higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

INLEIDENDE BEMARKING N4

(4030044)

30 September 2020 (X-vraestel)
09:00–11:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

137Q1B2030

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. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ’n blou of swart pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.1-1.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Bestuur is 'n faktor van produksie.

1.2 Lone is 'n voorbeeld van totale vaste koste.

1.3 'n Produkitem is 'n enkel nieduursame item.

1.4 Persoonlike kontak is 'n navorsingskontakmetode,

1.5 Die doel van verkooporiëntasie is om ontslae te raak van ongewenste handelsware.

1.6 Handel tussen partye kan enige plek plaasvind.

1.7 'n Ander naam vir massamark is marksamevoeging/markversameling.

1.8 Die vier Ps bestaan uit produk, prys, persepsie en plek.

1.9 Die reklamefase is 'n fase van die produklewensiklus.

1.10 'n Afsydige persoonlikheid kan beskryf word as iemand wat 'n sosiale vlinder is.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 2

Kies 'n term uit KOLOM B om by 'n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A-J) langs die vraagnommer (2.1-2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Produk met 'n beeld van eksklusiwiteit	A	berging
2.2	Item wat gereeld gekoop word	B	verkope
2.3	Faktor wat die stadiums van die produklewensiklus beïnvloed	C	impulsiewe produk
		D	stapelproduk
2.4	Speel 'n belangrike rol in die verspreidingskanaal	E	spesialiteitsproduk
2.5	Beskerm die produk	F	tegnologiese ontwikkelings
2.6	Aantal verskillende kleinhandelaars wat in dieselfde gebou geleë is	G	bemiddelaars
2.7	Produkte wat sonder beplanning gekoop word	H	makelaars
		I	inkopiesentrum
2.8	Tussengangers wat met onderhandelings kan help	J	vooraanstaande mense
2.9	Individue wat hulself as aantreklik beskou		
2.10	Twee partye wat met mekaar onderhandel		

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Gee EEN term vir elkeen van die volgende beskrywings deur dit langs die vraagnommer (3.1–3.5) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

3.1 Behartig die mark as 'n enkele eenheid

3.2 Skeptiese mense wat 'n nuwe produk slegs sal aanvaar as hul omstandig-hede hulle dwing om dit te gebruik

3.3 'n Aankoopbesluit wanneer 'n kliënt produkte koop sonder om doelbewus daaroor te dink

3.4 Die proses waardeur verbruikers gaan wanneer hulle produkte verkry asook besluitneming

3.5 Toon inligting oor die teikenmark wat 'n onderneming nodig het

(5 × 1) **[5]**

TOTAAL AFDELING A: 25

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 4

Lees die gevallestudie hier onder en beantwoord die vrae.

CRISTIANO RONALDO LOODS 'N REEKS ONDERKLERE UITSLUITLIK BY AAN EDGARS

Edgars, Suid-Afrika se toonaangewende kleinhandelaar, loods 'n eksklusiewe reeks mansonderklere ontwerp deur die sokkerlegende, en bes moontlik Real Madrid se beroemdste speler, Cristiano Ronaldo, in noue samewerking met die New York ontwerper, Richard Chai. Alles, van die maak van die verskillende style, die kleure en die materiaal is deur die sokkerspeler en ontwerper oorweeg. Alle ontwerpe word in hoë gehalte vervaardig deur die Deense JBS Textile Group – 'n maatskappy in familiebesit wat sedert 1939 bestaan en Skandinawië se toon-aangewende vervaardiger van onderklere en kouse is.

Die CR7 Onderklereversameling sal uitsluitlik by Edgars Winkels in Suid-Afrika beskikbaar wees. Die reeks sal by die volgende Edgars-takke beskikbaar wees: Sandton, Eastgate, Canal Walk en Gateway vanaf November 2013.

Die CR7 Versameling bied drie reekse aan. Die mode-onderklererereeks sluit drie style in wat bestaan uit onderbroeke vanaf R249 en boksbroekies in vier verskillende groottes in 'n wye reeks kleure en patrone – almal teen R299. Aan die ander kant is die basiese onderklererereeks beskikbaar in pakke van drie met drie style, waaronder onderbroeke en boksbroekies in vyf verskillende groottes en in basiese kleure vir die man wat van 'n eenvoudige, moderne voorkoms hou. Die pak bestaande uit drie onderbroeke is beskikbaar teen 'n bekostigbare prys van R499.

Chai, 'n boorling van New York, het al saam met invloedryke modehandelsmerke soos, Lanvin, Donna Karan en Marc Jacobs se mans- en damesversamelings in die loop van sy uiters suksesvolle beroep gewerk. Hy het ook sy eie Richard Chai Versameling ontwikkel. As gevolg van sy ervaring by sommige van die wêreld se invloedrykste modehuise, het Chai 'n skerp oog vir detail, ontsag vir argitektoniese ontwerpelemente en 'n sterk geloof in die belang en waarde van die konstruksie van klere ontwikkel. Hierdie ervaring het 'n hoogtepunt bereik in die CR7 Onderklereversameling – 'n reeks onderklere wat 'n perfekte passing en 'n moderne voorkoms verseker.

'Nie alleen is dit 'n groot eer vir Edgars om eksklusief met so 'n invloedryke handelsmerk geassosieer te word nie, maar ons is ook verheug om die CR7-reeks in ons winkels aan te bied,' berig Edcon se HUB, Jürgen Schreiber. 'Ons probeer voortdurend om 'n wyer reeks hoëgehalte- internasionale modehandelsmerke aan ons kliënte te bied en hierdie reeks vul ons aanbieding perfek aan.'

(Aangepas uit: *www.edcon.co.za*]

4.1	Identifiseer en verduidelik die tipe mark waaraan Edgars behoort.	(2 + 2)	(4)
4.2	Identifiseer en verduidelik watter tipe kleinhandelaar Edgars is.	(2 + 2)	(4)
4.3	Gee DRIE redes waarom selektiewe verspreiding belangrik is.	(3 × 2)	(6)

Kopiereg voorbehou

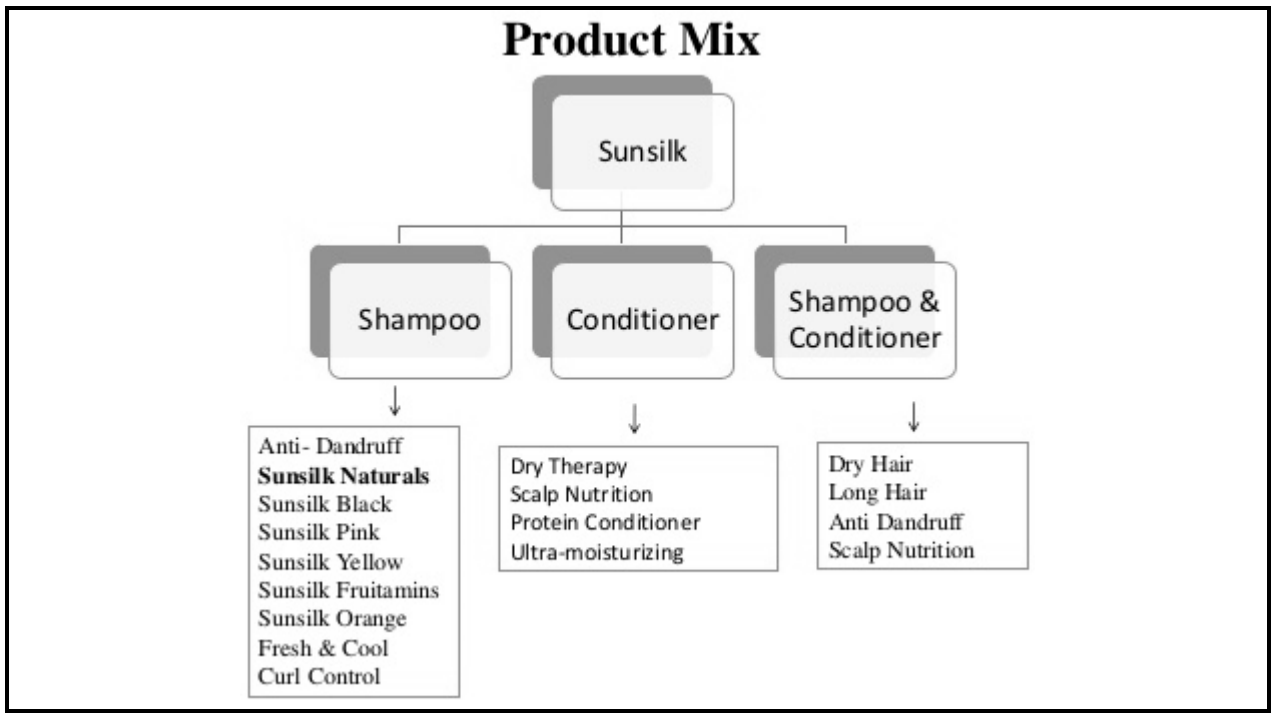
4.4 Identifiseer die verwysingsgroep waaraan Cristiano Ronaldo behoort. (2)

4.5 Aan watter behoefte in Maslow se hiërargie voldoen die nuwe CR7 Versameling? Motiveer die antwoord. (2 + 2) (4)

4.6 Noem VYF sosiaal verantwoordelike handelinge wat Edgars kan verrig. (5)
[25]

VRAAG 5

Bestudeer die diagram hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *www.marketing91.com*]

5.1 Identifiseer die volgende uit die diagram:

5.1.1 Handelsnaam (1)

5.1.2 TWEE produklyne (2)

5.1.3 Een produkitem (1)

5.2 Noem DRIE voordele van marksegementasie. (3 × 2) (6)

5.3 Noem TWEE beginsels wat Sunsilk gebruik het om die totale mark te segmenteer. (2)

5.4 Noem DRIE rolle van bemarkingsnavorsing. (3)

5.5 Verduidelik VYF faktore van produkontwikkeling. (5 × 2) (10)
[25]

VRAAG 6

6.1 Verduidelik elkeen van die volgende funksies van bemarking:

6.1.1 Vervoer

6.1.2 Risiko loop

6.1.3 Gradering en standaardisasie

6.1.4 Herklassifisering ('Re-assortment')

(4 × 2) (8)

6.2 Noem VIER hoofveranderlikes wat in die bemarkingsomgewing funksioneer. (4)

6.3 Noem VYF redes waarom hoeveelheidafslag belangrik is. (5)

6.4 Verduidelik die VIER bemarkingsbestuursfilosofieë. (4 × 2) (8)

[25]

TOTAAL AFDELING B: 75
GROOTTOTAAL: 100

Kopiereg voorbehou