higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1100**(A)**(J4)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSNAVORSING N6

(4030086)

4 Junie 2019 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
BEMARKINGSNAVORSING N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

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

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Hierdie vraestel bestaan uit TWEE afdelings:

   AFDELING A: 50 punte
   AFDELING B: 150 punte
   GROOTTOTAAL: 200 punte

2. Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.

3. Beantwoord enige DRIE van die vier vrae in AFDELING B.

4. Lees AL die vrae aandagtig deur.

5. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.

6. Trek ’n streep onder elke vraag.

7. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.

VRAAG 1

1.1 Kies ’n beskrywing uit KOLOM B wat by ’n term in KOLOM A pas. Skryf slegs die letter (A–L) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Sneeubalsteekproefneming	A	kan as ’n tweefase-, beperkte oordeelsteekproefneming beskou word
1.1.2	Oordeelsteekproefneming	B	’n tweestap-proses waarin die populasie in strata verdeel word
1.1.3	Steekproeffoute	C	om nommers uit ’n hoed te trek
1.1.4	Presisie	D	respondente word gekies op grond van verwysings
1.1.5	Sistematiese steekproefneming	E	die navorser glo dat die elemente die betrokke populasie verteenwoordig
1.1.6	Steekproefraamwerk	F	steekproef wat gekies word deur ’n lukraak beginpunt te kies en dan elke element agtereenvolgens te kies
1.1.7	Eenvoudige ewekansige steekproefneming	G	meet die verspreiding van die data
1.1.8	Kwotasteekproefneming	H	word nie aanbeveel vir kousale of beskrywende navorsing nie
1.1.9	Gerieflikheidsteekproefneming	I	voorstelling van die elemente van die teikenpopulasie
1.1.10	Gestratifiseerde steekproefneming	J	’n stelling waarin geen verskil of effek verwag word nie
		K	moet so ver as moontlik beperk word
		L	die vlak van onsekerheid oor die eienskappe wat gemeet word

(10 × 1) (10)

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.2.1 In gekontroleerde waarnemings word respondente se gedrag op 'n kunsmatige manier waargeneem.

1.2.2 'n Nominale skaal is 'n ordinale skaal.

1.2.3 Die 'Smart Shopper'-databasis by Pick 'n Pay is 'n voorbeeld van 'n steekproefraamwerk.

1.2.4 Verbruikerspanele is 'n gewilde manier om data by kleinhandelaars en groothandelaars te in te samel.

1.2.5 Eksperimente in marknavorsing is moeilik om uit te voer.

1.2.6 Organisasies sonder winsoogmerk kan ook van marknavorsing gebruik maak.

1.2.7 'n Klagbrief is 'n eksterne bron van sekondêre data.

1.2.8 Tabellering is die kodering van respondente se response.

1.2.9 'n Diepte-onderhoud is 'n gestruktureerde manier om inligting te bekom.

1.2.10 'n Bemarkingsnavorsingsmaatskappy sal doelgemaakte dienste lewer deur slegs inligting vir sekere besighede in te samel.

(10 × 1) (10)

1.3 Die stappe in die bemarkingsnavorsingsproses word toegepas om bemarkingsprobleme doeltreffend te identifiseer en op te los, en om die bestuur met besluitneming te help.

1.3.1 Skryf die stappe van die bemarkingsnavorsingsproses in die korrekte volgorde neer. (8)

1.3.2 Noem VYF omgewingsfaktore wat in ag geneem moet word wanneer die marknavorsingsprobleem gedefinieer word. (5)

1.3.3 Verduidelik die term *hipotese.* (3)

1.3.4 Onderskei tussen TWEE soorte data wat gewoonlik gekies word om die navorsingsprobleem op te los. (5)

1.3.5 Noem VIER aktiwiteite wat tydens datavoorbereiding en -ontleding sal plaasvind. (4)

1.3.6 Verduidelik kortliks hoekom die navorsingsverslag en die aanbieding daarvan sulke belangrike aspekte van die bemarkingsnavorsingsprojek is. (5)

[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

Beantwoord enige DRIE van die vier vrae in AFDELING B.

VRAAG 2

2.1 Die fokusgroep is een van die kwalitatiewe navorsingsmetodes wat die navorser kan gebruik om primêre data in te samel.

2.1.1 Definieer *fokusgroep.* (4)

2.1.2 Noem die hoofdoel van hierdie metode. (3)

2.1.3 Onderskei tussen die fokusgroep en die diepte-onderhoud. (3)

2.2 Beskryf die verskillende marknavorsingsaktiwiteite wat tydens die inleidingsfase van die produklewensiklus plaasvind. (10)

2.3 Verduidelik hoe die navorser onbevredigende response kan redigeer wanneer hy/sy tydens die datavoorbereidingsproses die vraelyste nagaan. (9)

2.4 ’n Vraelys moet die benodigde inligting oorsit in ’n stel spesifieke vrae.

Noem VYF faktore wat belangrik is ten opsigte van die uitleg en kopiëring van ’n vraelys. (5 × 2) (10)

2.5 ’n Navorser kan vorige verkoopsontledings navors.

Beskryf kortliks die volgende metodes van verkoopsontleding:

2.5.1 Markfaktorafleiding

2.5.2 Klantontleding

(2 × 3) (6)

2.6 Probleemoplossende navorsing word uitgevoer om ’n oplossing te bereik.

Noem VYF areas van probleemoplossende navorsing. (5)

[50]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3

3.1 Eksterne firmas kan deur organisasies aangestel word om marknavorsing te doen.

Noem DRIE verskillende dienste wat deur voldiensverskaffers gelewer kan word. (3 × 2) (6)

3.2 Die bevindinge van die resultate in 'n opname hang af van hoe goed dit gemeet is.

Noem en verduidelik kortliks SES doelwitte van 'n goeie metingskaal. (6 × 2) (12)

3.3 Onderskei tussen die volgende waarnemingsmetodes en gee relevante voorbeelde:

3.3.1 Gestruktureerd en ongestruktureerd

3.3.2 Natuurlik en gekontroleerd

(2 × 4) (8)

3.4 'n Vraelys is 'n geformaliseerde stel vrae waarmee inligting by respondente verkry word.

3.4.1 Noem die AGT stappe om 'n goeie vraelys te ontwerp, in die korrekte volgorde. (8)

3.4.2 Bespreek stap 3 wat jy in VRAAG 3.4.1 genoem het. (8)

3.5 Die metodologie van die navorsingsverslag gee 'n aanduiding van die geldigheid en betroubaarheid van die navorsingsbevindinge.

Noem AGT items wat by die metodologie ingesluit moet word. (8)

[50]

VRAAG 4

4.1 Die beplande nasionale bemarkingsprogram word in die gekose toetsmarkte gedupliseer, en verkope word gemonitor sodat 'n geskikte nasionale bemarkingstrategie geïdentifiseer kan word.

4.1.1 Noem die stappe in toetsbemarking in die korrekte volgorde. (8)

4.1.2 Noem VYF faktore wat die keuse van verteenwoordigende toetsareas beïnvloed. (5)

4.1.3 Noem TWEE aspekte wat die tydraamwerk van die toets sal beïnvloed. (2)

4.2 Skryf 'n opsomming van die onderwerpe wat tydens die opleiding van veldwerkers gedek sal word. (5 × 3) (15)

4.3 Bemarkingsbestuurders maak strategiese en taktiese besluite in die proses om klante se behoeftes te identifiseer en daarin te voorsien.

Bespreek die rol van bemarkingsnavorsing in die besluitnemingsproses. (6 × 2) (12)

4.4 Bespreek die belang van objektiwiteit wanneer die bemarkings-navorsingsverslag geskryf word. (4 × 2) (8)
[50]

VRAAG 5

5.1 Onderskei, met relevante voorbeelde, tussen die volgende vereistes vir die keuse van ontledingsmetode:

5.1.1 Metries en niemetries

5.1.2 Parametries en nieparametries (2 × 6) (12)

5.2 Beskryf die verskillende marknavorsingsaktiwiteite wat tydens die groeifase van die produklewensiklus plaasvind. (5 × 2) (10)

5.3 Responsfoute duik op wanneer respondente onakkurate antwoorde gee, of wanneer hulle antwoorde verkeerd aangeteken word of nie korrek ontleed word nie.

Bespreek DRIE foute wat deur navorsers gemaak word en dui in jou bespreking aan hoe die foute geminimaliseer kan word. (3 × 3) (9)

5.4 Verduidelik die volgende kwantitatiewe metodes van vooruitberaming:

5.4.1 Leierreeksmetode

5.4.2 Inset-uitset-ontleding (2 × 2) (4)

5.5 Noem en beskryf kortliks die verskillende navorsingsontwerpe in bemarkingsnavorsing. (9)

5.6 Noem SES voordele van bemarkingsnavorsing. (6)
[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou