7.1.2 Verslag

7.1.3 Memo

(3 × 2) (6)

7.2 Die wegblysyfer het die afgelope vier weke by jou maatskappy vinnig gestyg. As gevolg van die wegblyery het die maatskappy se produksie en omset skerp gedaal. Jy is die bemarkingsbestuurder. Skryf 'n memorandum aan die advertensiebestuurder, die verkoopsbestuurder en die produksiebestuurder asook die assistentbemarkingsbestuurder waarin jy hulle inlig van 'n vergadering wat die volgende dag gehou sal word. Hierdie kommerwekkende saak sal op die vergadering bespreek word. (8)

7.3 Jy kom agter dat twee nuwe werknemers nie weet hoe om 'n e-pos op Microsoft Outlook te stuur nie. Hulle weet nie mooi waarvoor die 'To'-, 'Reply'-, 'Cc'- en Bc'-blokkies of raampies bedoel is nie.

Verduidelik aan hulle hoe mens 'n e-pos in Microsoft Outlook stuur deur iets in hierdie blokkies te tik. (4 × 1) (4)

7.3 'n Kollega moet 'n pamflet vir die produk hier onder ontwerp. Sy het gevra dat jy haar daarmee help.

	**Klank Kubiek WS001P Draagbare Luidspreker (Wit)** Bluetooth ontvangsafstand 10 m Kan met jou selfoon konnekteer Hulpkabel Ingeboude kragtoevoer Laaityd van 2 uur 4 luidsprekers Puik basklank Duidelik aangetoonde knoppe Prys slegs R999

Gebruik hierdie inligting om haar te wys hoe om die AIDA-beginsels toe te pas en 'n pamflet vir hierdie draagbare luidspreker te ontwerp. (4 × 3) (12)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou