higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSBESTUUR N6

27 NOVEMBER 2019

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

1.1
- Toyota
- Volkswagen
- Ford
- Nissan
- BMW
- Mercedes Benz
- Chinese vervaardiger BAIC (Enige 4 × 2) (8)

1.2
- Likwideer of verkoop die onderneming
- Afwaartse neiging in verkope vir verskeie jaar (2 × 2) (4)

1.3 Horisontale integrasie – die maatskappy neem mededinger oor en versterk sy posisie. (2 × 2) (4)

1.4
- Vertikaal terugwaartse integrasie: die kleinhandelaar koop en skep sy eie vervaardiger, of vervaardiger integreer terugwaarts deur sy eie verskaffer van grondstowwe te koop.
- Vertikale voorwaartse integrasie: die vervaardiger koop of skep sy eie kleinhandelverkoopspunte. (2 × 4) (8)

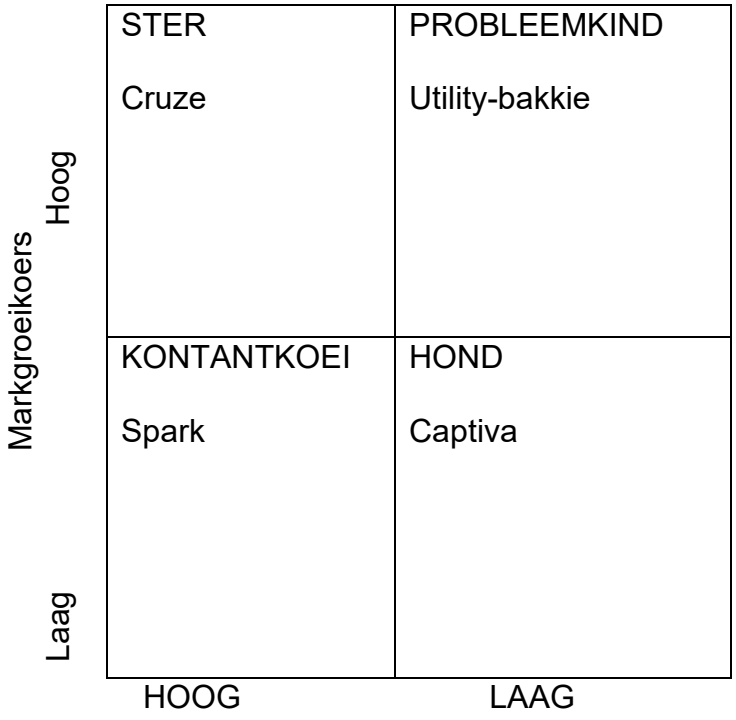
1.5
- Bepaal die basies behoeftes wat die produk en die eienskappe van die moontlike klant sal bedien./Bepaal produkaanvraag.
- Bepaal die wyse waarop daar op hierdie oomblik aan hierdie behoeftes voldoen word.
- Bepaal markpotensiaal/Beraming van markpotensiaal
- Uitskakeling (Keuring ('screening'))
- Gradering
- Geografiese groep
- Skakel land met hindernis uit.
- Kies die geskikste lande vir verdere ontleding./Kies land met kans op maklike toegang. (8 × 2) (16)

1.6
1.6.1 Aanleg-, grond- en vervaardigingsmasjinerie
1.6.2 Vurkkraan ('fork lift')
1.6.3 Bande ('tyres')
1.6.4 Skryfbehoeftes, skoonmaakmateriaal en onderhoudsdele
1.6.5 Veiligheidsdiens
(Enige relevante voorbeelde 5 × 2) (10)
[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Relatiewe markaandeel



(18)

2.1.2
- Boustrategie: Die organisasie besluit om korttermynwinste af te skryf en om sy finansiële bronne aan te wend om hierdie doel te bereik.
- Houstrategie: Hou vol met die huidige strategie om die markposisie van 'n produk te behou.
- Insamelingstrategie beoog om korttermyngroei in kontantvloei te verkry ongeag die langtermyneffek.
- Onttrek, likwideer of verkoop die onderneming. (3 × 4) (12)

2.2 Advertering
- Gebruik televisie om die resultate van die diens te toon
- Gebruik tevrede klante om hul storie op die radio te vertel

Afsetbevordering ('sales promotion').
- Gratis monster/besoek/konsultasie.

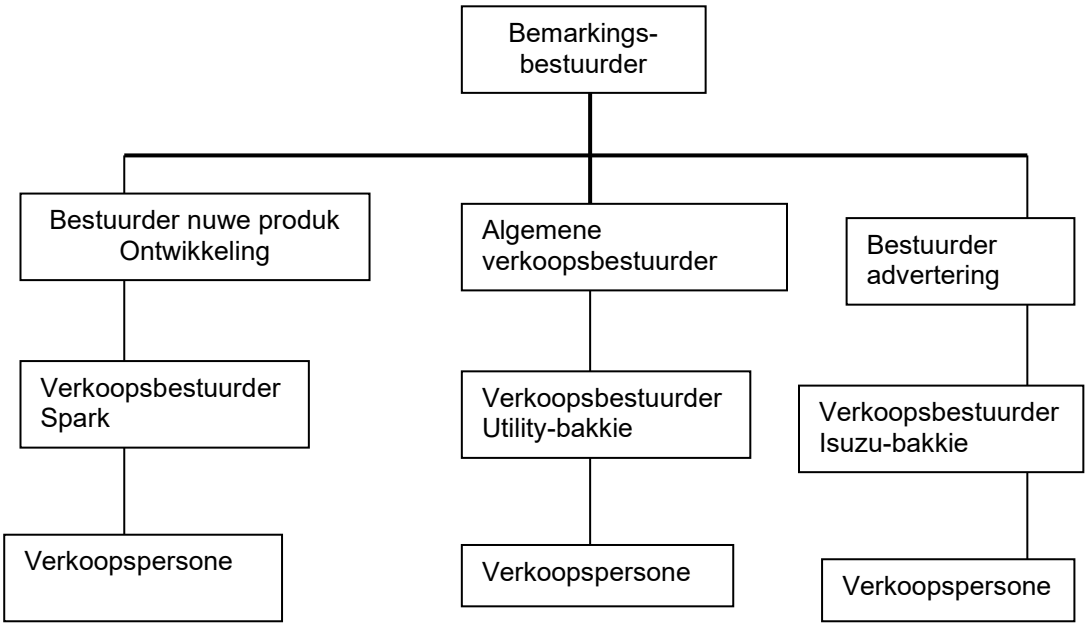
Prysverminderingsaansporing
- Koepons/KoeponS
- Geskenk
- Kompetisie (4 × 3) (12)

2.3
- Verlengde produklewensiklus
- Risikoverlaging
- Toegang tot buitelandse geld
- Skaalbesparings ('economies of scale')
- Laer eenheidskoste
- Vermindering in fluktuasie van seisoensverkope.
- Hoër wins
- Hoër produkgehalte en verbeterde doeltreffendheid (Enige4 × 2) (8)

[50]

VRAAG 3

3.1



(16)

3.2
- Om marknavorsing te doen
- Om klante se verbruiksbehoeftes te identifiseer
- Om behoeftebevredigende produkte te ontwikkel wat op die verbruiker gerig is
- Om 'n aanvaarbare prys vir die produk uit te werk
- Om strategieë vir die verspreiding van die produk te ontwikkel vanaf die aanspoorder tot die verbruiker
- Om strategie te ontwikkel vir die bevordering van die produk
- Om bemarkingspersoneel te werf, op te lei, vergoed en te motiveer
- Om organisatoriese struktuur te verskaf
- Om bemarkingsaktiwiteite binne die departement te koördineer
- Om beheer uit te oefen oor aktiwiteite van die bemarkingsdepartement

(Enige 5 × 2) (10)

3.3
- Nuwe taak: Koop vir die eerste keer aanleg in Suid-Afrika
- Regstreekse herkoop: Koop elke maand bande
- Gewysigde herkoop: herwaardering van bande wat hulle gewoonlik voorheen gekoop het (3 × 4) (12)

3.4 3.4.1
- Visualisasie
- Assosiasie
- Dokumentasie
- Fisiese verteenwoordiging (Enige 3 × 2) (6)

3.4.2
- Gedifferensieerde prysbepaling
- Nietoppuntaanvraag kan gekweek word
- Komplementêre diens
- Besprekingsdiens (Enige 3 × 2) (6)

[50]

VRAAG 4

4.1
4.1.1 Waar
4.1.2 Onwaar
4.1.3 Waar
4.1.4 Onwaar
4.1.5 Waar
4.1.6 Onwaar
4.1.7 Onwaar
4.1.8 Onwaar
4.1.9 Waar
4.1.10 Waar

(10 × 2) (20)

4.2 Inisieerder
- Mense wat raaksien dat 'n maatskappy 'n probleem het
- Is nie altyd iemand binne die maatskappy nie.
- Stel eerste voor dat iets gekoop word.

Gebruikers
- Lede wat die produk eintlik gebruik.
- Begin die koopproses.
- Help om spesifikasie te definieer.

Beïnvloeder
- Ontwikkel produkspesifikasie.
- Evalueer alternatiewe produk.
- Is dikwels tegniese mense.

Besluitnemers
- Kies die produk.
- Vir roetineaankope; kopers is gewoonlik besluitnemers.
- Vir komplekse en duurder items is besluitnemers mense in die topbestuur.

Kopiereg voorbehou

Kopers
- Kies verskaffers.
- Reël die bepaling van die ooreenkoms.

Hekwagter
- Beheer vloei van inligting.
- Die rol kan deur sekretaresse of koopagent gespeel word. (6 × 3) (18)

4.3 Groei in bestaande mark/Markbinnedringing
- Huidige produk/Huidige mark
- Beoog om bestaande gebruiker aan te spoor om meer van die bestaande produk te gebruik
- Metodes wat gebruik kan word om aanvraag te stimuleer, is advertensie, afslag, reusegrootteverpakking, en koop-een-kry-een-gratis.

Groei deur produkontwikkeling/Produkontwikkeling
- Nuwe produk/Huidige mark
- Maak klein verandering en verbetering op bestaande mark
- Die produktereeks kan vergroot word om verbruikers 'n groot mate van bevrediging te verskaf

Groei deur markontwikkeling/Markontwikkeling
- Huidige produk/Nuwe mark
- Nuwe gebruik vir ou produk
- Geografiese uitbreiding van die mark

Diversifikasie
- Nuwe produk/Nuwe mark
- Uitbreiding in verwante markte met verwante produkte of uitbreiding na onverwante veld. (3 × 4) (12)

[50]

VRAAG 5

5.1 Vaste prestasiestandaard
- Tydens die beplanningsproses word sekere prestasiestandaarde gestel waaraan prestasies gemeet kan word.

Waarneming van werklike bemarkingsprestasie/Meet prestasie
- Die meting van bemarkingsprestasie is 'n deurlopende proses. Beheer kom gewoonlik voor voordat die eintlike aktiwiteit plaasvind, terwyl die aktiwiteit voortduur, en nadat die aktiwiteit afgehandel is.

Kopiereg voorbehou

Studieafwyking
- Bemarkers moet vasstel waarom die standaard:
- geëwenaar is en nie oorskry nie.
- so ver oorskry is.
- nie bereik is nie.

Regstellende aksie
- Wanneer die ware prestasie onder die gestelde standaard is, kan stappe gedoen word om die prestasie te verbeter. Waar die afwyking toegeskryf kan word aan onbeheerbare omgewingsfaktore, moet standaarde verlaag word indien hulle aanvanklik baie hoog was.

(4 × 4) (16)

5.2
- Ekonomiese omgewing
- Fisiese omgewing
- Tegnologiese omgewing
- Kulturele/Sosiale omgewing
- Kompeterende omgewing
- Wettige en politieke omgewing (Enige 5 × 2) (10)

5.3 Verbruikersoriëntasie
- 'n Verbruikersgeoriënteerde maatskappy sal probeer om 'n produk of diens te verskaf wat op die doeltreffendste wyse moontlik aan die behoeftes van die verbruiker sal voldoen.

Toepassing
- Die kollege moet bekostigbare geld vra en moet ook programme bied wat by die student se behoefte pas.

Winsoriëntasie
- Vir winsgeoriënteerde maatskappy beteken dit om binne 'n bepaalde tydraamwerk die hoogste bereikbare wins te bereik.

Toepassing
- Die winsmarge moet die oorlewing van die kollege verseker. Die primêre doelwit is om goeiegehalteonderrig aan die studente te gee.

Stelseloriëntasie
- Alle departemente moet as 'n eenheid saamwerk om die doelwit van 'n organisasie te bereik.

Toepassing
- Al die belanghebbers in die kollege (SRC, DHET, College Council en College Management) moet saamwerk om goeiegehalteonderrig te lewer.

Gemeenskapsoriëntasie
- Die maatskappy bestaan nie net vir die bevrediging van verbruikersbehoeftes en die bereiking van maatskappydoelwitte nie, maar ook om die belange van die individu en die gemeenskap te behou en bevorder.

Kopiereg voorbehou

Toepassing
- Die kollege kan betrokke raak in gemeenskapsprojekte. byvoorbeeld om entrepreneurskapsvaardigheid gratis aan werklose jongmense rondom die kollege te bied. (Enige 8 × 2) (16)

5.4
- Tariewe
- Kwotas
- Uitvoerbeperkingsooreenkomste
- Koop nasionale wette
- Ooreenkomste waarin die multinasionale maatskappy instem om die meerderheidseienaarskap aan 'n plaaslike belegger oor te dra
- Ooreenkomste waarin die multinasionale maatskappy instem om 'n sekere persentasie plaaslike arbeid en bestuur in diens te neem
- Subsidies vir plaaslike ondernemings, byvoorbeeld laerentelenings en belastingtoegewings om plaaslike ondernemings meer mededingend te maak (Enige 4 × 2) (8)

[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou