higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE N6

(5140296)

9 Junie 2021 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 4 bladsye.

268Q1J2109

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
BEMARKINGSKOMMUNIKASIE N4
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

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. Trek 'n streep dwarsoor die bladsy na elke voltooide vraag.
5. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1 Verduidelik VYF doelwitte van openbare betrekkige. (10)

1.2 Identifiseer VYF soort advertensiemaatskappye en beskryf elkeen kortliks. (10)

1.3 Noen VYF faktore wat 'n mediakeuse beïnvloed. (5)

1.4 Identifiseer VYF mondelingse media wat in 'n skakelwerkprogram gebruik kan word. (5)

1.5 Noem VYF faktore wat oorweeg moet word wanneer 'n handelsnaam gekies word. (10)

1.6 Verduidelik die rol van bemarkingskommunikasie tydens die groeifase van 'n produklewensiklus. (5 × 2) (10)

[50]

VRAAG 2

2.1 Vergelyk die sterk en swak punte van opelugreklame ('outdoor advertising') as 'n advertensiemedium. (5 + 5) (10)

2.2 Verduidelik hoekom publisiteit 'n belangrike komponent van die bemarkingsresep is. (5 × 2) (10)

2.3 Bespreek die belangrikheid van uitleg in die opstelling van 'n advertensie. (15)

2.4 Noem VYF beheerliggame van advertensies in Suid-Afrika. (5)

2.5 Identifisieer en verduidelik die kriteria vir primêre aanvraagadvertensies ('primary demand advertising'). (5 × 2) (10)

[50]

VRAAG 3

3.1 Verkoopspromosies behels spesiale aktiwiteite tussen die vervaardiger en die handelaar om verkope te stimuleer, of dit behels spesiale aktiwiteite tussen die vervaardiger en die verbruiker om aanvraag te stimuleer.

Onderskei tussen kompetisies en premies ('premiums') as verkoopspromosietegnieke. (5 + 5) (10)

3.2 Advertensiedoelwitte moet aansluit by en afgelei wees van die algehele bemarkingstaak van advertensies.

Verduidelik VYF vereistes vir spesifieke advertensiedoelwitte. (10)

Kopiereg voorbehou

3.3 Beskryf VYF basiese take van 'n verkoopsverteenwoordiger. (10)

3.4 Die doeltreffendheid van advertensies hang af van die vermoë daarvan om met die teikenmark te kommunikeer.

Noem VYF kriteria wat gebruik kan word om die doeltreffendheid van advertensies te meet. (10)

3.5 Verduidelik *nasionale advertensies*. (5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 4

4.1 Verduidelik VYF metodes wat vir voortoetsing gebruik kan word om duur foute uit te skakel voordat 'n advertensieveldtog geloods word. (10)

4.2 Verduidelik VYF redes hoekom advertensiemaatskappye gebruik word en die bydrae wat hulle tot die kliënt se bemarkingsfunksie maak. (10)

4.3 4.3.1 Definieer *mediaplan*. (2)

4.3 4.3.2 Beskryf VIER hoofelemente wat in 'n mediaplan ingesluit moet wees. (8)

4.4 Bespreek die kriteria wat 'n adverteerder moet oorweeg wanneer 'n advertensiemaatskappy gekies word. (10)

4.5 Die bepaling van die bedrag geld in die advertensiebegroting kan volgens die ontledingsmetode ('breakdown') of saamvoegingsmetode ('build-up') gedoen word.

Verduidelik die verkoopspersentasiemetode ('percentage-of-sales method') om die advertensiebegroting te bepaal. (5 × 2) (10)
[50]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou