higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE N6

(5140296)

29 November 2019 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 5 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
BEMARKINGSKOMMUNIKASIE N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

LET WEL: As jy meer as die vereiste aantal vrae beantwoord, sal slegs die vereiste aantal nagesien word. Trek ALLE werk dood wat jy NIE wil laat nasien NIE.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.
2. Beantwoord enige DRIE vrae in AFDELING B.
3. Lees AL die vrae aandagtig deur.
4. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is.
5. Trek 'n streep na elke vraag.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

1.1 Noem VYF doelwitte van openbare betrekkinge. (5)

1.2 Verduidelik kortliks VYF tipe advertensie-agentskappe. (5 × 2) (10)

1.3 Verduidelik VYF mediafaktore wat die keuse van media sal beïnvloed. (5 × 2) (10)

1.4 Noem VYF tipes mondelinge media wat 'n reklamebeampte kan gebruik. (5)

1.5 Verduidelik VYF faktore wat oorweeg moet word by die keuse van 'n handelsmerk. (5 × 2) (10)

1.6 Noem VYF komponente wat by 'n advertensieplan ingesluit moet word. (5 × 2) (10)
[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

Beantwoord enige DRIE vrae in hierdie afdeling.

VRAAG 2

2.1 Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae.



2.1.1 Identifiseer die handelsmerk van die produk. (2)

2.1.2 Verduidelik die gebruik van verpakking vir die produk wat geadverteer word. (3 × 2) (6)

2.1.3 Beveel die regte tipe advertensie vir die produk aan. (2)

2.1.4 Gee DRIE redes vir die aanbeveling in VRAAG 2.1.3. (3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

2.1.5 Watter advertensiemedia is vir die produk gebruik? (2)

2.1.6 Verduidelik die invloed van kopienavorsing op die ontwerp van die advertensie. (3 × 2) (6)

2.2 Bespreek VYF kriteria om die doeltreffendheid van advertensies te meet. (5 × 2) (10)

2.3 Gee VYF redes waarom organisasies advertensie-agentskappe gebruik. (5 × 2) (10)

2.4 Noem SES maniere om die impak van advertensies te meet. (6)
[50]

VRAAG 3

3.1 Verduidelik elkeen van die volgende afsetbevorderingstegnieke.

3.1.1 Kompetisies en loterye (5)

3.1.2 Kombinasie-aanbiedinge (5)

3.2 Bespreek kortliks die belang van uitleg as een van die hoofelemente in die skepping van advertensies. (5 × 2) (10)

3.3 Ontleed die VYF kriteria vir primêre-aanvraag-advertensie. (5 × 2) (10)

3.4 Verduidelik kortliks *nasionale advertensie/reklame.* (5 × 2) (10)

3.5 Bespreek die stappe in die lansering van 'n advertensieveldtog. (5 × 2) (10)
[50]

VRAAG 4

4.1 Verduidelik die stappe in die ontwikkeling van 'n mediaplan. (15)

4.2 Bespreek VYF kriteria wat leiding aan 'n adverteerder gee wanneer 'n advertensie-agentskap gekies moet word. (5 × 2) (10)

4.3 Gee VYF redes vir advertensies/reklame. (5)

4.4 Verduidelik kortliks die werksaamheid van elkeen van die VIER beheerliggame wat verseker dat bemarkingskommunikasie tot voordeel van 'n gemeenskap toegepas word. (4 × 3) (12)

4.5 Verduidelik hoe bemarkers die verskillende beskikbare kenmerke tot hul voordeel kan gebruik wanneer hulle advertensieprogramme beplan. (4 × 2) (8)
[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 5

5.1 Verduidelik hoe om die eerste stap (opspoor van die verbruiker) van die verkoopproses uit te voer. (7 × 2) (14)

5.2 Formuleer DRIE doelwitte wat bereik moet word deur middel van 'n reklameprogram. (3 × 2) (6)

5.3 Evalueer die sterk en swak punte van die medium wat in VRAAG 2.1.5 geïdentifiseer is. (6 + 4) (10)

5.4 Skep 'n advertensie vir 'n tydskrif. (15)

5.5 Noem VYF faktore wat 'n kreatiewe strategie kan beïnvloed. (5)
[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou