



higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING NKR VLAK 2

(3041002)

**24 November 2023 (Y-vraestel)
13:00–15:30**

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

**DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA**

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKING

NKR VLAK 2

TYD: 2½ UUR

PUNTE: 150

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 swart of blou pen.
 6. Diagramme moet groot genoeg, duidelik en netjies wees. 'n Potlood mag gebruik word.
 7. Skryf netjies en leesbaar.
-

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 Persoonlikheidseienskappe verwys na patrone van gevoelens en gedrag.
- 1.2 Die finansiesdepartement wil produkte hê wat nie winsgewend is nie.
- 1.3 Alle kragte en rolspelers in die organisasie is deel van die interne bemarkingsomgewing.
- 1.4 Demografiese veranderings verwys na die verandering in bevolkingsgroei.
- 1.5 'n Maatskappy kan nie 'n bemarkingsplan gebruik om sy pogings te meet nie.
- 1.6 Ruilhandel is die ruil van goedere vir ander goedere of dienste.
- 1.7 Die doel van 'n promosie is om klante te oortuig om produkte of dienste te koop.
- 1.8 Die bemarkingsplan help om 'n onderneming se doelmark te identifiseer.
- 1.9 'n Verbruiker is iemand wat produkte en dienste bemark.
- 1.10 Die uitsluiting van basiese komponente uit 'n bemarkingsplan sal 'n positiewe uitwerking op die onderneming hê.

(10 × 1)

[10]

VRAAG 2

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

KOLOM A		KOLOM B	
2.1	Verandering wat op die terrein van bemaking plaasgevind het 	A	produksiedepartement
2.2	Maak die klante bewus van jou produkte en dienste	B	marknavorsing
2.3	Verantwoordelik vir die vervaardiging en ontwikkeling van goedere	C	menslike hulpbronne
2.4	Produk, prys, plek en promosie	D	hipotese
2.5	Versameling en ontleding van inligting oor 'n produk of dienste	E	verkryging
2.6	'n Stel reëls wat as riglyn vir bemakingstrategieë dien	F	mededingende ontleding
2.7	Faktore wat deur die onderneming beheer kan word	G	mededinging
2.8	Kenmerke van 'n doelgehoor	H	bemaking 
2.9	Die aksie om iets te verkry	I	beginsels van bemaking
2.10	Probeer om meer suksesvol as ander te wees 	J	word gebruik om verkoops pogings te optimeer
		K	demografie
		L	bemarkingsrewolusie

(10 × 1)

[10]**VRAAG 3**

Voltooi die volgende sinne deur 'n opsie uit die lys hier onder te kies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (3.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer

grondstowwe; mededingers; eksterieur; rekeningkunde; bemarkingsdepartement; bemakingstrategie; plasing; persoonlike verkope; begroting; insortering

- 3.1 Die ... is die buitenste deel van 'n produk.
- 3.2 'n Reeks stappe wat 'n sakedoelwit bereik, word 'n ... genoem.
- 3.3 ... is die versameling en kombinerings van navorsingsinligting.
- 3.4 'n ... is 'n lys uitgawes en koste. 
- 3.5 ... is kommunikasie van aangesig tot aangesig tussen 'n onderneming en verbruikers.

- 3.6 ... is 'n onbeheerbare faktor in die markomgewing. 
- 3.7 Die ... ontwerp 'n bemarkingsplan vir die organisasie.
- 3.8 ... is natuurlike produkte wat van die land, see of 'n woud afkomstig is.
- 3.9 ... beteken om die regte produkte teen die regte pryse beskikbaar te stel.
- 3.10 Die optekening en ontleding van finansiële data word ... genoem.

(10 × 1) [10]

TOTAAL AFDELING A: 30**AFDELING B****VRAAG 4**

Hou die volgende prente in gedagte wanneer jy die vrae hier onder beantwoord.

[Bron: <https://www.google.com>]

- 4.1 Noem of Eskom dienste in die 'mikro-omgewing' of die 'markomgewing' verskaf. (2)
- 4.2 ESKOM is die alleenverskaffer van energie in Suid-Afrika.
-  Gee VIER redes waarom verskaffers belangrik is in die dag-tot-dag-funksionering van 'n onderneming. (4 × 2) (8)
- 4.3 Ondanks die uitdagings van beurtkrag, moet klein sakeondernemings steeds 'n bemarkingsplan hê om hul doelwitte te bereik.
- Noem en beskryf SEWE komponente van 'n bemarkingsplan. (7 × 2) (14)
- 4.4 Ondanks die uitdagings van beurtkrag, moet klein sakeondernemings steeds 'n bemarkingsplan hê om hul doelwitte te bereik. 
- Beskryf DRIE faktore wat die invloed tussen die bemarkingsdepartement en ander departemente beïnvloed. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 5

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae.



Checkers het sy eerste 'donker winkel' geopen om aflewings op aanvraag te doen, terwyl kruideniersinkopies steeds 'merkbaar sterk groei' toon'.

[Bron: www.techcentral.co.za]

- 5.1 Wat is 'n verspreidingskanaal? (2)
- 5.2 Noem 10 demografiese veranderlikes wat Checkers kan gebruik om die Checkers sixty60-mark te segmenteer. (10)
- 5.3 Gee VIER redes waarom Checkers 'n bemarkingsplan moet gebruik om die doel van Checkers sixty60 aanlyn te bereik. (4)
- 5.4 Adviseer Checkers oor die aspekte wat 'n onderneming in die oriëntering van die breër huidige samelewing in gedagte hou. (5 × 2) (10)
- 5.5 Checkers maak van 'n tweeskakel-ketting gebruik om produkte te versprei.

Teken en benoem die tweeskakel-verspreidingsketting.

(4)

[30]

VRAAG 6

Lees die scenario hier onder en beantwoord die vrae.

CHECKERS FOODS

Klante se vraag na Checkers-supermarkte in hul nabye buurte het die kleiner formaat Checkers Foods geïnspireer, wat onlangs bekendgestel is. Hierdie nuwe formaat spog met 'n uitgebreide varsvoedsel-aanbieding met oplossingsgebaseerde geriefsreekse wat sorgvuldig saamgestel is om in spesifieke klantebehoefte te voorsien, insluitend middagete, braai, aandete en noodaankope.

[Bron: <https://www.shopriteholdings.co.za/group/brands/checkers.html>]

- 6.1 Checkers, net soos enige ander onderneming, moet 'n bemarkingsbeleid hê.
Definieer 'n *bemarkingsbeleid*. (4)
- 6.2 Stel DRIE vrae voor wat Checkers kan vra wanneer dit navorsing doen met die oog op die ontwikkeling van 'n nuwe produk om aan klante te bied. (3 × 2) (6)
- 6.3 Beskryf DRIE stadiums/stappe van bemarkingsnavorsing nadat die data ingesamel is. (3 × 2) (6)
- 6.4 Prys is een van die beginsels van die bemarkingsamestelling.
Noem DRIE faktore wat Checkers in aanmerking moet neem wanneer dit die pryse van goedere en dienste bepaal. (3 × 2) (6)
- 6.5 Noem VIER elemente in die mikro-omgewing wat Checkers kan beheer. (4 × 2) (8)
- [30]**

VRAAG 7

- 7.1 Teken 'n vloeidiagram wat die departemente wat met die bemarkingsdepartement in wisselwerking moet wees, aantoon. (6)
- 7.2 Noem VIER faktore wat met geografiese segmentering verband hou. (4)
- 7.3 Noem VIER nadele van advertering as deel van promosie in die bemarkingsomgewing. (4 × 2) (8)
- 7.4 Gee VIER redes waarom 'n onderneming 'n bemarkingsbeleid moet hê. (4 × 2) (8)
- 7.5 Noem VIER historiese tydperke in die ontwikkeling van bemarking. (4)
- [30]**

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150