higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N840**(A)**(J7)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

INLEIDENDE BEMARKING N4

(4030044)

7 Junie 2018 (X-Vraestel)
09:00–11:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
INLEIDENDE BEMARKING N4
TYD: 2 UUR
PUNTE: 100

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae.
2. Lees AL die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Skryf netjies en leesbaar.

GS

AFDELING A

VRAAG 1

Kies ŉ item/ŉ woord/ŉ beskrywing uit KOLOM B om by ŉ item/ŉ woord/ŉ beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–O) langs die vraagnommer (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1	Verbruikers wat tot 'n groep behoort as gevolg van gemeenskaplike belang	A	inkomste
1.2	Kliënte wat produkte laaste aanvaar	B	laat meerderheid
1.3	'n Funksie van bemarking	C	laat aanvaarding
1.4	'n Ekonomiese determinant van verbruikersgedrag	D	vervaardigers merk
1.5	'n Korting toegestaan aan kopers wat produkte buite seisoen koop	E	roetine
1.6	'n Soort kleinhandel wat gekenmerk word deur 'n aantal kleinhandelaars wat in dieselfde sentrum geleë is	F	winkelsentrums
1.7	Skeptiese mense wat slegs 'n nuwe produk aanvaar as hulle omstandighede hulle dwing om dit te gebruik	G	impulsiewe besluite
1.8	Soort promosiemengsel om die beeld van die maatskappy te verbeter	H	advertensies
1.9	Aansporings aangebied deur maatskappye om kopers aan te moedig om betyds te betaal	I	handelaars merk
1.10	Massa kommunikasie betaal deur die maatskappy	J	outomatiese
1.11	'n Voordeel van hierdie handelsmerk is dat markaandeel beter beheer kan word	K	assosiatiewe
1.12	'n Verbruikersproduk waar die verbruiker luukshede by die til koop	L	publisiteit
1.13	Koop produkte sonder om doelbewus daaroor te dink.	M	kontant
1.14	Pot 'o Gold van OK supermark is 'n voorbeeld van hierdie soort handelsmerk	N	pakhuise
1.15	Wanneer 'n verbruiker graag aan 'n spesifieke groep wil behoort	O	seisoenale
			(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer

2.1 Psigografie gaan oor die lewenstyl van die kliënt.

2.2 Mark samevoeging en marksegmentering is dieselfde.

2.3 Tydens die produksie-oriëntasie het maatskappye meer gefokus op die behoeftes van die kliënt.

2.4 Een van die belangrikste funksies van die gradering van 'n produk is om die kliënt te beskerm.

2.5 Verbruikersprodukte is bestem vir direkte gebruik deur die finale huishouding.

2.6 Om die kliënt te prospekteer is om na die kliënt te soek.

2.7 'n Handelsnaam kan letters insluit.

2.8 Lone is 'n voorbeeld van totale veranderlike koste.

2.9 Intensiewe verspreiding word gebruik vir spesiale goedere.

2.10 Eksklusiewe verspreiding word hoofsaaklik in franchise-ooreenkomste gebruik.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A : 25

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

Bestudeer die onderstaande prent en beantwoord die vrae wat volg:



[Bron: *www.nivea.com*]

3.1 Watter tipe handelsnaam is Nivea? (1 × 1) (1)

3.2 Wanneer is dit verkieslik om bogenoemde handelsmerk te gebruik? (4 × 2) (8)

3.3 Nivea gebruik selektiewe verspreiding. Verduidelik hierdie tipe verspreiding. (4 × 2) (8)

3.4 Gebruik die promosiemengsel om te beskryf hoe Nivea die elemente kan gebruik om hul handelsmerk te bevorder. (4 × 2) (8)

[25]

VRAAG 4

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae wat volg.



[Bron: *www.slideplayer.com*]

4.1 Beskryf marksegmentering deur die volgende te verduidelik:

4.1.1	Voorwaardes van marksegmentering	(4 × 2)	(8)
4.1.2	Voordele van marksegmentering	(3 × 2)	(6)
4.1.3	Probleme van marksegmentasies	(3 × 2)	(6)
4.1.4	Grondslae van marksegmentering	(5 × 1)	(5)
			[25]

VRAAG 5

5.1	Beskryf ’n franchise deur die volgende te verduidelik:			
	5.1.1	Definisie van ’n franchise	(2 × 1)	(2)
	5.1.2	Voordele van ’n franchise	(6 × 1)	(6)
	5.1.3	Soort franchise-ooreenkomste	(4 × 1)	(4)
5.2	Noem die stadiums in die lewensiklus van ’n gesin.		(5 × 1)	(5)
5.3	Verduidelik hoe 'n besigheid navorsingsdoelwitte kan bepaal.		(4 × 2)	(8)
				[25]

TOTAAL AFDELING B: 75
GROOTTOTAAL: 100

Kopiereg voorbehou