higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N840**(A)**(N16)H

NASIONALE SERTIFIKAAT

INLEIDENDE BEMARKING N4

(4030044)

16 November 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.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Gee EEN woord/term vir elk van die volgende beskrywings deur 'n woord/term uit die lys hieronder te kies. Skryf slegs die woord/term langs die vraagnommer (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK neer.

kultuurgroepe; strategiese bemarkingsdenke; oorkoepelende bemarking; middelklas; individuele handelsmerkgewing; makelaars; selektiewe; analise; verbruikersgedrag; eksklusiewe; hoër klas/stand; naspeuring; formele produk; produkontwikkeling; afsydig

1.1 'n Ander naam vir *sambreelhandelsmerkgewing*

1.2 Bekend as 'n fisiese objek wat aan 'n spesifieke mark aangebied word

1.3 Verbind kopers en verkopers en help hulle met onderhandelings

1.4 Hierdie tipe verspreiding word hoofsaaklik in konsessieooreenkomste gebruik

1.5 Die sosiale klas/stand wat professionele mense en sakelui insluit vir wie die bereiking van status en prestige baie belangrik is

1.6 'n Proses wat verbruikers deurloop tydens die verkryging en gebruik van behoeftebevredigende produkte

1.7 Tipe verspreiding waar min kleinhandelpunte per geografiese gebied bestaan

1.8 Individue wat baie ryk en invloedryk is

1.9 SAB is 'n voorbeeld van hierdie handelsmerk.

1.10 Bestaan uit 'n stel waardes, norms en sinvolle simbole wat van een geslag na 'n ander oorgedra word

1.11 'n Persoonlikheidstipe waarvolgens mense verhoudings vermy

1.12 Bemarkingsnavorsing speel 'n deurslaggewende rol in hierdie bemarkings-funksie.

1.13 'n Bemarkingsfunksie wat toetsbemarking gebruik

1.14 'n Rol van bemarkingsnavorsing

1.15 Om 'n verhouding met jou kliënt te vestig

(15 × 1) **[15]**

Kopiereg voorbehou

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 Verbruikers is aan die voorsieningskant binne die bemarkingsomgewing.

2.2 Handel kan nie op enige plek plaasvind nie.

2.3 Marksegmentering is die proses waarvolgens die totale homogene mark in heterogene segmente verdeel word.

2.4 Vervoer van 'n produk word deur die aard van die produk bepaal.

2.5 Een van die eienskappe van die groeifase is 'n afname in mededinging.

2.6 Kaleidoskopiese verpakking word gebruik om vraag te skep.

2.7 Tussengangers verminder die aantal transaksies.

2.8 'n Diens is 'n tasbare objek.

2.9 Verpakking speel 'n deurslaggewende rol in die differensiëring van 'n produk.

2.10 Persepsie van die kliënt speel 'n groot rol in produkposisionering.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 25

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

Bestudeer die onderstaande illustrasie en beantwoord die vrae.



[Bron: *www.livepreview.com*]

3.1 Identifiseer die tipe mark in die illustrasie. (1)

3.2 Noem en verduidelik DRIE ander tipes markte. MOENIE die mark in VRAAG 3.1 noem nie. (3 × 2) (6)

3.3 Verbruikers moet koopbesluite neem ten einde produkte te koop.

Noem die stappe in die besluitnemingsproses.
LET WEL: Die stappe moet in die korrekte volgorde wees. (6 × 2) (12)

3.4 Noem die veranderlikes in die bemarkingsomgewing en dui aan onder watter veranderlike die vroue in die illustrasie val. (6)
[25]

VRAAG 4

Bestudeer die onderstaande illustrasie en beantwoord die vrae.



[Bron: *www. Kelloggs.com*]

4.1 4.1.1 Identifiseer en verduidelik die verpakkingstrategie wat in die bostaande illustrasie gebruik word. (3 × 2) (6)

4.1.2 Watter verspreidingstrategie sal jy vir die bostaande produk gebruik? Verduidelik jou antwoord. (2 × 2) (4)

4.2 Watter behoefte uit Maslow se hiërargie word met hierdie produk vervul? Verduidelik die behoefte. (3)

4.3 Kellogg's het besluit om kinders vir die bostaande produk te teiken.

Verduidelik die faktore wat 'n rol in die keuse van 'n teikenmark speel. (6 × 2) (12)
[25]

VRAAG 5

5.1 Noem en verduidelik die kategorieë van geriefsprodukte. (3 × 3) (9)

5.2 Beskryf die kommunikasiekanaalvloei. (8 × 2) (16)
[25]

TOTAAL AFDELING B: 75
GROOTTOTAAL: 100

Kopiereg voorbehou