higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1090**(A)**(N21)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

BEMARKINGSNAVORSING N6

(4030086)

21 November 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 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. AFDELING A is VERPLIGTEND.
2. Beantwoord slegs DRIE vrae in AFDELING B.
3. Lees AL die vrae aandagtig deur.
4. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
5. Trek 'n lyn ná die voltooiing van elke vraag.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A (VERPLIGTEND)

VRAAG 1

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

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Nulhipotese	A	'n eenheid wat die element bevat wat op 'n stadium van die steekproefproses beskikbaar is om geselekteer te word
1.1.2	Redigering		
1.1.3	Reeks	B	die aantal elemente wat by die navorsingstudie ingesluit gaan word
1.1.4	Niemetriese data		
1.1.5	Betroubaarheid	C	hersiening van die vraelys om akkuraatheid en presisie te verhoog
1.1.6	Steekproefeenheid		
1.1.7	Mediaan	D	kodes word toegewys voordat veldwerk uitgevoer word
1.1.8	Steekproefgrootte		
1.1.9	Prekodering	E	enkele tabellering
1.1.10	Frekwensieverspreiding	F	die middelwaarde van 'n steekproef
		G	meet die verspreiding van die data
		H	beskrywend van aard, bv. 'stem saam' of 'stem nie saam nie'
		I	die mate waartoe 'n skaal konsekwente resultate lewer
		J	'n stelling waarin geen verskil of uitwerking verwag word nie
		K	alternatiewe hipotese
		L	veranderlike

(10 × 2) (20)

1.2 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.2.1 Die bestuurder van 'n koffiewinkel wat meer oor die kliënte en hul voorkeure wil weet, kan 'n ... navorsingsontwerp gebruik.

A verkennende
B beskrywende
C kousale
D AL bogenoemde

1.2.2 … is NIE 'n metode om toekomstige verkope te voorspel NIE.

A Kliëntontleding
B Markfaktorafleiding
C Kopersopnames
D Marksegmentasie

1.2.3 Sekondêre data word vir akkuraatheid geëvalueer volgens die …

A metodologie wat gebruik is.
B akkuraatheid van data.
C inhoud van data.
D AL bogenoemde

1.2.4 … is NIE 'n eksterne bron van sekondêre data NIE.

A Voorraadblaaie
B Publikasies
C Gidse
D Die internet

1.2.5 … is NIE 'n doel van verbruikerspanele NIE.

A Formele ondersoek en verifikasie van produkbeweging deur fisiese rekords te ondersoek of inventarisse te ontleed
B Om verkope van 'n verskeidenheid produkte op te teken
C Om gedragsveranderinge van verbruikers aan bemarkings-veranderlikes te koppel
D Om data in te samel wat navorsers in staat stel om gedrags-veranderinge van individue te ondersoek

Kopiereg voorbehou

1.2.6 … is 'n tegniek wat gebruik word om kliëntepotensiaal te bepaal en om kliënte te pols oor of hulle 'n produk sal koop.

A Toetsbemarking
B Kopersopnames
C Vooruitskatting
D Waarneming

1.2.7 'n Populasie word gedefinieer as …

A die voorwerp waaroor of vanwaar die inligting verlang word.
B die betrokkenheid van 'n volledige opsomming van die elemente van 'n populasie.
C die totaal van al die elemente wat 'n paar algemene eienskappe deel en waaruit die universum van die bemarkingsnavorsingsprobleem bestaan.
D 'n subgroep wat op 'n stadium van die steekproefproses vir seleksie beskikbaar is.

1.2.8 … sal NIE deur produknavorsing bepaal word NIE.

A Die basis vir marksegmentasie
B Optimale produkontwerp
C Handelsmerkseleksie
D Gesindhede van kanaallede

1.2.9 … is NIE 'n riglyn vir die verhoging van respondentsamewerking in die beantwoording van vrae in 'n vraelys NIE.

A Om sensitiewe vrae aan die einde van die vraelys te plaas
B Om vrae te vra met behulp van die derdepersoonstegniek
C Om vrae met 'n stelling vooraf te gaan
D Om spesifieke vrae te stel, byvoorbeeld: Hoe oud is jy?

1.2.10 'n Voordeel van 'n oudit is dat dit …

A die grootte van die totale mark kan bepaal.
B handelsmerkaandele en mededingende aktiwiteite kan bepaal.
C verspreidingsprobleme kan ontleed.
D AL bogenoemde

(10 × 2) (20)

Kopiereg voorbehou

1.3 Voltooi die volgende sinne deur die woorde in die lys hier onder te gebruik. Skryf slegs die woord langs die vraagnommer (1.3.1–1.3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

verkennende; beskrywende; prosedures; gevolg; inligting; vraelys; hipoteses; kousale; oorsaak; raamwerk; benadering; op te los; ontleding

Navorsingsontwerp is 'n (1.3.1) … vir die uitvoering van die navorsingsprojek. Dit detailleer die nodige prosedures vir die verkryging van die (1.3.2) … wat nodig is om die bemarkingsnavorsingsprobleem te struktureer of (1.3.3) … Daar is verskillende navorsingsontwerpe in bemarkingsnavorsing. As die navorsers die eienskappe van toepaslike groepe moet beskryf, of spesifieke voorspellings moet maak, sal (1.3.4) … navorsing van toepassing wees. As die navorser bewyse van (1.3.5) … verhoudings moet vind, is dit belangrik om te verstaan watter veranderlikes is die (1.3.6) … en watter veranderlikes is die (1.3.7) … van 'n verskynsel. As die navorser nie genoeg begrip het om met 'n navorsingsprojek voort te gaan nie, sal (1.3.8) … navorsing waardevol wees om insig te verskaf. Hierdie soort navorsingsontwerp is ook toepaslik vir die ontwikkeling van (1.3.9) … en om 'n (1.3.10) … teenoor die bemarkingsnavorsingsprobleem te ontwikkel.

(10 × 1) (10)
[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

Beantwoord enige DRIE vrae in hierdie afdeling.

VRAAG 2

2.1 Die vertroulikheidsinterval is die reeks waarin die ware populasieparameter sal val met 'n veronderstelde vertroulikheidsvlak.

Dui die rol van die vertroulikheidsinterval in dataverwerking aan. (10)

2.2 Die bemarkingskonsep bestaan uit vier beginsels: verbruiker, doelwit, stelsel en sosiaal.

Bespreek die rol wat bemarkingsnavorsing in die bemarkingskonsep speel. (10)

2.3 Beskryf die volgende stappe in die bemarkingsnavorsingsproses:

2.3.1 Definieer die bemarkingsnavorsingsprobleem

2.3.2 Datavoorbereiding en -ontleding

2.3.3 Verslag

(3 × 6) (18)

2.4 'n Navorser kan vorige verkoopsontledings ondersoek.

Gee 'n kort beskrywing van DRIE metodes vir verkoopsontleding. (6)

2.5 Primêre data is van toepassing op twee soorte navorsing: kwantitatiewe en kwalitatiewe navorsing.

Teken die onderstaande tabel in jou ANTWOORDBOEK oor en gebruik dit om tussen kwantitatiewe en kwalitatiewe navorsing te onderskei.

	KWALITATIEF	**KWANTITATIEF**
Resultaat		
Data-insameling		
Data-ontleding		

(3 × 2) (6)
[50]

VRAAG 3

3.1 Steekproefneming is een van die komponente van die navorsingsontwerp.

Dui VYF beginsels en toestande aan vir die selektering van 'n steekproef in bemarkingsnavorsing. (10)

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

Verduidelik SES doelwitte vir die opstel van 'n goeie meetskaal. (12)

3.3 Die opnamemetode vir die insameling van inligting berus op die ondervraging van respondente.

Noem DRIE metodes van persoonlike opnames. (3)

3.4 Die SR van jou kollege beplan 'n entrepreneurskapsdag. Jy is 'n SR-lid met Bemarking en Openbare Betrekkinge as portefeulje. Jy kry die opdrag om 'n vraelys op te stel om die volgende inligting vanuit die gemeenskap te bekom:

- Hoeveel mense daar per huishouding is
- In watter produkte of dienste gemeenskapslede sal belangstel
- 'n Geskikte tyd en datum vir die gebeurtenis
- Hoe die gemeenskap die idee van 'n entrepreneurskapsdag gradeer
- Of die gemeenskap 'n entrepreneurskapsdag sal ondersteun

Jy moet hierdie SR-vraelys op so 'n manier opstel dat dit VYF verskillende soorte vrae bevat. Die vraelys moet 'n inleiding, inhoud en slot hê. (25)
[50]

VRAAG 4

4.1 4.1.1 Noem die stappe van die bemarkingsnavorsingsproses in die korrekte volgorde. (8)

4.1.2 Gee 'n kort bespreking van Stap 2 en Stap 6. (12)

4.2 Verduidelik die verskillende bemarkingsnavorsingsaktiwiteite wat plaasvind tydens die afneemfase van die produk se lewensiklus. (10)

4.3 Gee 'n kort beskrywing van die volgende reaksiefoute en dui aan hoe elke fout beperk kan word:

4.3.1 Onwilligheidsfout

4.3.2 Ondervragingsfout

4.3.3 Data-ontledingsfout

(3 × 3) (9)

4.4 Bestuursbesluite word deur die bemarkingsnavorsingsverslag gerig en dit dien as 'n historiese rekord van die navorsingsprojek.

Noem SES opskrifte wat by die verslagformaat ingesluit moet word. (6)

4.5 Dit is belangrik dat die navorser die veldwerk konstruktief beplan.

Noem VYF riglyne vir die selektering van veldwerkers. (5)

[50]

VRAAG 5

5.1 In bemarkingsnavorsing is dit nie die voorwerp wat gemeet word nie maar sommige van die eienskappe daarvan. Daar is dus 'n behoefte vir basiese meetskale om hierdie eienskappe vas te stel.

Gee 'n kort beskrywing, met toepaslike voorbeelde, van elk van hierdie basiese meetskale. (12)

5.2 Die navorser moet bepaal watter soorte vrae in die vraelys gebruik gaan word.

Noem VIER soorte gestruktureerde vrae en gee 'n voorbeeld van elk, asook die moontlike reaksies op die vraag. (12)

5.3 Noem SES faktore wat belangrik is vir die evaluering van sekondêre data. (6)

5.4 5.4.1 Noem die stappe in die steekproefontwerpsproses in die korrekte volgorde.

5.4.2 Gee VYF faktore wat in ag geneem moet word as die navorser die grootte van die steekproef bepaal.

(2 × 5) (10)

5.5 Een van die metodes vir kwantitatiewe vooruitskatting is die tyd-reeks-metode.

Beskryf kortliks DRIE gedragspatrone van die tyd-reeks-metode. (6)

5.6 Noem VIER metodes van niewaarskynlikheidsteekproefneming. (4)

[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou