higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSBESTUUR N6

15 JUNIE 2018

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1 Volfiliaal✓ is direkte eienaarskap van buitelandsgebaseerde samestelling of bestuur. Die buitelandse maatskappy kan 'n deel of volle belang in die plaaslike maatskappy koop of sy eie fasiliteite bou.✓✓ (3)

Gesamentlike onderneming✓ buitelandse beleggers mag saam met plaaslike beleggers deelneem aan 'n gesamentlike onderneming waar hulle eienaarskap en beheer deel.✓✓ (3)

1.2
- Tiriyaki-burger in Japan
- Rysdisse in Indonesië
- Noedels in Manila
- McLox-salm in Noorweë (8)

1.3
- Om op hoogte van verandering te wees.
- Om te bepaal watter faktore in die omgewing geleenthede bied vir die doeltreffende bereiking van die onderneming se doelwitte.
- Om te bepaal watter faktore in die omgewing 'n bedreiging inhou vir die onderneming se huidige doelwit.
- Ondernemings wat die omgewing sistematiese ondersoek, is meer suksesvol as dié wat dit nie doen nie. (3 × 2) (6)

1.4
- Verleng die produk se lewensiklus.
- Verminder risiko.
- Toegang tot buitelandse finansiering.
- Ekonomie van skaal
- Laer eenheidskoste
- Vermindering van fluktuasie van seisoenale verkope
- Groter wins
- Hoër produkgehalte en verbeterde doeltreffendheid
- Raak ontslae van oorskotvoorraad
- Minder binnelandse mededingers
- Winsgewende regeringsaansporings
- Die maatskappy se kliënt gaan dalk oorsee en verg internasionale diens.
- Die maatskappy se mark word dalk deur globale maatskappye bedreig wat beter produkte of laer pryse aanbied. (Enige 5 × 2) (10)

1.5 1.5.1
- Markontwikkeling of groei deur uitbreiding in die mark.
- Nuwe mark; huidige produk.
- Geografiese en selfs internasionale uitbreiding is 'n groeimoontlikheid wat baie groot eise kan stel wat betref hulpbronne en uitgawes. (Enige 2 × 2) (4)

1.5.2
- Groei in bestaande mark✓✓ koop een, kry een verniet, spesiale promosie en grootmaatverpakking✓✓
- Groei deur produkontwikkeling✓✓ mooi en herbruikbare verpakking kan gebruik word✓✓
- Integrasie✓✓ maatskappy kan hul verskaffer of mededingers uitkoop.✓✓
- Diversifikasie✓✓ maatskappy kan diversifiseer in verwante en onverwant terreine.✓✓ (Enige toepaslike en toepasbare voorbeelde) (16)

[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Aankoopfunksie: die produk moet aan gehaltestandaarde voldoen soos bepaal deur die nuwe produkontwikkelingsfunksie in die bemarkingsdepartement.

2.1.2 Produksiefunksie: hierdie produkte moet die ontwerpvereiste nakom soos uiteengesit deur die nuwe produkontwikkelingfunksie in die bemarkingsdepartement.

2.1.3 Finansiële funksie: alle bemarkingsaktiwiteite het behoorlike finansiering nodig om doeltreffend te funksioneer.

2.1.4 Inligtingsfunksie: die bemarkingsfunksie het konstant inligting nodig oor die jongste verbruikerstendense, veranderende behoeftes/ eienskappe, ekonomiese en internasionale sake en die inpak daarvan op bemarkingspogings.

2.1.5 Openbarebetrekkingefunksie: indien verbruikers 'n negatiewe persepsie ontwikkel van die advertensies wat die bemarkingsdepartement van stapel stuur, is dit die departement van openbare betrekkinge se plig om die persepsie die regte perspektief te gee.

2.1.6 Menslikehulpbronfunksie: indien die bemarkingsbestuur nie die bestuurstaak behoorlik uitvoer nie, sal menslikehulpbronbestuur nie weet hoeveel mense om in diens te neem nie.

(6 × 2) (12)

2.2 Voordele van kliëntestruktuur

- Die klem is op die kliënt eerder as op die produkdiens
- Die kliënt se behoefte is baie belangrik
- Kennis van kliënt se behoeftes neem toe
- Markspesialisasie in verkoopsorganisasie neem toe.

Nadele van kliëntestruktuur

- Dit veroorsaak oorvleueling van territoriale dekking en is dus duur.
- Produkspesialisasie neem in sekere bedrywe af. (8)

2.3
- Marksegment
- Markgroeikoers
- Winsmarge
- Mededinger
- Ekonomiese toestande
- Tegnologiese veranderinge
- Sosiokulturele veranderinge
- Optrede deur owerheid (Enige 5 × 2) (10)

2.4
- Beskrywing✓ produkeienskappe word spesifiseer wat betref gehalte, grootte, graad, kleur en gewig.✓✓
- Inspeksie✓ daar word dikwels inspeksie gedoen op duur produkte soos voertuie, geboue en ander bates voordat hulle gekoop word.✓✓
- Steekproefneming✓ is 'n voorbeeld van 'n klein deel van 'n homogene groep of produk.✓✓
- Onderhandeling✓ die verkoper en die aankoper onderhandel oor die basisprys waarvandaan hulle werk en voeg dan koste by vir bykomende eienskappe sodat hulle die finale prys kan bepaal.✓✓ (4 × 3) (12)

2.5
- Inkomstegeoriënteerde prysing
- Bedryfsgeoriënteerde prysing
- Klandisiegeoriënteerde prysing
- Koste plus prysing
- Differensiële prysing deur middel van afslag (Enige 4 × 2) (8)

[50]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Ontasbaarheid

- Visualisering.✓ Toon prent van student tydens gradeplegtigheid as deel van die advertensie.✓✓
- Assosiasie. Assosieer die kollege met tasbare item, graadband as deel van kollegelogo.
- Fisiese voorstelling. Reik T-hemde met kollegenaam uit.
- Dokumentasie. Noem feite en syfers in die advertensie. Toon kollege se vorige jaar se uitslae as bewys van goeie diensgehalte in advertensie.

3.1.2 Onskeibaarheid

- Die kollegedosent kan leer om met meer studente te werk.✓✓
- Kollegepersoneel kan leer om vinniger te werk.✓
- Die kollege kan meer diensverskaffers oplei.

3.1.3 Bederfbaarheid.

- Differensiële prysing✓ goedkoop registrasiebedrae indien studente aanlyn inskryf.✓✓
- Besprekingstelsel. Studente kan ses maande voor die aanvang van die akademiese jaar registreer.
- Komplementêre dienste kan tydens spitsperiodes voorsien word om alternatiewe te bied aan kliënte wat wag.

3.1.4 Fluktuerende aanvraag

- Deeltydse werknemers✓ kan gehuur word om te help met toesig en registrasie.✓✓
- Toename in verbruikersdeelname. Studente kan aanlyn registreer.
- Gedeelde dienste. Kollege kan een bus koop wat al die kampusse kan deel.
- Fasiliteit vir verdere uitbreiding. Kollege kan grond aankoop vir latere uitbreiding.
- Doeltreffende roetine vir spitstye kan ingestel word. Werknemers voer essensiële take uit tydens spitsperiodes.

3.1.5 Heterogeniteit

Opleiding van personeel✓ kan help om variasies in prestasie te verminder.✓✓ Gebruik van tegnologie kan gestandaardiseerde diensgehalte bied.

3.1.6 Eienaarskap

'n Ander privaat kollege kan gebruik word as medevervaardiger✓ van die diens.✓✓

(Enige ander toepaslike antwoord kan gebruik word)

(6 × 3) (18)

3.2 3.2.1 Nuwe taak
Die maatskappy koop die produk vir die eerste keer en het ook vir die eerste keer met die probleem te doen.
Baie mense is betrokke en dit is tydrowend.
Evalueer 'n wye reeks moontlike oplossings vir probleme of verskaffers.

3.2.2 Gewone herkoop
Herhaal aankope van produkte of dienste, baie waarvan onmiddellik inskop as bestaande voorraad 'n bepaalde vlak bereik, soos in die geval van kantoorvoorraad.✓✓ Die aankoper het min betrokkenheid in die aankope en evalueer nie mededingende handelsmerke nie. Dieselfde handelsmerk word gewoon soos die vorige keer op die nippertjie aangekoop.✓✓

3.2.3 Aangepaste herkoop
Aankope waartydens 'n produk of diens wat voorheen gekoop is, herevalueer word.✓✓ Sommige veranderinge aan die produk kan dalk nodig wees.✓✓ Daar kan minder evaluering wees as toe die koper geen ervaring of vaardighede gehad het in die aankoop van die produk of diens nie, soos by 'n nuwe taak, maar baie meer as in 'n direkte herkoop.

(3 × 4) (12)

3.3 Verbruikersoriëntasie
Die oorlewing van die maatskappy hang af van die verbruiker en dus word verbruikersoriëntasie beskou as die eerste en kernkonsep van die bemarkingskonsep.✓✓ 'n Maatskappy wat verbruikersgeoriënteerd is sal probeer om 'n produk of diens te voorsien wat op die mees doeltreffende manier in die verbruiker se behoeftes voorsien. Die bank behoort die behoeftes van verskillende verbruikersgroepe te bepaal en hul produkte diensooreenkomstig struktureer, bv. Spesiale rentekoerse vir studente.✓✓

Winsoriëntering
Vir 'n winsgerigte maatskappy beteken dit om te streef na die hoogste bereikbare wins binne 'n sekere tydperk.✓✓
Winsmarges word aangepas by die diens wat aangebied word.✓✓

Stelseloriëntasie
Verskillende departemente moet saamwerk om 'n gemene organisatoriese doelwit te bereik.✓✓
Bank moet seker maak dat die OTM-masjiene te alle tye werk.✓✓

Sosiale organisasie
Die organisasie moet daaraan werk om die belang van die individu te bevorder asook die van die lede van die samelewing.✓✓
Bank kan gemeenskapsprogramme soos sportopleidingskampe borg.✓✓ (16)

3.4
- Demografie✓
- Ekonomiese toestande✓
- Kompetisies✓
- Sosiale en kulturele kragte✓
- Politieke en regskragte
- Tegnologie (Enige 4 × 1) (4)

[50]

VRAAG 4

4.1 Komponente van diensgehalte

- Betroubaarheid. Die vermoë om die diens betroubaar, akkuraat en konsekwent uit te voer.✓✓ Voer die diens die eerste keer behoorlik uit.
- Responsiwiteit. Die vermoë om vinnige diens te lewer.✓✓
- Versekering. Die kennis en hoflikheid van werknemers en hulle vermoë om vertroue in te boesem. Geskoolde werknemers wat kliënte met respek behandel skep sekerheid.✓✓
- Empatie. Besorgde, geïndividualiseerde aandag aan kliënte in firmas wie se werknemers kliënte herken, hulle by die naam noem en wat hulle kliënte se spesifieke vereistes leer ken en empatie voorsien.✓✓
- Tasbares. Die fisiese bewys van die diens. Die voorkoms van die personeel en die toerusting wat in goeie werkende toestand is, is 'n voorbeeld van tasbares.✓✓ (5 × 2) (10)

4.2 Stap 1: Bepaal produkaanvraag of bepaal die basiese behoefte wat die produk dien
Stap 2: Bepaal hoe die behoefte tans bevredig word
Stap 3: Bepaling of skatting van markpotensiaal
Stap 4: Eliminasie
Stap 5: Plaas die oorblywende lande in rangorde
Stap 6: Geografiese klusters
Stap 7: Elimineer lande met beperkinge
Stap 8: Kies lande met maklike toegangstrategie (8 × 2) (16)

4.3 4.3.1

- Sakebemarking wanneer die onderneming hulle diens en produk aan ander besighede bemark en nie aan die finale verbruiker nie.
- Nywerheidsmark sluit in kopers van rumateriaal en verwerkte produkte wat gebruik word om ander produkte te vervaardig.
- Institusionele markondernemings met liefdadigheids-, opvoedkundige, gemeenskaps- nie-sake doelwitte vorm die institusionele mark.
- Herverkoper van intermediêre mark bestaan uit groothandelaars en kleinhandelaars wat klaarprodukte koop en dit teen 'n wins herverkoop.
- Regeringsmark sluit in plaaslike, provinsiale en nasionale regering wat elke jaar miljoene rande spandeer op 'n verskeidenheid goedere en dienste om interne bedrywe te ondersteun en om produkte aan burgers te voorsien.
- Handelsversperrings is maatreëls wat regerings of openbare owerhede instel om ingevoerde goedere of dienste minder kompeterend as plaaslik vervaardigde goedere en dienste te maak. (5 × 2) (10)

Kopiereg voorbehou

4.4 Handelsversperrings
- Tariewe
- Kwotas
- Uitvoerbeperkingsooreenkomste
- Nasionale wetgewing
- Ooreenkoms waarin die multinasionale maatskappy ooreenstem om meerderheideienaarskap na plaaslike beleggers oor te dra.
- Ooreenkoms waarvolgens die internasionale maatskappy ooreenstem om 'n sekere persentasie plaaslike arbeid en bestuur te gebruik.
- Subsidies vir plaaslike onderneming. (Enige 2 + 4 × 2) (10)

4.5 Differensiasiemetodes
- Differensiasie deur prys
- Differensiasie deur bemarkingskommunikasie
- Differensiasie deur diens of produkgehalte
- Differensiasie deur produk of dienskenmerke
- Differensiasie deur handelsmerk
- Differensiasie deur verspreiding
- Differensiasie deur verbruikersoriëntasie (Enige 4 × 1) (4)

[50]

VRAAG 5

5.1 Drie integrasiestrategieë
- Horisontale integrasie✓✓ maatskappy neem mededingers oor, bevestig hulle posisie.✓✓
- Vertikale voorwaartse integrasie✓✓ die vervaardiger koop of skep hulle eie kleinhandelafsetgebied.✓
- Vertikale terugwaartse integrasie✓✓ die kleinhandelaar koop of skep hulle eie vervaardiger.✓✓ (3 × 4) (12)

5.2 5.2.1 Beskrywing: die produkeienskappe word gespesifiseer en beskryf in terme van gehalte, grootte, kleur of gewig, bv. 10 ton broodmeel en 200 kg wit suiker.

5.2.2 Inspeksie: duur produkte soos motors, geboue, toerusting en ander bates word ondersoek voordat hulle gekoop word.
Bv. Afleweringsvragmotors word ondersoek voordat hulle gekoop word.

5.2.3 Steekproef. 'n Steekproef is 'n voorbeeld of klein gedeelte van 'n homogene groep of produkte.✓✓
e.g. Monster van koring kan aangevra word voordat hulle dit aankoop.✓✓

Kopiereg voorbehou

5.2.4 Onderhandeling: die koper onderhandel met die verkoper oor prys, gehalte, aflewering en ander aspekte.✓✓
e.g. Die bakkery kan onderhandel oor afleweringstye en betalingsvoorwaardes.✓✓

(4 × 4) (16)

5.3
- Onderhoudstrategie✓✓ handhaaf beleggingsvlakke soos in die volwasse fase. Met hierdie strategie word fondse wat voldoende is om vervaardigingsfasiliteite, produkgehalte en verbruikerslojaliteit te behou, oordeelkundig spandeer.✓✓
- Oesstrategie✓✓ maksimeer kontantvloei oor die kort termyn deur belegging en koste te verminder. Alle verdere investering in die produk word gestaak.✓✓
- Verkoop✓✓ verlaat die bedryf deur belange te verkoop wanneer die onderneming verlies begin toon. (3 × 4) (12)

5.4
- In watter besigheid is ons?
- Wie is die verbruikers?
- Wat is die behoeftes?
- Wat is die onderneming se vermoë?
- Watter omgewingsfaktore moet in ag geneem word?
- Wat is die etiese ingesteldhede van die onderneming?
- Wat wil die onderneming wees?
- Wat moet die onderneming wees? (Enige 5 × 2) (10)

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou