

TAG

Edexcel TAG Uwch Gyfrannol
mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl) (8721)
(Dyfarniad Dwbl) (8722)

Edexcel TAG Uwch mewn
Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl) (9721)
(Dyfarniad Dwbl) (9722)

Gorffennaf 2005

dysgu uwch, newid bywyd

Deunydd Asesu Sampl

Mae Cymwysterau Llundain yn un o'r prif gyrff arholi a dyfarnu yn y Deyrnas Unedig a ledled y byd. Mae'n ymgorffori'r holl gymwysterau a ddyfarnwyd cyn hyn o dan frand Edexcel a BTEC. Rydym yn cynnig amrediad eang o gymwysterau gan gynnwys rhai cyffredinol (academaidd) a galwedigaethol a rhaglenni penodol i gyflogwyr.

Trwy rwydwaith o swyddfeydd yn y DU a gwledydd tramor, mae ein canolfannau'n derbyn y gefnogaeth sydd ei hangen arnyn nhw i'w helpu i gyflwyno eu rhaglenni addysg a hyfforddiant i ddysgwyr.

Am wybodaeth bellach ffoniwch ein Gwasanaethau i Gwsmeriaid ar 0870 240 9800, neu ewch i'n gwefan yn www.edexcel.org.uk

Gwneir cyfeiriadau at ddeunyddiau trydydd parti yn y fanyleb hon yn ddidwyll. Nid yw Cymwysterau Llundain yn cefnogi, yn cymeradwyo nac yn derbyn cyfrifoldeb am gynnwys y deunyddiau, a all fod yn agored i'w newid, nac unrhyw farn a fynegir ynddynt. (Gall y deunydd gynnwys gwerslyfrau, cylchgronau a chyhoeddiadau eraill a gwefannau.)

Cydnabyddiaethau

Mae Edexcel wedi cynhyrchu'r deunydd asesu sampl hwn ar sail ymgynghori gydag athrawon, arholwyr, ymgynghorwyr a phartion eraill â diddordeb. Mae Edexcel yn cydnabod ei ddyled i bawb a gyfrannodd eu amser a'u harbenigedd.

Awdurdodwyd gan Jim Dobson

Paratowyd gan Susan Hoxley

Mae'r holl ddeunydd yn y cyhoeddiad hwn yn hawlfraint

© Cymwysterau Llundain Cyfyngedig 2005

Cynnwys

Papurau cwestiynau

Uned 1: Archwilio Pobl yn y Gwaith	1
Uned 6: Archwilio Hyrwyddo	15
Uned 8: Datblygu Busnes	29
Uned 10: Penderfyniadau Marchnata	33
Arweiniad cyffredinol ar farcio	

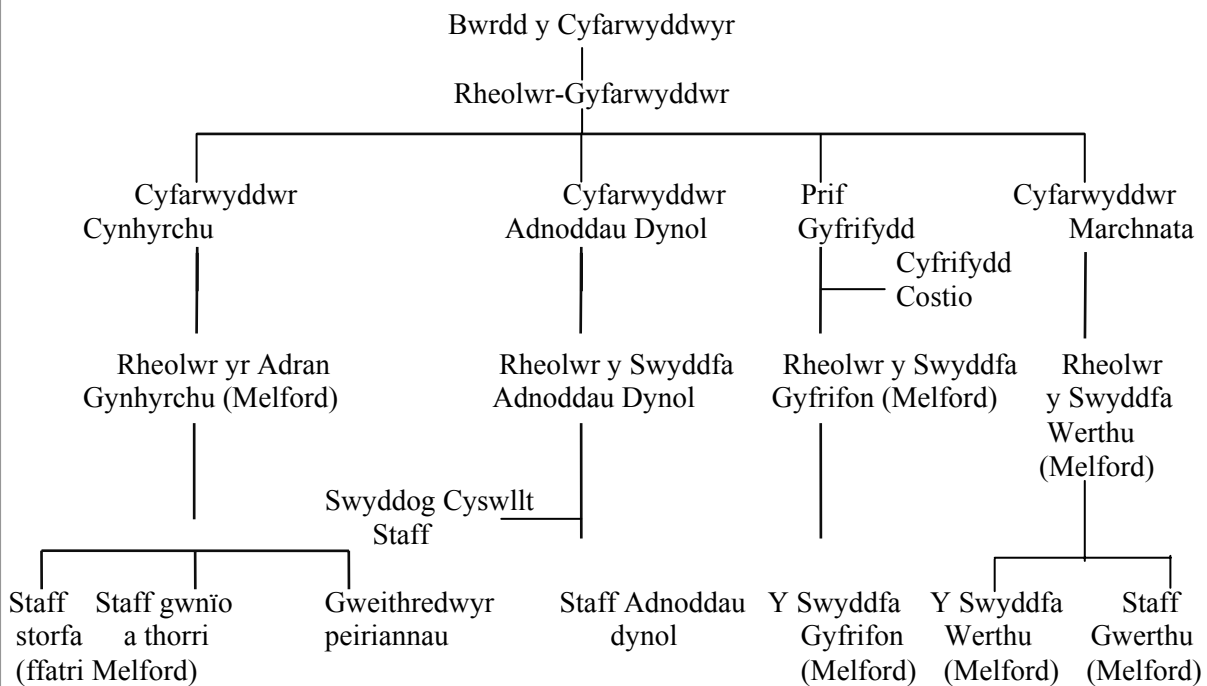
Cynlluniau Marcio

Cynllun Marcio ar gyfer Uned 1: Archwilio Pobl yn y Gwaith	51
Cynllun Marcio ar gyfer Uned 6: Archwilio Dyrchafu	59
Cynllun Marcio ar gyfer Uned 8: Datblygu Busnes	71
Cynllun Marcio ar gyfer Uned 10: Penderfyniadau Marchnata	75

I ateb y cwestiynau, bydd angen i chi gyfeirio at un o'r busnesau gwirioneddol yr ydych wedi'u hastudio, a defnyddio'r wybodaeth ym mhob cwestiwn sy'n ymwneud â busnesau a leolir yn nhref Melford.

1. Mae *Rarebear Ltd* yn gweithgynhyrchu tedi bêrs a 'theganau meddal' eraill yn ei dair ffatri, y mae un ohonynt yn Melford. Mae staff ffatri Melford yn falch o hanes diogelwch y ffatri a'i chynnyrch (a dargedir at fabanod a phlant bach). Mae *Rarebear Ltd* yn gwmni llwyddiannus, ac mae ei gyfarwyddwyr yn gobeithio ehangu drwy allforio eu teganau i weddill yr Undeb Ewropeaidd.

Dangosir siart drefniadaeth *Rarebear Ltd* isod. Lleolir yr holl swyddogaeth Adnoddau Dynol a'r holl staff uwchben lefel Rheolwr yn y Brif Swyddfa yn Llundain.



- a) Gan ddefnyddio siart drefniadaeth ar gyfer *Rarebear Ltd*, nodwch a oes gan *Rarebear Ltd* strwythur trefniadaeth wedi'i ganoli neu wedi'i ddatganoli. Esboniwch y gwahaniaeth rhwng strwythur trefniadaeth wedi'i **ganoli** a wedi'i **ddatganoli**.

(6)

- b) Rhowch **un** enghraifft o sefyllfa lle mae Cyfarwyddwr Cynhyrchu *Rarebear Ltd* yn debygol o weithio'n agos gyda'r Cyfarwyddwr Marchnata.

(3)

Dair blynedd yn ôl roedd ffatri Melford yn eiddo i, ac yn cael ei rhedeg gan, un o gystadleuwyr *Rarebear Ltd*. Prynodd cyfarwyddwyr *Rarebear Ltd* y cystadleuydd hwn a bellach nhw sy'n berchen ar y ffatri ac yn ei gweithredu.

- c) Nodwch ac esboniwch **ddau** nod busnes tebygol y mae cyfarwyddwyr *Rarebear Ltd* yn debygol o fod wedi'u trafod wrth wneud y penderfyniad i brynu'r cystadleuydd.

(4)

ch) Nodwch **dri** gwasanaeth y bydd swyddogaeth Adnoddau Dynol *Rarebear Ltd* yn eu darparu i ffatri Melford.

(3)

d) Rhowch **ddwy** enghraifft o sut mae gwaith swyddogaeth Adnoddau Dynol *Rarebear Ltd* yn cael ei ddylanwadu gan Ddeddf Gwahaniaethu ar Sail Rhyw 1975.

(4)

Yn y gofod isod, cofnodwch fanylion UN busnes yr ydych wedi'i astudio yn ystod eich cwrs. Bydd angen i chi gyfeirio at y busnes hwn wrth ateb cwestiynau 1 (dd) ac 1 (e).

Enw'r busnes: _____

Prif weithgareddau: _____

dd) Disgrifiwch strwythur trefniadaeth y busnes hwn.

(3)

e) Cymharwch strwythur trefniadaeth *Rarebear Ltd* â strwythur eich dewis fusnes. Nodwch ac esboniwch yr **elfennau tebyg** a'r **gwahaniaethau** rhwng strwythur trefniadaeth y ddau fusnes hyn.

(7)

Cyfanswm 30 marc

C1

--	--

2. *Coleg Melford* yw'r brif ganolfan addysg bellach yn yr ardal. Caiff y rhan fwyaf o fyfyrwyr *Coleg Melford* eu recriwtio o'r boblogaeth leol. Lleolir *Coleg Melford* ar dri safle, mae'n darparu cyrsiau i staff o fusnesau lleol, yn cynnig cyrsiau o ddiddordeb cyffredinol i'r gymuned, ac yn ddiweddar mae wedi sefydlu ei wefan ei hun. Mae staff y coleg yn cynnal 'nosweithiau agored' bob tymor y gwahoddir myfyrwyr presennol a darpar fyfyrwyr iddynt.
- a) Mae myfyrwyr yn un o grwpiau buddiolwyr *Coleg Melford*. Gan ddefnyddio'r wybodaeth ar Goleg Melford, nodwch **ddau** o'i grwpiau buddiolwyr eraill.

Grŵp buddiolwyr 1 _____

Grŵp buddiolwyr 2 _____ (2)

Mae Juanita, y Rheolwr Adnoddau Dynol yng *Ngholeg Melford* wedi ysgrifennu'r drafft canlynol o Ddisgrifiad Swydd, ar gyfer swydd Cynorthwy-ydd Cyllid Iau.

DISGRIFIAD SWYDD

Gwybodaeth Gyffredinol

Gradd: Gweinyddu a Chlerigol Gradd 3
 Oriau gwaith: 36 awr yr wythnos (Llun i Gwener)
 Yn atebol i: Uwch Gynorthwy-ydd Cyllid

Crynodeb o'r swydd: Bydd deilydd y swydd yn cynorthwyo naill ai yn y tîm Cyfrifon Ariannol neu'r tîm Cyfrifon Rheoli yn y swyddogaeth Gyllid. Anogir ef/hi i astudio am gymhwyster cyfrifeg proffesiynol a rhoddir cymorth gyda ffioedd.

Prif Amcanion

Cyfrifon Ariannol

- Cynorthwyo wrth gynhyrchu cyfrifon ariannol ar gyfrifiadur.
- Cynorthwyo'r tîm wrth weinyddu'r cynllun prydlesu ceir, gan sicrhau bod ymholiadau yn cael ei trin yn gwrtais ac yn effeithlon.
- Cynorthwyo'r tîm wrth gynllunio a chynhyrchu'r cyfrifon blynyddol.
- Unrhyw ddyletswyddau cyfrifeg ariannol a roddir.

Cyfrifon Rheoli

- Cynorthwyo'r tîm wrth reoli cyllidebau a darparu gwybodaeth a chyngor ariannol arall i ddeilwyr cyllideb y coleg.
- Cysylltu â deilwyr cyllideb, gan gynghori a chynorthwyo yn ôl y gofyn.
- Paratoi cyllidebau amrywiol, gan ddefnyddio dulliau cyfrifiadurol a dulliau â llaw.
- Unrhyw ddyletswyddau cyfrifeg rheoli a roddir.

Rydym yn gyflogwr Cyfle Cyfartal
 Mae Coleg Melford yn gweithredu polisi Dim Ysmygu

- b) Gan ddefnyddio'r Disgrifiad Swydd, rhwch enghreifftiau o **ddwy eitem arall** o wybodaeth y dylai Juanita eu cynnwys yn yr adran 'Gwybodaeth Gyffredinol'.

Eitem 1

Eitem 2

(4)

Bydd Juanita hefyd yn ysgrifennu'r Fanyleb Person ar gyfer y swydd hon.

- c) (i) Esboniwch y berthynas rhwng y Disgrifiad Swydd a'r Manyleb Person ar gyfer y swydd hon.

(2)

- (ii) Bydd y ffurflen Manyleb Person isod yn cael ei defnyddio ar gyfer swydd y Cynorthwy-ydd Cyllid Iau. Nodwch **un** eitem briodol o wybodaeth o dan bob pennawd.

(7)

MANYLEB PERSON: CYNORTHWY-YDD CYLLID IAU
<u>Sgiliau</u>
<u>Profiad</u>
<u>Gwybodaeth</u>
<u>Cymwysterau</u>
<u>Gofynion eraill</u>

Mae Juanita yn bwriadu ail-strwythuro'r Manyleb Person i gynnwys adran ar 'Nodweddion Hanfodol'.

ch) Esboniwch sut y byddai cynnwys adran Nodweddion Hanfodol yn helpu

- Juanita yn ei rôl fel Rheolwr Adnoddau Dynol
- *Coleg Melford*.

(5)

Yn y gofod isod, cofnodwch fanylion UN busnes yr ydych wedi'i astudio yn ystod eich cwrs. Bydd angen i chi gyfeirio at y busnes hwn pan yn ateb cwestiynau 2 (d) and 2 (dd).

Enw'r busnes: _____

Prif weithgareddau: _____

dd) Nodwch **ddwy** nodwedd bersonol y mae'r busnes hwn yn chwilio amdanynt pan yn recriwtio staff. Esboniwch pam fod pob un o'r nodweddion personol hyn yn bwysig i'r busnes hwn.

(5)

f) Gwerthuswch i ba raddau y mae materion amgylcheddol yn dylanwadu ar waith y busnes hwn, a sut mae ei staff yn ymateb i'r materion hyn.

(5)

Cyfanswm 30 marc

Q2

--	--

3. Mae *Canolfan Hamdden Melford* yn eiddo i ac yn cael ei hariannu gan *Gyngor Melford*, yr awdurdod lleol. Mae'r Ganolfan yn cystadlu gyda *Gunns Ltd*, canolfan hamdden sector preifat, sydd hefyd ym Melford.

a) Disgrifiwch sut mae perchenogaeth *Gunns Ltd* yn wahanol i berchenogaeth *Canolfan Hamdden Melford*.

(2)

b) Nodwch **un** amcan busnes y bydd gan *Ganolfan Hamdden Melford* a *Gunns Ltd* yn gyffredin, ac esboniwch pam ei fod yn amcan priodol i'r ddau fusnes.

(5)

Mae gan *Ganolfan Hamdden Melford* bwl nofio a dwy neuadd chwaraeon fawr.

c) Nodwch **bum** eitem y dylid eu cynnwys ar restr wirio iechyd a diogelwch i staff sy'n gweithio yn yr ardaloedd hyn yng *Nghanolfan Hamdden Melford*.

(5)

Mae lefel uchel o absenoldeb ymysg y staff rhan-amser a'r staff dros dro sy'n gweithio yng nghaffi a bar Canolfan Hamdden Melford. O ganlyniad, weithiau gofynnir i staff a leolir yn y pwll a'r neuaddau chwaraeon wasanaethu yn y caffi a'r bar yn lle cydweithwyr absennol. Yn ddiweddar mae'r Ganolfan wedi colli nifer o staff o bob maes, a chafodd ei beirniadu yn y papur lleol gan gwsmeriaid a chynweithwyr.

ch) Nodwch ac esboniwch **un** rhewm tebygol pam fod llawer o staff y Ganolfan yn ddi-gymhelliant.

(2)

d) Esboniwch **un** ymagwedd y gallai *Canolfan Hamdden Melford* ei mabwysiadu i geisio gwella cymhelliant staff. Archwiliwch **un** effaith negyddol bosibl y gallai yr ymagwedd a ddewisoch ei chael ar y Ganolfan.

(6)

Yn y gofod isod, cofnodwch fanylion UN busnes yr ydych wedi'i astudio yn ystod eich cwrs. Bydd angen i chi gyfeirio at y busnes hwn pan yn ateb cwestiynau 3 (dd) a 3 (e).

Enw'r busnes: _____

Prif weithgareddau: _____

dd) Rhowch **ddau** reswm pam ei bod yn bwysig i'r busnes hwn gael staff sy'n uchel eu cymhelliant.

Rheswm 1

Rheswm 2

(4)

e) Gwerthuswch i ba raddau y mae **un** o'r theorïau canlynol yn esbonio cymhelliant gweithwyr yn y busnes a ddewisoch.

- Hierarchaeth anghenion Maslow
- Damcaniaeth dau ffactor Herzberg

Damcaniaeth a ddewiswyd

Sut mae'n dylanwadu ar gymhelliant _____

(6)

Cyfanswm 30 marc

CYFANSWM AR GYFER Y PAPUR: 90 MARC

DIWEDD

Q3

--	--

Mae cwestiynau 1–5 yn seiliedig ar *Fitness Fast*

Mae Alice Stewart, gymnastwraig ryngwladol enwog, yn bwriadu agor canolfan ffitrwydd i ben uchaf y farchnad o'r enw *Fitness Fast*, yn Harlow, ei thref leol, sydd yn Essex, 29 milltir i'r gogledd o Lundain. Mae mynediad o'r M1, neu orsaf reilffordd y brif linell. Wedi ymchwilio i'w chystadleuaeth leol, mae Alice wedi nodi bwlech yn y farchnad ar gyfer canolfan ffitrwydd 'o'r radd flaenaf', sy'n cynnig mwy na champfa ymarfer yn unig. Mae'n bwriadu targedu pobl broffesiynol yn y grŵp oedran 18-45 gyda digon o incwm i dalu am yr aelodaeth a'r ffioedd misol o'u hincwm disgresiynol. Bydd aelodaeth flwyddyn yn £300, a disgwylir i aelodau sefydlu taliad debyd uniongyrchol bob mis i dalu'r ffi hon.

Mae Alice yn dechrau'r busnes o ddim, ac os yw hi am orosi a gwneud arian bydd angen iddi greu ymwybyddiaeth o *Fitness Fast* a'i chyfleusterau yn effeithiol o fewn ei grŵp targed. Yn nhermau busnes mae angen iddi recriwtio o leiaf 300 o aelodau sy'n talu erbyn diwedd y flwyddyn gyntaf.

1. Nodwch **ddau** amcan busnes y mae Alice wedi'u gosod, ac ar gyfer pob un nodwch sut y gellid defnyddio hyrwyddo i'w helpu i gwrdd â phob amcan busnes yr ydych wedi'u nodi.

Amcan 1

Amcan 2

(4)

Cyfanswm 4 marc

C1

--	--

2. Ar hyn o bryd, adroddir bod twf mawr yn y nifer o gampfeydd a chanolfannau ffitrwydd sy'n agor. Mae amcangyfrifon yn awgrymu bod hyd at 1 filiwn o bobl yn y DU yn ymuno â champfa neu ganolfan ffitrwydd bob blwyddyn. Fodd bynnag, o'r holl bobl sy'n ymuno, mae llai nag 20% yn traferthu mynychu o leiaf unwaith y mis. Mae hyn yn awgrymu tra bod ymwybyddiaeth o gampfeydd a chanolfannau ffitrwydd yn gymharol uchel ymysg y farchnad darged, ac i rai bobl yn sicr mae rhywbeth deniadol am ymuno â champfa, mae'r defnydd gwirioneddol o gampfeydd yn gymharol isel.

O ystyried yr achosion o gofrestru a defnyddio campfeydd fel y disgrifir uchod, nodwch **ddau** ffactor y bydd yn rhaid i Alice eu hystyried wrth lunio ei chynllun hyrwyddo ac eglurwch sut bydd y ffactorau hyn yn effeithio ar ei chynllun.

Ffactor 1

Effaith ar y cynllun hyrwyddo

Ffactor 2

Effaith ar y cynllun hyrwyddo

(6)

Cyfanswm 6 marc

C2

--	--

3. Mae gan Harlow boblogaeth gymharol ifanc, gyda chyfanswm o ryw 80 000 o bobl. Bob wythnos caiff papur newydd lleol ei gyhoeddi a'i werthu mewn siopau papurau newydd, a dosberthir taflen leol am ddim i'r holl gartrefi yn y dref. Yng nghanol y dref mae sinema, a sinema aml-sgrîn ar gyrion y dref. Yr orsaf radio leol yw BBC Radio Essex, ac mae'r dref o fewn ystod Capital Radio – yr orsaf gerddoriaeth fasnachol sy'n darlledu i Lundain ac ar draws de-ddwyrain Lloegr. Mae rhai cartrefi yn derbyn Anglia ITV, ond mae'r rhan fwyaf wedi'u tiwnio i ITV London. Mae angen i Alice baratoi cynllun hyrwyddo gyda'i chyllideb gymharol fach o £36 000.

a) Nodwch **ddau** gyfrwng gwahanol sydd ar gael i Alice eu defnyddio i hyrwyddo *Fitness Fast*.

(2)

b) Gan ystyried ei chyllideb, nodwch ac esboniwch pa gyfrwng **nad** yw'n debygol o fod yn briodol i Alice eu defnyddio i hyrwyddo *Fitness Fast*.

(2)

c) Nodwch y farchnad darged y mae Alice yn dymuno ei denu i *Fitness Fast* ac esboniwch sut gallai'r farchnad darged effeithio ar y dewis o gyfrwng ar gyfer ei hymgyrch hyrwyddo.

(2)

Cyfanswm 6 marc

C3

--	--

4. Dylai pob hysbyseb a hyrwyddiad osgoi torri Deddf Disgrifiad Masnach 1968.

a) Disgrifwch sut y gall cynllun hyrwyddo Alice osgoi torri Deddf Disgrifiad Masnach 1968.

(2)

b) Esboniwch **un** canlyniad i Alice os yw hi'n torri Deddf Disgrifiad Masnach 1968.

(2)

Cyfanswm 4 marc

C4

--	--

5. a) Nodwch **un** dull cysylltiadau cyhoeddus priodol y gallai Alice ei ddefnyddio fel rhan o'i chynlluniau ar gyfer lansio *Fitness Fast*, gan esbonio pam y byddai'n briodol.

(2)

b) Wrth farchnata gwasanaeth, fel yr un a gynigir gan *Fitness Fast*, esboniwch pam fod cysylltiadau cyhoeddus mor bwysig.

(4)

c) Disgrifiwch sut y gallai Alice ddefnyddio ei chefnidir chwaraeon proffesiynol i gefnogi'r cynlluniau cysylltiadau cyhoeddus i hyrwyddo *Fitness Fast*.

(4)

Cyfanswm 10 marc

C5

--	--

Mae cwestiynau 6 a 7 yn seiliedig ar *Street Seen*

Mae *Street Seen* yn siop dillad ffasiynol yng nghanol tref Harlow sy'n gwerthu dillad a anelir at ddynion a menywod ifanc sy'n mynychu clybiau nos. Mae'r siop yn cael ei rhedeg gan Joe a Joan Coleman, mae wedi bod yn agored ers 3 blynedd ac er bod busnes yn foddhaol, nid yw'n tyfu.

Mae asiantaeth hysbysebu leol wedi llunio rhai syniadau cychwynnol ar gyfer ymgyrch hyrwyddo cyllideb gyfyngedig i geisio ail-lansio *Street Seen*.

Maent wedi rhoi'r opsiynau canlynol i Joe a Joan

- taflen
- hysbyseb radio fer.

Mae Joe a Joan yn gwybod bod yn rhaid iddynt gyflawni'r defnydd gorau o'u cyllideb er mwyn cyrraedd y farchnad darged.

6. a) Aseswch ddefnyddioldeb taflen fel yr un a ddangosir isod i *Street Seen*, yn nhermau cost debygol, y gallu i gyrraedd y farchnad darged a chodi ymwybyddiaeth.

-* Amser i gael cip ar *-

STREET SEEN

Dillad clybio i bawb

Yr holl brif frandiau a'r agwedd hefyd

Dewch i fwrw golwg - galwch heibio unrhyw bryd rhwng
9am a 5pm dydd Llun i ddydd Sadwrn
Noson hwyr arbennig nos Wener - agored tan 9pm

25 Alende Avenue, Harlow, Essex, CM20 2JD

Am fwy o fanylion, ffoniwch Joe neu Joan ar 09705 538842

Cost debygol

Gallu i gyrraedd y farchnad darged

Codi ymwybyddiaeth

(3)

b) Pa ddulliau gall Joe a Joan eu defnyddio i fesur effeithiolrwydd ymgyrch daflenni?

(4)

c) Esboniwch **ddau** wendid o safbwynt dosbarthu'r daflen hon o ddrws i ddrws yn holl ardaloedd preswyl y dref.

Gwendid 1

Gwendid 2

(4)

ch) Nodwch a disgrifiwch **ddau** ddull gwahanol o ddsbarthu'r daflen hon a fyddai'n fwy effeithiol na dosbarthu o ddrws i ddrws. Ar gyfer pob dull nodwch pam y byddai hyn yn fwy effeithiol wrth hyrwyddo busnes *Street Seen*.

Dull 1

Dull 2

C6

(6)

Cyfanswm 17 marc

--	--

7. Fel rhan o'r ymgyrch hyrwyddo awgryma'r asiantaeth hysbysebu y byddai radio lleol yn gyfrwng da i'w ddefnyddio i hyrwyddo *Street Seen*. Er bod cost wirioneddol 'amser awyr' yn gymharol isel, roedd Joe a Joan yn eithaf siomedig i ddarganfod y byddai cost cynhyrchu hysbyseb yn gymharol ddrud ac oni bai eu bod yn gwneud defnydd da o'r recordiad, efallai na fyddai'n werth chweil.

a) Yn seiliedig ar y farchnad darged y mae Joe a Joan yn dymuno ei chyrraedd, nodwch amser da o'r dydd i ddarlledu hysbysebion radio ar gyfer *Street Seen* a rhowch **un** rheswm pam.

(2)

- b) Mae'r asiantaeth hysbysebu yn nodi petaen nhw'n defnyddio hysbysebu radio gallent ddewis cyrhaeddiad neu amllder. Mae Joe a Joan wedi'u drysu gan y termau hyn. Nodwch ystyr y ddau derm ac esboniwch beth yw'r gwahaniaeth rhyngddynt.

Cyrhaeddiad

Amllder

(4)

- c) Gan ystyried y costau cynhyrchu uchel posibl ar gyfer hysbyseb radio, nid yw Joe a Joan yn argyhoeddedig y bydd radio lleol yn gost-effeithiol yn nhermau *Street Seen*. Gwethuswch ddefnyddioldeb defnyddio radio lleol i hyrwyddo *Street Seen*.

(4)

- ch) Mae pob math o hysbysebu o dan rym ddeddfwriaeth. Nodwch **dri** phrif gam yn y broses y mae'n rhaid i wrandawr fynd drwyddynt i wneud cwyn, ar sail foesegol, am hysbyseb radio.

(3)
Cyfanswm 13 marc

Mae cwestiynau 8–10 yn seiliedig ar ymgyrchoedd hyrwyddo yr ydych wedi'u hastudio yn ystod eich cwrs.

8. Rhowch enghraifft o ymgyrch hyrwyddo sy'n cynnwys elfen o gyfrwng newydd.

Enw'r cynnyrch sy'n cael ei hysbysebu

Dyddiad yr ymgyrch

a) Nodwch **un** amcan busnes yr ymgyrch hon

(1)

b) Nodwch **un** enghraifft o'r cyfrwng newydd a ddefnyddiwyd

(1)

c) Esboniwch pam oedd y cyfrwng newydd yr ydych wedi'i nodi wedi cael ei ddefnyddio fel rhan o'r ymgyrch hon.

(2)

ch) Disgrifiwch **bedwar** o'r gofynion cynhyrchu ar gyfer yr hysbyseb.

(4)

d) Esboniwch sut gallai'r defnydd hwn o gyfryngau newydd fod wedi gosod cyfyngiad ar yr ymgyrch hon.

(2)

Cyfanswm 10 marc

C8

--	--

9. Rhowch enghraifft o ymgyrch hyrwyddo a oedd yn cynnwys hysbysebu mewn sinema.

Enw'r cynnyrch oedd yn cael ei hysbysebu

Dyddiad yr ymgyrch

a) Nodwch **ddau** reswm pam y defnyddiwyd hysbysebu mewn sinema fel rhan o'r ymgyrch hon.

1 _____

2 _____

(2)

- b) Disgrifiwch **un** cyfyngiad y mae'r dewis o hysbysebu mewn sinema yn gosod ar yr hysbysebwr.

(2)

- c) Esboniwch sut y gallech archwilio barn y gynulleidfa yn y sinema am yr hysbyseb hon.

(4)

- ch) Esboniwch **un** fantais o hysbysebu mewn sinema o'i gymharu â hysbysebu ar y teledu.

(2)

Cyfanswm 10 marc

C9

--	--

10. Rhowch enghraifft o ymgyrch hyrwyddo a oedd yn cynnwys nawdd.

Enw'r busnes neu'r cynnyrch sydd yn brif noddwr

Dyddiad neu hyd y nawdd

- a) Disgrifiwch ffurf y nawdd.

(2)

b) Esboniwch fanteision y nawdd hwn i'r noddwr, o'i gymharu â hysbysebu neu unrhyw ffurf arall ar hyrwyddo.

(2)

c) Esboniwch **ddwy** effaith negyddol bosibl y nawdd hwn.

1 _____

2 _____

(4)

ch) Esboniwch sut y gall y noddwr fesur effeithiolrwydd eu nawdd.

(2)

Cyfanswm 10 marc

C10

--	--

CYFANSWM Y PAPUR: 90 MARC

DIWEDD

6923

Edexcel TAG

Busnes Cymhwysol

Uned 8: Datblygu Busnes

Aseiniad a Osodir yn Allanol

TAG Busnes Cymhwysol

Uned 8: Datblygiad Busnes

Aseiniad a Osodir yn Allanol

Sefyllfa

Rydych wedi dymuno erioed cael gweithio i chi eich hun ac wedi breuddwydio am redeg eich busnes eich hun. Yn ddiweddar rydych wedi etifeddu swm o £8 000 gan eich mam-gu a'ch tad-cu, ac yn teimlo mai nawr yw'r amser i gyflawni eich breuddwyd ac agor busnes bach, gan weithredu hwn fel Masnachwr Unigol.

Rydych yn sylweddoli na fydd yr etifeddiaeth yn ddigonol i dalu am holl gostau sefydlu busnes ac y bydd angen i chi dderbyn cyllid ychwanegol o ffynhonnell arall, ond mae'n rhoi pwynt cychwyn i chi.

Rydych wedi penderfynu ymgymryd ag ymchwil a chynllunio manwl a chasglu'r wybodaeth mewn modd y gallwch ei ddefnyddio i gefnogi cais am gyllid. Rydych yn dymuno gallu esbonio eich syniad a'r costau cysylltiedig yn uniongyrchol i fenthycwr/buddsoddwr posibl. Rydych hefyd yn dymuno gadael dogfen broffesiynol gyda nhw sy'n dangos eich syniad busnes yn glir fel busnes dichonol posibl, ac felly ei bod yn werth chweil buddsoddi ynddo.

Er mwyn argyhoeddi buddsoddwr posibl mae'n bwysig bod eich dogfen yn dangos y canlynol yn glir:

- ymchwil sylfaenol ac eilaidd i sefydlu dichonoldeb eich syniad busnes yn nhermau y galw amdano
- gwybodaeth ar gystadleuwyr i gynorthwyo gyda phrisio, gwahaniaethu posibl o ran cynnyrch/gwasanaeth
- gofynion o ran adnoddau, dynol a ffisegol er mwyn dangos yn glir sut yr ydych yn bwriadu cynhyrchu eich cynnyrch/darparu gwasanaeth
- materion ansawdd, sut y gellir sicrhau a rheoli hyn
- adran gyllid fanwl, yn cynnwys
 - ffynonellau cyllid sydd ar gael
 - cyllideb i gychwyn
 - gofynion cyfalaf gweithio
 - rhagolygon llif arian a mantoli'r cyfrifon
 - cyfrifon masnachu ac elw a cholled a ragwelir
 - mantolen gychwynnol a ragwelir
- cynlluniau marchnata a hyrwyddo, wedi'u cysylltu â'ch cyllidebau a'ch marchad darged
- dadansoddiad/gwerthusiad o sefyllfa'r busnes ar ddiwedd y flwyddyn gyntaf, ynghyd â rhagolwg arfaethedig o'r sefyllfa ymhenn tair blynedd.

Rhaid i chi ddarparu tystiolaeth asesu ar gyfer yr uned hon fel a ganlyn:

- cynllun busnes wedi'i ddatblygu'n llawn ar gyfer sefydlu busnes bach newydd yn gweithredu fel masnachwr unigol. Bydd y cynllun yn cwmpasu nodau ac amcanion, cynllun marchnata, materion adnoddau, dadansoddiad a chynllunio ariannol.
- cyflwynir y cynllun fel syniad busnes dichonol, yn addas i gefnogi cais am gyllid ar gyfer y fenter.

Cyfarwyddiadau ar gyfer cynnal yr asesiad

1. Y sefyllfa a roddir yw'r **unig** fodd o asesu *Uned 8: Datblygu Busnes*.
2. Ar wahân i'r ddogfen hon **ni fydd papur arholiad** ar gyfer yr asesiad.
3. Cyflawnir asesu gan aseswyr y ganolfan, y bydd eu penderfyniadau yn ddarostyngedig i safoni gan ganolwyr allanol Edexcel. Cyflawnir yr holl safoni drwy anfon sampl o waith y myfyrwyr a nodir ar ddogfennau cysylltiedig a anfonir i'r ganolfan yn ystod blwyddyn yr arholiad. Bydd hyn yn digwydd ar yr un pryd â safoni'r unedau portffolio, yn y gyfres safoni yn ystod yr haf.
4. Cyflawnir gwaith o dan amodau reoledig
5. Rhaid i waith myfyrwyr gael ei gwblhau a'i asesu gan y ganolfan erbyn **diwedd y terfyn amser ar gyfer cyflwyno marciau i'w safoni**.
6. Ni ddylai myfyrwyr dreulio mwy na chyfanswm o 15 awr mewn sefyllfaoedd rheoledig yn cwblhau'r cynllun busnes.
7. Rhaid nodi marciau myfyrwyr ar y ffurflenni OPTEMS priodol a'u dychwelyd i Edexcel erbyn y terfyn amser a roddwyd yn y briff.
8. Rhaid cynhyrchu tystiolaeth i'w hasesu yn erbyn Uned 8 yn benodol i gwrdd â gofynion y sefyllfa.
9. **Dylai canolfannau nodi bod yr uned hon yn cael ei safoni yn yn ystod yr haf yn unig, a dim ond ar yr adeg honno hynny y gellir cyflwyno marciau a gwaith myfyrwyr.**

Sefyllfa

Great Walls Ltd a'r broblem gyda'u cynnyrch *Wallfiller*

Mae *Great Walls Ltd* yn un o brif weithgynhyrchwyr deunyddiau DIY ac addurno'r cartref. Ei gynnyrch mwyaf adnabyddus yw *Wallfiller*. Powdwr yw hwn sy'n cael ei gymysgu gyda dŵr i greu past a ddefnyddir i lenwi ac atgyweirio craciau mewn waliau yn y cartref cyn iddynt gael eu haddurno.

Mae *Wallfiller* yn gyfrifol am 30% o incwm *Great Walls Ltd* a 50% o'u elw gros (EG).

Mae *Wallfiller* ar gael yn eang ym mhob prif adwerthu DIY a lleoedd eraill sy'n gwerthu deunyddiau addurno. Mae'r cynnyrch ar y farchnad ers 20 mlynedd a hwn yw arweinydd y brand mewn deunyddiau llenwi gyda 70% o gyfran y farchnad yn nhermau gwerthiannau uned. Cyfran weddilliol y farchnad yw brand y gwerthwr eu hun. Yn ystod y blynyddoedd diwethaf ychydig iawn o gefnogaeth hyrwyddo a dderbyniodd gan *Great Walls Ltd*, gan fod ei amlygrwydd yn y farchnad yn golygu ei fod yn gwerthu ei hun. Mae *Great Wall Ltd* wedi defnyddio ei le yn y farchnad a'r diffyg cystadleuaeth effeithiol i gadw'r pris yn uchel a 'godro' elw o'r cynnyrch. Mae'r farchnad ar gyfer llenwyr waliau yn fawr, ond bu'n statig ers nifer o flynyddoedd.

Eleni, 2004, gwelwyd cynnyrch newydd yn cael ei lansio i herio amlygrwydd *Wallfiller* yn y farchnad.

Mae'r cynnyrch newydd, *Redifill*, yn llenwr sydd wedi'i gymysgu eisoes y gellir ei ddefnyddio yn syth o'r cynhwysydd sy'n ei ddal – heb orfod ei gymysgu. Mae *Redifill* yn cael ei hysbysebu ar y teledu ac mae'n cael ei werthu gan nifer cynyddol o siopau.

Yn yr archfarchnadoedd DIY mawr, fel B&Q, mae pecyn 1.8kg o *Wallfiller* yn gwerthu am £4.98 a chynhwysyn 1kg o'r *Redifill* newydd yn gwerthu am £4.98.

Datblygwyd a marchnatwyd *Redifill* gan ddau gyn-weithwyr *Great Walls Ltd*, ac nid oes ganddo unrhyw hanes blaenorol yn y farchnad. Fodd bynnag, ar ôl pedwar mis yn unig ar y farchnad mae *Redifill* yn dechrau cymryd cyfran o'r farchnad oddi wrth *Wallfiller*.

Mae'n rhaid i'r tîm marchnata yn *Great Walls Ltd* wneud rhai penderfyniadau pwysig

- a ddylen nhw ddechrau cefnogi *Wallfiller* i amddiffyn ei safle yn y farchnad?
- a ddylen nhw lansio cynnyrch newydd a chyflwyno cynnyrch eu hunain sydd wedi'i gymysgu'n barod i gystadlu'n uniongyrchol â *Redifill*?
- neu oes yna ymagwedd arall y gallent ei chymryd?

1. Defnyddir dadansoddiad SWOT (Cryfderau, Gwendidau, Cyfleoedd a Bygythiadau) yn aml i ddadansoddi sefyllfa fusnes gyfredol.

a) Defnyddiwch y penawdau isod i gynnal dadansoddiad SWOT syml o sefyllfa bresennol **Wallfiller**. Rhowch **ddwy** enghraifft o dan bob pennawd.

Cryfderau

Gwendidau

Cyfleoedd

Bygythiadau

(8)

b) Esboniwch un prif wahaniaeth rhwng gwendid a bygythiad yng nghyd-destun dadansoddiad SWOT.

(2)

- c) Nodwch **un** pwynt gwerthu unigryw (PGU/USP) yr ymddengys sydd gan *Redifill*, yn ôl y disgrifiad yn yr astudiaeth achos. Esboniwch pam yr ystyrir hwn fel PGU.

PGU ar gyfer *Redifill*

Pam bod hyn yn PGU

(3)

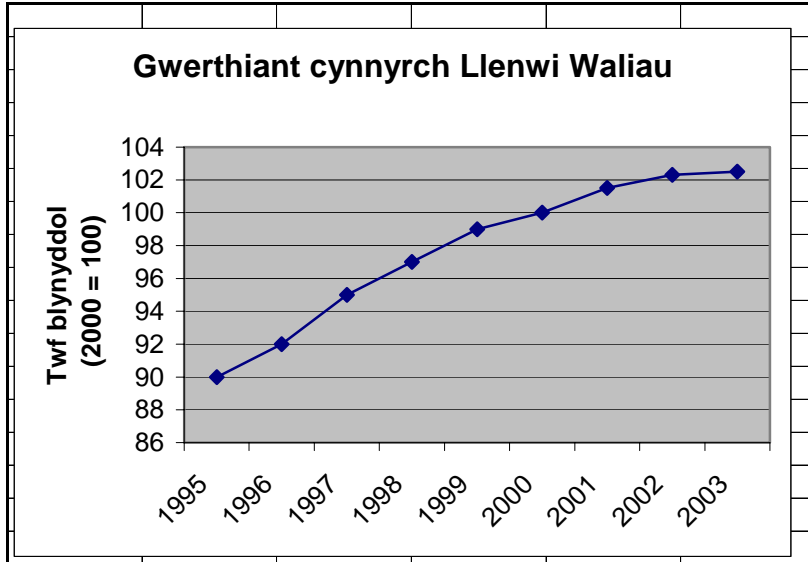
Cyfanswm 13 marc

C1

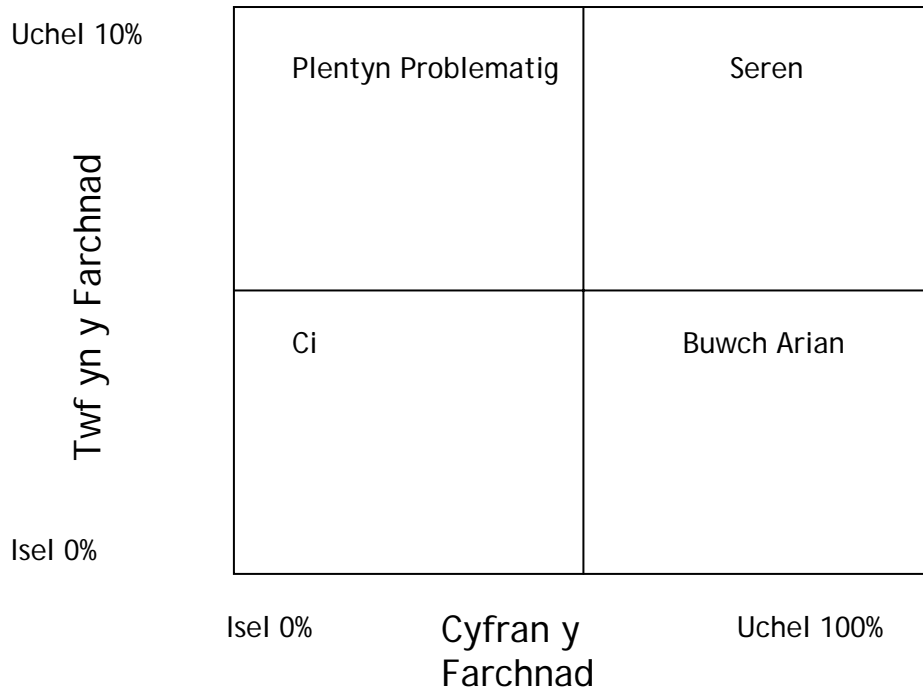
--	--

Mae'r dudalen hon yn cynnwys gwybodaeth er mwyn ateb Cwestiwn 2.

Ffigur1: Newid yn y Gwerthiant Cenedlaethol o gynnyrch Llenwi Waliau 1995-2003



Ffigur 2: Matrics Boston



2. Defnyddir Matrics Boston yn aml i helpu yn y broses cynllunio marchnata.

- a) (i) Cyfeiriwch at **Ffigur 1** a'r astudiaeth achos. Ar **Ffigur 2** nodwch lle oedd *Wallfiller* ar ddiwedd 2003 drwy osod 'W' ar y matrics. Cyfiawnhewch eich ateb.

(2)

- (ii) Nodwch lle oedd *Redifill* ar ddechrau a diwedd 2003 drwy osod 'D' ar gyfer y safle dechrau a 'G' ar gyfer y safle gorffen ar Ffigur 2. Cyfiawnhewch eich ateb.

(3)

b) Yn y 1990au cynnar roedd *Wallfiller* yn sector Seren Matrics Boston.

- (i) Esboniwch pa newidiadau y byddai angen iddo eu gwneud i'w cynlluniau marchnata er mwyn cyrraedd y safle hwnnw eto.

(4)

(ii) Esboniwch pam y byddai'n anodd iawn i *Wallfiller* ddod yn ôl i'r safle hwn.

(2)

c) Esboniwch **un** fantais o ddefnyddio Matrics Boston i ddadansoddi safle cymharol cynnyrch yn hytrach na defnyddio cylch bywyd cynnyrch syml.

(2)

Cyfanswm 13 marc

C2

--	--

3. Mae dealltwriaeth drylwyr o'r amgylchedd marchnata cyfredol yn bwysig cyn gwneud penderfyniadau marchnata.

a) Disgrifiwch yr amgylchedd marchnata y lansiwyd *Redifill* iddo, yn seiliedig ar wybodaeth yn yr astudiaeth achos.

(4)

b) Disgrifiwch **ddau** o'r goblygiadau i *Great Walls Ltd* os yw'r rheolwyr yn penderfynu eu bod yn dymuno cyflwyno eu cynnyrch wedi'i gymysgu'n barod eu hunain.

1 _____

2 _____

(4)

c) Mae'r tîm rheoli yn *Great Walls Ltd* yn credu bod yn rhaid iddynt wneud penderfyniad cyflym am yr hyn y dylid ei wneud yn y farchnad.

Nodwch o'r astudiaeth achos pam y maent yn credu bod penderfyniad cyflym yn bwysig.

(1)

Cyfanswm 9 marc

C3

--	--

4. Mae'r Cyfarwyddwr Gwerthu yn *Great Walls Ltd* yn dymuno torri pris gwerthu *Wallfiller* i £1.00 yn is na phris gwerthu *Redifill*, am gyfnod o dri mis, mewn ymgais i yrru *Redifill* allan o'r farchnad.

a) A fyddai'r strategaeth hon yn cael ei disgrifio fel strategol neu dactegol? Cyfiawnhewch eich ateb.

(3)

b) Gwerthusch y toriad hwn mewn pris o safbwynt yn gwerthwr.

(4)

c) Pa broblemau eraill y mae'r strategaeth hon yn debygol o'u creu i *Great Walls Ltd*?

(i) yn y tymor byr a (ii) yn y tymor hir?

(i) Problemau tymor byr

(2)

(ii) Problemau tymor hir

(2)

Cyfanswm 11 marc

C4

--	--

5. Cyn iddynt wneud unrhyw benderfyniadau, mae'r Cyfarwyddwr Marchnata yn *Great Walls Ltd.*, Joe Dewell, yn dymuno darganfod pam bod *Redifill* yn ymddangos mor llwyddiannus.

Mae e'n awgrymu rhaglen ymchwil, sy'n cynnwys cynnal arolwg o

- adwerthwyr sy'n gwerthu *Redifill*
- defnyddwyr sy'n prynu *Redifill*.

- a) Esboniwch sut bydd y wybodeth a geir gan yr ymchwil hon yn helpu Joe.

Ymchwilio'r adwerthwyr

Ymchwilio'r defnyddwyr

(4)

- b) Yn seiliedig ar y gwaith yr ydych wedi'i wneud ar gyfer yr uned hon, disgrifiwch ddull priodol o ymchwilio cwsmeriaid i ddarganfod pam eu bod yn prynu *Redifill*.

(6)

- c) Nodwch **ddwy** enghraifft o wybodaeth y byddai Joe yn dymuno cael gwybod amdanynt, wrth ymchwilio defnyddwyr, er mwyn dargnafod pam eu bod yn prynu *Redifill*.

1 _____

2 _____

(2)

- ch) Mae Joe yn cynllunio prynu gwybodaeth archwilio manwerthu barhaus am gynnyrch yn y farchnad atgyweirio waliau. Esboniwch yr hyn a olygir gan archwilio manwerthu parhaus yng nghyd-destun ymchwil i'r farchnad, a sut y gallai roi i Joe wybodaeth hanfodol am safle cystadleuol *Redifill* o'i gymharu a *Wallfiller*.

(4)

- d) Esboniwch sut gellid defnyddio ffynonellau ymchwil eilaidd i helpu i lywio unrhyw benderfyniadau marchnata yn *Great Walls Ltd*.

(2)

Cyfanswm 19 marc

C5

--	--

6. Gan ddefnyddio ei gysylltiadau busnes i fusnes, mae Cyfarwyddwr Gwerthu *Great Walls Ltd* yn ffonio uwch reolwr yn un o'r prif gadwyni DIY i'w holi am y cynnyrch newydd. Mae'r rheolwr hwn yn brynwr sydd wedi penderfynu y bydd ei siopau yn gwerthu *Redifill*.

Gwerthuswch y dull hwn o gadael gwybodaeth ymchwil i'r farchnad.

(4)
Cyfanswm 4 marc

C6

--	--

Mae Cwestiynau 7–9 yn seiliedig ar eich archwiliad chi eich hun o ymgyrchoedd marchnata yr ydych wedi'i gyflawni fel rhan o'ch astudiaethau ar gyfer yr uned hon.

7. Mae'r astudiaeth achos ar ddechrau'r papur hwn yn seiliedig ar gynnyrch newydd yn dod i mewn i farchnad sydd eisoes yn bodoli.

Yn seiliedig ar yr hyn yr ydych wedi'i astudio ar gyfer eich gwaith ar yr uned hon disgrifiwch enghraifft o gyflwyno **cynnyrch newydd** yr ydych wedi'i weld neu wedi dysgu amdano.

- a) Mae angen i chi gynnwys

Marchnad neu sector eg 'melysion', neu 'nwyddau gwyn' _____

Enw'r cynnyrch newydd _____

Brand _____

Math o gynnyrch _____

Gweithgynhyrchydd/perchennog y cynnyrch newydd _____

Marchnad darged _____

(2)

- b) Disgrifiwch **DDWY** nodwedd sy'n gwneud hwn yn gynnyrch newydd

Nodwedd _____

Nodwedd . _____

(4)

- c) Nodwch **UN** maes mewn cynllunio marchnata neu wneud penderfyniadau sydd angen ei ystyried wrth baratoi ar gyfer cyflwyno'r cynnyrch newydd hwn. Gwerthuswch hyn yng nghyd-destun cyflwyno'r cynnyrch newydd.

(5)

Cyfanswm 11 marc

C7

--	--

8. Yn seiliedig ar eich astudiaethau, disgrifiwch pa mor llwyddiannus y mae'r cynnyrch/ymgyrch newydd yr ydych wedi'i enwi wedi bod yn nhermau

- (i) Cwrdd ag anghenion y sefydliad
(ii) Cwrdd ag anghenion cwsmeriaid

Cyfiawnhewch bob ateb yr ydych yn ei roi ac esbonio sut yr ydych wedi dod i'ch casgliad.

- (i) Cwrdd ag anghenion y sefydliad

(3)

- (ii) Cwrdd ag anghenion cwsmeriaid

C8

(3)
Cyfanswm 6 marc

9. Mae cyfyngiadau yn effeithio ar bob ymgyrch farchnata.

- (i) Nodwch **un** cyfyngiad ar yr ymgyrch farchnata ar gyfer y cynnyrch newydd yr ydych wedi'i enwi.

(1)

- (ii) Esboniwch sut wnaeth y cyfyngiad hwn newid cwrs yr ymgyrch farchnata.

(2)

- (iii) Disgrifiwch yr effaith a gafodd y cyfyngiad hwn ar ganlyniad yr ymgyrch farchnata.

(2)

Cyfanswm 5 marc

C9

CYFANSWM Y PAPUR: 90 MARC

DIWEDD

Arweiniad cyffredinol ar farcio

Dylai arholwyr chwilio am nodweddion i'w gwobrwyo yn hytrach na diffygion i'w cosbi. NID yw hyn yn golygu gwybrwyo atebion anghywir neu atebion annigonol, ond mae yn golygu caniatáu i ddysgwyr gael eu gwobrwyo am atebion sy'n dangos defnydd cywir o egwyddorion a gwybodaeth, ac am feddwl yn gritigol ac yn greadigol. Dylai arholwyr felly ddarllen ac ystyried pob ymateb yn ofalus; hyd yn oed os nad yr ateb hwnnw a ddisgwyliwyd, gall fod yn deilwng o gael ei wobrwyo. Dylid ymgynghori â'r Prif Arholwr neu'r Arweinydd Tîm fel y bo angen.

Cymhwyso'r Cynllun marcio

- 1 Nodir y cwestiwn yn y golofn gyntaf.
 - 2 Mae'r ail golofn yn nodi'r atebion disgwylidig i'r cwestiwn. Nid yw'r atebion disgwylidig yn derfynol drylwyr ac felly dylai'r marciwr ddefnyddio ei farn broffesiynol.
 - 3 Ar gyfer rhai o'r atebion disgwylidig, mae atebion enghreifftiol wedi eu darparu er mwyn rhoi arweiniad ychwanegol, yn enwedig lle mae'r cwestiwn yn caniatáu ar gyfer ystod ymateb eang gan y dysgwr.
 - 4 Mae'r drydedd golofn yn nodi sut y dylid dyfarnu'r marciau.
 - 5 Mae **(1)** yn nodi dyfarniad pob marc.
 - 6 Mae 1×4 **(4)** yn nodi bod y marc (is-gyfanswm) ar gyfer rhan honno'r cwestiwn yn cynnwys **pedwar** ateb neu ran un marc.
 - 7 Y **(6)** neu farc tebyg yn y drydedd golofn yw'r is-gyfanswm a roddir i ran honno'r cwestiwn ac mae yr un peth â'r is-gyfanswm sy'n ymddangos ar y papur cwestiynau.
 - 8 Mae cyfanswm y marciau ar gyfer pob cwestiwn yn **Ddu** ar waelod bob cwestiwn llawn.
 - 9 Mae gwybodaeth sy'n **Ddu** ar waelod yr ail golofn ar gyfer y cwestiwn hwnnw yn rhoi arweiniad ynghylch sut i ddyfarnu ystod o farciau ac mae'n rhaid ei dilyn ar gyfer y cwestiwn penodol hwnnw ee **ymateb isel (1)** neu **esboniad manwl (2)**.
 - 10 Mae'r drydedd golofn ar gyfer gwybodaeth sylfaenol ymatebion syml wedi ei darparu gyda chyfanswm y marciau sydd ar gael ar gyfer y cwestiwn wedi ei roi mewn cromfachau.
- Lle mae angen atebion mwy estynedig gan y dysgwr, mae cyfarwyddiadau lefelau'r dull ymateb wedi eu darparu.

Cynllun marcio

**Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl)**

**Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Dwbl)**

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Dwbl)

Uned 1

Archwilio Pobl yn y Gwaith

Busnes Cymhwysol Uned 1: Archwilio Pobl mewn Busnes: Cynllun marcio

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
1 a)	<ul style="list-style-type: none"> Mae strwythur canolog yn golygu y gwneir penderfyniadau ar y brig – gyda'r gwasanaethau wedi eu lleoli mewn un man — ee Adnoddau Dynol <i>Rarebear Ltd</i> yn Llundain. Mae strwythur wedi ei ddatganoli yn golygu y ceir mwy o ddirprwyo – a bod y gwasanaethau yn fwy ar wasgar — ee staff <i>Rarebear Ltd</i> ym mhob ffatri. 	<p>1 marc ar gyfer esbonio ystyr 'canolog' (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer cymhwysio i <i>Rarebear</i></p> <p>1 marc ar gyfer esbonio ystyr 'wedi ei ddatganoli' (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer cymhwysio i <i>Rarebear</i></p> <p style="text-align: right;">6 marc</p>
1 b)	<ul style="list-style-type: none"> Cynnyrch/deunyddiau newydd — bydd gan y Cyfarwyddwr Marchnata wybodaeth am y dyluniad arfaethedig — bydd y Cyfarwyddwr Cynhyrchu yn cynghori ynghylch sut y bydd dylunio yn dylanwadu ar ddiogelwch/adeiladu/cynhyrchu. 	<p>1 marc am enghraifft</p> <p>1 marc am gyfeirio at swyddogaethau</p> <p>1 marc am esbonio'r cyswllt</p> <p style="text-align: right;">3 marc</p>
1 c)	<ul style="list-style-type: none"> Cynyddu cyfran y farchnad — fel y gallai <i>Rarebear Ltd</i> gystadlu'n fwy effeithiol. Cynyddu gwerthiant — fel y gallai <i>Rarebear Ltd</i> gyflawni mwy o arbedion maint. Cynyddu elw — fel y gallai <i>Rarebear Ltd</i> dalu difidendau i gyfranddeiliaid. 	<p>1 marc am nod</p> <p>1 marc am esboniad</p> <p style="text-align: center;">(1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">4 marc</p>
1 ch)	<ul style="list-style-type: none"> Recriwtio. Cofnodion staff. Hyfforddiant/datblygiad. Arfarnu. Cyngor. 	<p>1 marc am bob gwasanaeth</p> <p style="text-align: right;">3 marc</p>
1 d)	<ul style="list-style-type: none"> Ee recriwtio — cyfle cyfartal i'r ddau ryw wrth gael eu cyfweld. Ee dyrchafiad mewnol — ni wahaniaethir yn erbyn ymgeiswyr gwrywaidd neu fenywaidd. 	<p>1 marc am enghraifft</p> <p>1 marc am esboniad</p> <p style="text-align: center;">(1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">4 marc</p>
1 dd)	<p><u>Ee disgrifiad o Tesco</u></p> <p>Prif Swyddfa . . . siopau . . . y gwasanaethau canolog yw . . . Mae trefniadaeth yn . . .</p>	<p>3 marc am ddisgrifiad yn dangos gwybodaeth drylwyr o'r strwythur (2 farc am ddisgrifiad cadarn)</p> <p>(1 marc am ddisgrifiad sylfaenol /rhannol)</p> <p style="text-align: right;">3 marc</p>
1 e)	<p>(Ee) Mae gan Tesco strwythur uchel oherwydd . . .</p> <p>Yr elfennau tebyg felly yw . . .</p> <p>Y gwahaniaethau yw . . .</p> <p>Mae hyn oherwydd (ee) maint/leoliad/sector y busnesau . . .</p>	<p>1 marc am esbonio elfennau tebyg</p> <p>1 marc am esbonio gwahaniaeth (uchafswm o 4 marc)</p> <p>1 marc am y rhesymau dros yr elfennau tebyg neu'r gwahaniaethau (uchafswm o 3 marc)</p> <p style="text-align: right;">7 marc</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
2 a)	<ul style="list-style-type: none"> • Busnesau lleol. • Y gymuned leol. • Staff. 	<p>1 marc ar gyfer pob grŵp rhanddeiliaid</p> <p style="text-align: right;">2 marc</p>
2 b)	<ul style="list-style-type: none"> • Teitl y swydd — Cynorthwy-ydd Cyllid Iau. • Cyflog — £10 000 yn codi i £12 000 y flwyddyn. • Gwyliau blynyddol — yn ogystal â gwyliau banc, 22 o ddiwrnodau gwaith y flwyddyn yn codi i 25 o ddiwrnodau ar ôl 5 mlynedd o wasanaeth. • Lleoliad — wedi'i lleoli yn y Swyddfa Cyfrifon/wedi'i lleoli ar y Prif Safle. 	<p>1 marc ar gyfer eitem</p> <p>1 marc ar gyfer enghraifft (1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">4 marc</p>
2 c) (i)	<ul style="list-style-type: none"> • Mae'r Fanyleb Person ar gyfer Cynorthwydd Cyllid Iau yn cael ei chreu o'r Disgrifiad swydd – oherwydd gellir nodi nodweddion personol pan fydd manylion y swydd yn hysbys. 	<p>1 marc ar gyfer gwybodaeth am berthynas</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio perthynas</p> <p style="text-align: right;">2 marc</p>
2 c) (ii)	<ul style="list-style-type: none"> • Sgiliau — cyfathrebu da/rhifedd da/hunanddisgyblaeth. • Profiad — dim/peth gwaith swyddfa blaenorol/cyfraniad llwyddiannus i waith tîm • Gwybodaeth — gwybodaeth am gyfrifiaduron/taenlenni/meddalwedd cyfrifo. • Cymwysterau — NVQ/TGAU Saesneg a Mathemateg. • Gofynion eraill — ymrwymiad i gydraddoldeb/gallu gweithio fel rhan o dîm. 	<p>1 marc ar gyfer pob datganiad 5 x 1</p> <p>2 marc os ydynt wedi eu tynnu'n llawn o'r Disgrifiad swydd (1 marc os ydynt wedi eu tynnu'n rhannol o'r Disgrifiad swydd)</p> <p style="text-align: right;">7 marc</p>
2 ch)	<ul style="list-style-type: none"> • Mae'n rhaid i ymgeiswyr llwyddiannus feddu ar y Nodweddion Hanfodol hyn neu ni fyddant yn gallu gwneud y swydd yn ddigonol — mae hyn yn helpu Juanita wrth gyfweild — trwy nodi pobl addas — ac yn helpu i reoli costau recriwtio <i>Coleg Melford</i> — trwy leihau trosiant llafur. 	<p>1 marc ar gyfer gwybodaeth am nodweddion hanfodol</p> <p>1 marc ar gyfer pob effaith ar waith Juanita (uchafswm o 2 marc)</p> <p>1 marc ar gyfer pob effaith ar <i>Goleg Melford</i> (uchafswm o 2 marc)</p> <p style="text-align: right;">5 marc</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
2 d)	<p><u>Ee Canolfan arddio leol</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Gonestrwydd — am fod staff yn y manau talu yn delio ag arian — a staff eraill yn delio â'r planhigion ac eitemau eraill sydd ar werth. Prydlondeb/bodloni terfynau amser — am fod y cwsmeriaid am gael gwasanaeth/ddim am aros yn hwy nag sy'n rhaid – ac mae angen i'r staff fod ar gael ar gyfer hyn. 	<p>1 marc ar gyfer nodweddion personol priodol</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio pwysigrwydd (uchafswm o 2 farc)</p> <p>(2 x 2)</p> <p style="text-align: right;">5 marc</p>
2 dd)	<p><u>Ee dylanwadau tebygol ar ganolfan arddio leol</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Llygredd — rheoli gwastraff bwyd o'r caffi — angen ei waredu'n ofalus. Deunydd glanhau — ei waredu — gallai fod yn niweidiol/gellir cael dirwyon. Fermin — gwaredu gwastraff — angen annog yn erbyn hyn/efallai y bydd angen cysylltu â'r cyngor lleol. Ailgylchu — potiau/cynhwyswyr a ddefnyddir — hwyrach y gellir eu hailddefnyddio. <p><u>Ee casgliad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Gweithgareddau'r ganolfan arddio'n ymwneud â materion amgylcheddol ac yn effeithio ar waith y staff /Mae angen i staff y ganolfan arddio fod yn fwy ymwybodol o'r ffordd y mae eu gweithredoedd yn effeithio ar yr amgylchedd a'r posibilrwydd o gyhoeddusrwydd gwael. 	<p>2 farc ar gyfer y ffordd y mae materion amgylcheddol yn effeithio ar weithgareddau'r busnes</p> <p>(1 marc ar gyfer gwybodaeth sylfaenol am ddylanwadau amgylcheddol)</p> <p>1 marc ar gyfer pob ymateb tebygol gan y busnes (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer casgliad dilys</p> <p style="text-align: right;">5 marc</p>
3 a)	<p>Y cyngor/sector cyhoeddus sy'n berchen ar <i>Ganolfan Hamdden Melford</i> — ond fel busnes yn y sector preifat, cyfranddeiliaid sy'n berchen ar <i>Gunns Ltd.</i></p>	<p>1 marc ar gyfer perchnogaeth pob busnes</p> <p style="text-align: right;">2 farc</p>
3 b)	<ul style="list-style-type: none"> Bodddhad cwsmeriaid — mae'r ddau yn dibynnu ar gwsmeriaid am reffeniw — sy'n arwain at elw/gwarged ar gyfer y perchennog(perchnogion). Cyfran o'r farchnad — mae'r ddau yn cystadlu yn erbyn ei gilydd ac felly byddant yn ceisio denu cwsmeriaid oddi wrth ei gilydd — ac mae cynnydd yn y gyfran o'r farchnad yn cynyddu'r siawns o oroesi. 	<p>1 marc ar gyfer y ddau amcan</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio pam y mae pob un yn briodol (uchafswm o 2 farc)</p> <p>(2 + 2)</p> <p style="text-align: right;">5 marc</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
3 c)	<ul style="list-style-type: none"> Sicrhau bod cwsmeriaid yn ymddwyn yn gyfrifol. Gwirio'r bocsys cymorth cyntaf bob dydd. Sicrhau bod chwibanau/larymau yn cael eu cario bob amser. Cofnodi pob damwain mewn Llyfr Damweiniau. Sychu unrhyw ddŵr gwastraff/unrhyw beth sy'n gorlifo ar unwaith. 	<p>1 marc ar gyfer bob eitem</p> <p style="text-align: right;">5 marc</p>
3 ch)	<ul style="list-style-type: none"> Staff y pwll a staff chwaraeon yn gwneud gwaith nad oeddent yn disgwyl ei wneud — mae hyn yn mynd â hwy i ffwrdd o'u prif waith/yn rhoi pwysau arnynt. Ymddengys nad oes gan staff y caffi/bar lawer o sicrwydd — o ganlyniad efallai nad oes llawer o gymhelliant iddynt fynychu'n rheolaidd. Beirniadaeth mewn papur lleol — morâl y staff presennol yn cael ei effeithio gan gyhoeddusrwydd gwael. 	<p>1 marc ar gyfer rheswm</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">2 marc</p>
3 d)	<ul style="list-style-type: none"> Cynyddu cyflog staff y caffi/bar/chwaraeon — hwyrach y bydd hyn yn annog staff y caffi i fynychu'n fwy rheolaidd ac yn annog y staff chwaraeon i wneud gwaith llanw — ond mae'n ychwanegu at gostau'r Ganolfan — ac efallai nad cyflog yw'r prif gymhellwr. Gwella amodau gwaith — bydd hyn yn annog staff ac yn bodloni anghenion staff is Maslow/ffactorau hylendid Herzberg — ond bydd yn ychwanegu at y costau — a hwyrach nad hyn yw achos y morâl isel ac felly ni fydd yn datrys y broblem. 	<p>1 marc ar gyfer nodi ymagwedd</p> <p>3 marc ar gyfer esbonio'n llawn mewn cyd-destun (hyd at 2 marc ar gyfer esboniad llai manwl)</p> <p>2 marc ar gyfer esbonio effaith negyddol</p> <p>(1 marc ar gyfer esboniad llai manwl)</p> <p style="text-align: right;">6 marc</p>
3 dd)	<p><u>Ee Ford</u>, effeithiau (ee)</p> <ul style="list-style-type: none"> Cynnyrch — mae angen i'r staff fodloni gofynion cwsmeriaid/archebion cwsmeriaid/mae'n rhaid i'r staff gystadlu yn erbyn cwmnïau ceir eraill. Cyfathrebu — mae angen i'r staff gysylltu â modurdai eraill yn ymwneud â gwerthiant/cwsmeriaid. Awyrgylch — effeithio ar barodrwydd staff i werthu/cynhyrchu. 	<p>1 marc ar gyfer nodi nodwedd briodol</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio perthnasedd mewn cyd-destun</p> <p style="text-align: center;">(1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">4 marc</p>

3 e)	<p><u>Ee Maslow mewn perthynas â Ford</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Anghenion lefel is, ee ffisegol = lefelau tâl ac amodau gwaith ar y llinell gynhyrchu — diogelwch = diogelwch swyddi yn Ford — effeithio ar bresenoldeb, prydlondeb, cynnyrch. • Lefel uwch, ee cymdeithasol = gwaith tîm, hunansylweddoliad = datblygu sgiliau newydd yn Ford — effeithio ar weithio gyda chydweithwyr, menter. 	<p>2 farc ar gyfer gwybodaeth am ddamcaniaeth (1 marc ar gyfer gwybodaeth sylfaenol/rannol)</p> <p>2 farc ar gyfer gwerthuso mewn cyd-destun (1 marc ar gyfer gwerthusiad sylfaenol/rhannol)</p> <p>2 farc ar gyfer gwerthusiad penodol yng nghyd-destun y busnes dewisol (1 marc ar gyfer gwerthusiad sylfaenol/rhannol)</p> <p style="text-align: right;">6 marc</p>
------	---	---

Dosbarthiad maes cynnwys

Cwestiwn	Maes cynnwys			
	1.1	1.2	1.3	1.4
1 (a)	6			
1 b)	3			
1 c)	4			
1 ch)		3		
1 d)		4		
1 dd)	3			
1 e)	7			
2 a)				2
2 b)		4		
2 c) (i)		2		
2 c) (ii)		7		
2 ch)		5		
2 d)		5		
2 dd)				5
3 a)	2			
3 b)	5			
3 c)				5
3 ch)			2	
3 d)			6	
3 dd)			4	
3 e)			6	
Marciau	30	30	18	12

Cwestiwn	AA1 Cyfwerth â'r Band			AA2 Cyfwerth â'r Band			AA3 Cyfwerth â'r Band			AA4 Cyfwerth â'r Band			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1 a)	2	2		2									6
1 b)	1	2											3
1 c)	2	2											4
1 ch)	3												3
1 d)				2	2								4
1 dd)				1	1	1							3
1 e)							2	2		1	1	1	7
2 a)	2												2
2 b)					2	2							4
2 c) (i)	1	1											2
2 c) (ii)						2	3	1	1				7
2 ch)	1	2	2										5
2 d)	1			2	2								5
2 dd)	1			1			1	1		1			5
3 a)	2												2
3 b)	1	2	2										5
3 c)				5									5
3 ch)				1	1								2
3 d)			2					1	2	1			6
3 dd)				2		2							4
3 e)	1	1								2	1	1	6
	18	12	6	16	8	5	8	5	3	5	2	2	
Cyfanswm	18	12	6	16	8	7	6	5	3	5	2	2	
	36			31			14			9			90

Dadansoddiad o'r papur

Mae'r targed cyffredinol ar gyfer pob Amcan Asesu yn seiliedig ar 40%, 35%, 15% a 10% fel y cytunwyd ar gyfer Uned 1, sydd, ar bapur 90 marc, yn rhoi

36 marc ar gyfer AA1

31.5 (= 31) marc ar gyfer AA2

13.5 (= 14) marc ar gyfer AA3

9 marc ar gyfer AA4.

Cynllun marcio

Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Dwbl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Dwbl)

Uned 6

Archwilio Hyrwyddo

Busnes Cymhwysol Uned 6: Archwilio Hyrwyddo: Cynllun marcio

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
1	<ul style="list-style-type: none"> I orosi – defnyddio hyrwyddo i ddenu aelodau posibl. I wneud arian/elw — defnyddio hyrwyddo i droi ymwybyddiaeth yn ymrwymiad i wario £300 a £50 y mis ar aelodaeth. I gael 300 o aelodau erbyn diwedd blwyddyn un – hyrwyddo marchnad darged. I greu ymwybyddiaeth ymysg ardal y farchnad darged/dalgylch — eu hargyhoeddi ei bod yn werth ymuno â'r ganolfan/gwario arian. I ddenu dynion a menywod/aelodau yn ystod oedran 18–45 — eu hannog i ymweld a gweld drostynt eu hunain fanteision ymuno â'r ganolfan. Cael cynllun hyrwyddo – rhoi hysbysebion gan ddefnyddio'r cyfrwng priodol ar gyfer y grŵp targed. 	<p>1 marc ar gyfer amcan busnes</p> <p>1 marc ar gyfer nodi hyrwyddo priodol</p> <p>$(1 + 1) \times 2$</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> Recriwtio — bydd angen rhaglen barhaus o recriwtio/gwybodaeth yn awgrymu cyfradd gadael uchel – bydd angen cynllunio hyrwyddo yn y tymor hir. Targedu – llawer o bobl eisoes â diddordeb yn y syniad o ymuno â champfa/llai o angen i argyhoeddi anghredinwyr am fanteision bod yn aelod o gampfa — bydd angen defnyddio cyfrwng sy'n canolbwyntio ar y farchnad darged. 	<p>1 marc ar gyfer ffactor</p> <p>1 marc ar gyfer nodi sut y bydd y ffactor yn effeithio ar ei chynlluniau</p> <p>1 marc ar gyfer effaith wirioneddol ar gynlluniau hyrwyddo</p> <p>$(1 + 1 + 1) \times 2$</p> <p style="text-align: right;">(6 marc)</p>
3 a)	<ul style="list-style-type: none"> Y wasg/y wasg leol. Sinema. Radio. Teledu. 	<p>1 marc ar gyfer pob cyfrwng</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
3 b)	<ul style="list-style-type: none"> Teledu — costau cynhyrchu uchel/costau darlledu uchel. Radio — (amgyffrediad) cost cynhyrchu uchel/darlledu'n ddrud yn ystod oriau brig. 	<p>1 marc ar gyfer cyfrwng amhriodol</p> <p>1 marc ar gyfer cysylltu â'r gyllideb</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
3 c)	<p><u>Marchnad darged</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 18–45. Incwm uchel/lefel uchel o incwm disgresiwn/gwario'n uchel ar hamdden. Pobl broffesiynol yn ardal Harlow. <p><u>Angen dewis cyfrwng sydd</u></p> <ul style="list-style-type: none"> yn debygol o gael ei weld/ei ddarllen/ei glywed gan y farchnad darged yn briodol i/yn dal sylw'r farchnad darged yn cael ei ddefnyddio gan y farchnad darged fel ffynhonnell wybodaeth. 	<p>1 marc ar gyfer nodi'r farchnad darged</p> <p>1 marc ar gyfer y ffordd y mae'r farchnad darged yn effeithio ar y dewis o gyfrwng</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
4 a)	<ul style="list-style-type: none"> Dylid datblygu pob un o'i chynlluniau hyrwyddo yn unol â'r gyfraith. Rhaid bod yn onest. Rhaid bod yn ffeithiol gywir. Rhaid bod yn gywir. Rhaid peidio â charmarwain. Rhaid peidio ag awgrymu rhywbeth nad yw'n wir Rhaid peidio â manteisio ar anwybodaeth y defnyddwyr. 	<p>1 marc ar gyfer pob pwynt sy'n disgrifio agweddau ar y Ddeddf Disgrifiad Masnach</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
4 b)	<ul style="list-style-type: none"> Gellir hysbysu'r Safonau Masnachu – caiff cwynion eu harchwilio/gall arwain at erlyn. Gellir mynd i'r llys – gall fod yn gostus. 	<p>1 marc ar gyfer sefyllfa bosibl</p> <p>1 marc ar gyfer canlyniad</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
5 a)	<ul style="list-style-type: none"> Datganiadau i'r wasg/anfon datganiad i'r wasg yn cyhoeddi clwb ffitrwydd newydd i bapur lleol – papur lleol bob amser eisiau llenwi lle gyda newyddion lleol/efallai y bydd y papur lleol yn anfon newyddiadurwr i ymweld â'r clwb a gwneud adolygiad. Hanes achos/paratoi hanes achos athletwr lleol sy'n hyfforddi yn <i>Fitness Fast</i> — dosbarthu hwn i'r cyfryngau lleol/efallai y caiff yr athletwr ei gyfweld ar y teledu lleol/gellir defnyddio'r cyfle i grybwyll <i>Fitness Fast</i>. Defnyddio gofod golygyddol yn y wasg/radio/teledu — mae'n debygol y bydd pobl leol yn gwrando, rhai ohonynt yn rhan o'r farchnad darged. Nawdd/noddi'r tîm pêl-droed lleol — defnyddio llwyddiant y tîm i hyrwyddo manteision <i>Fitness Fast</i>/caiff chwaraewyr eraill eu denu gyda'r dymuniad i rannu'r llwyddiant. 	<p>1 marc ar gyfer pob dull</p> <p>1 marc ar gyfer pam y mae'n briodol</p> <p>1 marc ar gyfer sut y gellir ei ddefnyddio</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
5 b)	<ul style="list-style-type: none"> Cysylltiadau Cyhoeddus (CC) yn seiliedig ar gyfathrebu dwy ffordd parhaus gyda sefydliad a'i gyhoedd trwy'r cyfryngau sydd ar gael — yn seiliedig ar gyflwyno delwedd dda/deniadol i'r cyhoedd/marchnadoedd targed — yn bwysig i'r gwasanaeth am fod y sector yn gystadleuol iawn — mae angen i <i>Fitness Fast</i> greu ymwybyddiaeth/delwedd dda ar unwaith am ei fod yn fenter newydd. CC yn seiliedig ar gyflwyno gwasanaeth mewn cyd-destun golygyddol — llai amlwg yn fasnachol o gymharu â hysbysebu y telir amdano — (mae'n debyg) rhoddir barn annibynnol am y gwasanaeth — y gellir ei defnyddio i ardystio <i>FF</i>. 	<p>1 marc ar gyfer diffinio CC da</p> <p>1 marc ar gyfer pam y mae'n bwysig yn gyffredinol</p> <p>1 marc ar gyfer pam y mae'n bwysig i wasanaeth</p> <p>1 marc ar gyfer cysylltu ag anghenion penodol <i>FF</i></p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
5 c)	<ul style="list-style-type: none"> Mae Alice yn gymnastwraig broffesiynol — mae gan y cyhoedd ddi-ddordeb mewn pobl broffesiynol ym myd chwaraeon — bydd gymnastwraig broffesiynol yn rhedeg busnes lleol yn denu sylw yn lleol/yn rheswm dros ymweld â <i>FF</i> — ymweliad yn rhoi cyfle i'w troi yn aelodau newydd/sy'n talu. Mae Alice yn fabolgampwraig broffesiynol — bydd ganddi lawer o gysylltiadau ymysg pobl broffesiynol ym myd busnes/enwogion – gellir eu gwahodd i ymweld/hyfforddi yn <i>FF</i> — gellir defnyddio'r cyswllt ag enwogion i ddenu aelodau newydd. 	<p>1 marc ar gyfer cydnabod cefndir</p> <p>1 marc ar gyfer yr hyn y gallai olygu o ran CC</p> <p>1 marc ar gyfer sut y gellir defnyddio cefndir o ran CC</p> <p>1 marc ar gyfer y manteision i <i>FF</i></p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
6 a)	<p><u>Costau tebygol</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Ymddengys yn syml felly cost gymharol isel i'w greu. Byddai cynhyrchu un ochr fach yn gost gymharol isel i'w hargraffu/chreu. <p><u>Gallu i gyrraedd y farchnad darged</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Byddai'n cyrraedd y farchnad darged am y byddai'n cael ei rhoi i bobl sy'n edrych yn debygol. Gellir targedu'n fanwl gywir. <p><u>Codi ymwybyddiaeth</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Byddai'r daflen yn hysbysu pobl am <i>Street Seen</i>. Byddai'n dweud wrth bobl yr hyn y mae <i>Street Seen</i> yn ei gynnig i'r rhan fwyaf o bobl. Byddai'r daflen yn dal y llygaid ac yn darparu'r holl wybodaeth am y siop. 	<p>1 marc ar gyfer asesu'r gost debygol</p> <p>1 marc ar gyfer asesu'r gallu i gyrraedd y targed</p> <p>1 marc ar gyfer asesu'r gallu i godi ymwybyddiaeth</p> <p style="text-align: right;">(3 marc)</p>
6 b)	<ul style="list-style-type: none"> Ymgorffori slip dychwelyd/ffurflen enw a chyfeiriad/rhywbeth i annog dychwelyd y daflen wrth ymuno gyda thaflen — defnyddio codau i nodi'r taflenni a ddisbarthwyd mewn ffyrdd gwahanol/mewn mannau gwahanol — cofnodi a monitro codau'r taflenni — defnyddio ymchwil i'r farchnad/dulliau ystadegol i ddadansoddi'r codau/ffynhonnell y daflen. Cofnodi/monitro gwerthiant — cymharu lefelau gwerthiant cyn y taflenni gyda lefel gwerthiant ar ôl yr ymgyrch taflenni — gweld a oes gwahaniaeth — llunio casgliadau yn seiliedig ar y gwahaniaeth. 	<p>1 marc ar gyfer dull</p> <p>1 marc ar gyfer sut i ddefnyddio'r dull</p> <p>1 marc ar gyfer sut i fesur effeithiolrwydd</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
6 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Gwastraff uchel — ddim yn cyrraedd y farchnad darged/ddim yn ddewisol/ni fydd pob ardal yn cynnwys y farchnad darged. • Cost uchel — mae Harlow yn debygol o gynnwys 40 000 o gartrefi/cost uchel fesul aelod sy'n cael ei recriwtio. • Hwyrach na ellir cyrraedd 100% o'r bobl — hwyrach na fydd pob cartref yn derbyn taflen o ganlyniad i ddiffyg adnoddau i'w dosbarthu/taflenni'n cael eu taflu. <p>(Gellir rhoi gwendidau eraill dosbarthu taflenni o ddrws i ddrws ond 1 marc yn unig os nad ydynt yn gysylltiedig â holl ardaloedd preswyl y dref. Byddai'r enghreifftiau'n cynnwys cael eu trin fel post papurach/cael eu taflu/ddim yn cael eu dosbarthu fel a drefnwyd ac ati)</p>	<p>1 marc ar gyfer nodi gwendidau dosbarthu o ddrws i ddrws</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio sut y mae gwendid yn gysylltiedig â chyrhaeddiad pob ardal breswyl</p> <p style="text-align: center;">(1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
6 ch)	<ul style="list-style-type: none"> • Dosbarthu yn yr orsaf drenau leol/trefnu i'r taflenni gael eu rhoi i gymudwyr ifanc sy'n dychwelyd o'r gwaith — gellir eu dosbarthu'n uniongyrchol i gwsmeriaid targed/llai o wastraff. • Dosbarthu yng nghanol y dref/trefnu i'r taflenni gael eu dosbarthu i'r farchnad darged — gellir gweld pwy sy'n cael y taflenni/llai o wastraff. • Dosbarthu mewn ciw sinema/aros y tu allan i'r sinema a'u rhoi i bobl sy'n mynd i mewn — sinema yn denu'r farchnad darged ar gyfer <i>Street Seen</i>. • Dosbarthu mewn tafarnau/clybiau — bydd y lleoliad wedi denu'r farchnad darged — gellir eu dosbarthu'n uniongyrchol i gwsmeriaid targed/llai o wastraff. 	<p>1 marc ar gyfer dull</p> <p>1 marc ar gyfer dull mwy effeithiol nag o ddrws i ddrws</p> <p>1 marc ar gyfer dull mwy defnyddiol</p> <p style="text-align: center;">(1 + 1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">(6 marc)</p>
7 a)	<ul style="list-style-type: none"> • Amser brechwast/cyn i bobl ifanc fynd i'r ysgol/coleg — amser traddodiadol i wrando ar DJs hwyliog/cerddoriaeth a thrafod gyda ffrindiau yn yr ysgol/coleg. • Amser gyrru/7–9am/4–7pm/targedu pobl sydd ag incwm disgresiwn uchel/mwy tebygol o fod â swyddi — oriau brig ar gyfer gwrando ar y radio gan bobl sy'n mynd i/dychwelyd o'r gwaith pan fydd y farchnad darged yn fwy tebygol o fod yn gwrando. • Fin nos — bydd yn creu ymwybyddiaeth o'r siop cyn bod pobl ifanc yn mynd allan. 	<p>1 marc ar gyfer amser priodol</p> <p>1 marc ar gyfer rheswm</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
7 b)	<p><u>Cyrhaeddiad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> % y boblogaeth sy'n debygol o glywed yr ysbyseb — defnyddir i fesur graddau/rhychwant ymgyrch hysbysebu. Rhychwant daearyddol ymgyrch — cyfran y farchnad darged a gyrhaeddir. <p><u>Amllder</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Pa mor aml/sawl gwaith y caiff hysbyseb ei darlledu — defnyddir fel mesur o effeithlonrwydd cost/llwyddiant prynu gymaint o adegau â phosibl o fewn y gyllideb. 	<p>1 marc ar gyfer diffiniad sylfaenol</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad o wahaniaeth</p> <p>(1 + 1) x 2</p> <p>(4 marc)</p>
7 c)	<p>Gallai'r atebion fod ar ffurf y canlynol:</p> <ul style="list-style-type: none"> Bydd radio masnachol yn cyrraedd marchnad leol — ond gall llawer o'r gwrandawyr fod y tu allan i'r dalgylch ar gyfer y siop — gallai fod yn gost effeithiol oherwydd unwaith y bydd hysbyseb wedi ei chreu gellir ei defnyddio drosodd a throsodd — gallai cost gychwynnol cynhyrchu fod yn rhy uchel i greu hysbyseb o ansawdd, a gellir niweidio'r ddelwedd. <p>(Dylai'r ateb gynnwys cyfeiriad at y posibilrwydd o 'beidio â bod yn ddefnyddiol' er mwyn cael marciau llawn.)</p>	<p>1 marc ar gyfer defnyddioldeb (uchwfswm 2)</p> <p>1 marc ar gyfer cyswllt ag effeithiolrwydd cost (uchafswm o 2 farc)</p> <p>(4 marc)</p>
7 ch)	<ul style="list-style-type: none"> Nodi mater/problem foesegol. Nodi'r hyn a ddarlledwyd. Nodi pryd y cafodd ei ddarlledu. Cysylltu ag Ofcom. Cyfeiriad olrhain i grŵp radio yn Ofcom. Gwneud cwyn. 	<p>1 marc ar gyfer pob cam yn y broses</p> <p>(3 marc)</p>
8 a)	<ul style="list-style-type: none"> Gwerthu mwy o gynnyrch. Denu pobl i ymuno. Gwneud mwy o arian. Cyfleu neges. Atgyfnerthu brand. 	<p>1 marc ar gyfer amcan busnes</p> <p>(1 marc)</p>
8 b)	<ul style="list-style-type: none"> Hysbyseb testun. Baner ar wefan. Hysbyseb ymddangos ar y we. Hysbyseb fflach ar y we. 	<p>1 marc ar gyfer enghraifft o gyfrwng newydd</p> <p>(1 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
8 c)	<ul style="list-style-type: none"> • I greu ymwybyddiaeth o gynnyrch — cyfryngau newydd yn fwy tebygol o gael eu gweld gan y farchnad darged na'r cyfryngau traddodiadol. • I gyfleu neges i adran o'r farchnad darged sy'n anodd i'w chyrraedd drwy'r cyfryngau traddodiadol. • Cyfryngau newydd yn fwy tebygol o gael eu gweld gan ddyfynion ifanc. 	<p>1 marc ar gyfer rheswm sylfaenol</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
8 ch)	<ul style="list-style-type: none"> • Briff • Copi • Delweddau • Arbenigedd technegol/sgiliau TGCh • Meddalwedd addas/Dreamweaver • Mynediad i'r rhyngrwyd • Darparwr Gwasanaeth ar y Rhyngrwyd (ISP) • Digon o le ar y we • Amser cynhyrchu. 	<p>1 marc ar gyfer pob gofyniad cynhyrchu</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
8 e)	<ul style="list-style-type: none"> • Yn gostus i'w cynhyrchu — llai o arian ar gael ar gyfer y wasg/cyfryngau eraill. • Arbenigedd TGCh yn angenrheidiol i'w cynhyrchu — angen prynu'r sgiliau i mewn. • xxmb o ofod angenrheidiol ar y we — wedi defnyddio gofod ar y we a allai fod wedi cael ei ddefnyddio ar gyfer archebu dros e-bost. 	<p>1 marc ar gyfer cyfyngiad</p> <p>1 marc ar gyfer y ffordd yr effeithiodd y cyfyngiad ar yr ymgyrch</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
9 a)	<ul style="list-style-type: none"> • I hyrwyddo'r cynnyrch/brand. • I werthu mwy o'r cynnyrch. • I greu delwedd newydd ar gyfer y cynnyrch/hysbysebydd. • I ddenu cwsmeriaid. • I gadw'r gynullieidfa'n hapus a chreu cysylltiad cadarnhaol cofiadwy â'r cynnyrch/hysbysebydd ar yr un pryd. 	<p>1 marc ar gyfer pob rheswm</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
9 b)	<ul style="list-style-type: none"> • Cost — angen defnyddio offer/criw drud i greu hysbyseb. • Angen ei gwneud ar ffilm yn hytrach na fideo i gael ansawdd digonol — mae'r broses hon yn ddud. • Mae angen offer arbenigol /taflunyddion sinema i ddangos yr hysbyseb — mewn sinemâu gyda'r offer iawn. 	<p>1 marc ar gyfer cyfyngiad</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
9 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Gwyllo a gwrando ar y gynulleidfa tra bo'r hysbyseb yn cael ei ddangos — mesur yr ymateb — gallai llawer o siarad awgrymu nad ydynt yn hoffi'r hysbyseb/nad yw'n ddigon deniadol — cynulleidfa dawel sy'n cyfrannu/ymateb cadarnhaol yn awgrymu bod yr hysbyseb wedi gweithio. • Cynnal ymchwil i'r gynulleidfa — cyfweld â'r gynulleidfa i fesur ymwybyddiaeth o'r cynnyrch cyn iddynt fynd i mewn i'r sinema — eu cyfweld eto ar ôl iddynt ddod allan o'r sinema — mesur y gwahaniaeth mewn ymwybyddiaeth rhwng y ddau gyfweiliad. 	<p>1 marc ar gyfer pob cam yn y broses o archwilio barn y gynulleidfa</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
9 ch)	<ul style="list-style-type: none"> • Mae ar sgrîn sy'n llawer mwy/graddfa fwy — mae hyn yn golygu y bydd yn cael mwy o effaith ar y gynulleidfa. • Yn debygol o fod yn fwy o amser na hysbyseb ar y teledu — mwy o amser i gyfathrebu. • Gall gynnwys delweddau na fyddent yn dderbyniol ar y teledu — gall gyfleu neges wahanol i'r gynulleidfa. 	<p>1 marc ar gyfer gwahaniaeth</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio'r gwahaniaeth</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
10 a)	<ul style="list-style-type: none"> • Dangos enw'r hysbysebydd ar ddechrau a diwedd y rhaglen deledu — mae'r enw hefyd yn cael ei ddangos yn ystod toriadau hysbysebion. • Y noddwr yn talu am holl ddillad chwaraeon tîm pêl-droed/pêl-rwyd lleol — enw'n cael ei arddangos i'r gynulleidfa yn ystod gêmiau. • Mae BT yn noddi gŵyl gerddoriaeth Glastonbury — nhw sy'n rhedeg yr holl gyfleusterau telegyfathrebu ac mae ei enw ar bob safle posteri. 	<p>1 marc ar gyfer math o nawdd</p> <p>1 marc ar gyfer disgrifiad</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
10 b)	<ul style="list-style-type: none"> • Y noddwr yn elwa ar gysylltiadau cadarnhaol â'r rhaglen deledu — nid yw'n cael ei weld gan y gynulleidfa fel hysbysebu amlwg/masnacheiddiwch. • Noddwr yn cael tocynnau am ddim i bob gêm — gellir eu defnyddio ar gyfer difyrru cwsmeriaid/ysgogi staff. • Noddwr yn cael cyfle i fod yn rhan o ddigwyddiad unigryw gyda chynulleidfa benodol o bobl ifanc y gellir eu cael i ymuno â BT — targedu'n llawer uwch na chyfryngau eraill. 	<p>1 marc ar gyfer mantais</p> <p>1 marc ar gyfer mantais o'i chymharu â chyfryngau eraill</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
10 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Efallai na fydd rhai pobl yn hoffi'r sefydliad. • Gall atal gymaint o bobl ag y mae yn eu denu. • Efallai na chaiff ei ystyried yn berthnasol/gellir ei ystyried yn amherthnasol. • Efallai bod gan y sefydliad/person sy'n cael ei noddi broblemau sydd wedyn yn cael eu cysylltu â'r noddwr ee Michael Jackson a Pepsi. • Y gynulleidfa yn adnabod y sefydliad/y person sy'n cael ei noddi ond yn colli'r noddwr ei hun. 	<p>1 marc ar gyfer pob effaith negyddol</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
10 ch)	<ul style="list-style-type: none"> • Mesur gwerthiant — cymharu gwerthiant cyn i'r nawdd ddechrau â gwerthiant yn ystod/ar ôl y nawdd. • Mesur y newid mewn ymwybyddiaeth — mesur ymwybyddiaeth cyn y nawdd/cymharu ag ymwybyddiaeth ar ôl y nawdd. • Gwneud ymchwil — cyn ac ar ôl y nawdd. 	<p>1 marc ar gyfer dull sylfaenol</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>

Dosbarthiad maes cynnwys

Cwestiwn	Maes cynnwys			
	6.1	6.2	6.3	6.4
1	4			
2	6			
3 a)		2		
3 b)		2		
3 c)		2		
4 a)			2	
4 b)			2	
5 a)	2			
5 b)	4			
5 c)	4			
6 a)		3		
6 b)				4
6 c)		4		
6 ch)		6		
7 a)		2		
7 b)		4		
7 c)		4		
7 ch)			3	
8 a)				1
8 b)		1		
8 c)				2
8 ch)		4		
8 d)			2	
9 a)				2
9 b)		2		
9 c)				4
9 ch)		2		
10 a)	2			
10 b)				2
10 c)				4
10 ch)				2
Cyfanswm	22	38	9	21

Cwestiwn	AA1: Cyfwerth â'r Band			AA2: Cyfwerth â'r Band			AA3: Cyfwerth â'r Band			AA4: Cyfwerth â'r Band			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1	2	2											4
2	2	2	2										6
3 a)	1	1											2
3 b)		1	1										2
3 c)				2									2
4 a)	2												2
4 b)				2									2
5 a)	1	1											2
5 b)	1	1	2										4
5 c)				2	2								4
6 a)	3												3
6 b)				4									4
6 c)	2	2											4
6 ch)				1	1	2	2						6
7 a)						1	1						2
7 b)					2	2							4
7 c)							2	2					4
7 ch)								3					3
8 a)	1												1
8 b)				1									1
8 c)	1	1											2
8 ch)	2	1	1										4
8 d)										2			2
9 a)				2									2
9 b)					2								2
9 c)							2	2					4
9 ch)						2							2
10 a)				2									2
10 b)										1	1		2
10 c)										2	1	1	4
10 ch)								1	1				2
Gwirioneddol	18	12	6	16	7	7	7	9	0	5	2	1	90
	36			30			16			8			90
Targed	18	12	6	16	8	7	6	5	3	5	2	2	
	36			31			14			9			90

Mae'r targed cyffredinol ar gyfer pob Amcan Asesu yn seiliedig ar 40%, 35%, 15% a 10% fel y cytunwyd, wedi ei leihau *pro rata* i 90 o farciau.

Cynllun marcio

**Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl)**

**Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Dwbl)**

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Dwbl)

Uned 8

Datblygu Busnes

Asesiad allanol

	25%	30%	20%	25%	
	KSU	A KSU	R & A	E	
Amcanion asesu	AA1	AA2	AA3	AA4	Cyfanswm
8.1 Y Syniad Busnes					
Ystod o syniadau posibl	3	6			9
Eich statws cyfreithiol a threth			3		3
Cystadleuaeth/cwsmeriaid tebygol ar gyfer y cynnyrch neu'r gwasanaeth			3	4	7
Strategaethau hyrwyddo	2	4	3		9
8.2 Y Broses Gynhyrchu/Ansawdd					
Nifer y cynnyrch neu'r gwasanaeth a gynigir, proses ac amseru		3			3
Adnoddau ffisegol angenrheidiol	2	2			4
Adnoddau dynol angenrheidiol	3	2			5
Sut y gellir sicrhau a rheoli ansawdd			2		2
8.3 Adnoddau Ariannol					
Ffynonellau cyllid	3	2	2		7
Cyllideb gychwynnol a gofynion cyfalaf gweithredol	3				3
Rhagolygon ar gyfer llif arian a mantoli'r cyfrifon		2	3	4	9

Rhesymeg

AA1 – cyfnewid/cofnodi syniadau, dethol y gorau o dri

AA2 – rhestru manteision/anfanteision tri

AA3 – archwilio dewisiadau eraill ar gyfer y mathau gwahanol o sefydliadau a ddewiswyd

AA3 – ymchwil sylfaenol ac eilaidd

AA4 – cyflwyno/gwerthuso'r canfyddiadau

AA1 – diffinio'r pedwar P

AA2 – cymhwyso'r 4 P i'r prif syniad

AA3 – llwyddiant tebygol y strategaethau hyrwyddo gwahanol

Rhesymeg

AA2 – cymhwyso gwybodaeth a gafwyd o ymchwil i'r farchnad

AA1 – nodi anghenion

AA2 – disgrifio defnydd/cymhwyso

AA1 – nodi anghenion

AA2 – disgrifio rolau a lleoliad

AA3 – ymchwil i safonau ansawdd cydnabyddedig gan gynnwys adborth gwasanaeth cwsmeriaid

Rhesymeg

AA1 – nodi ffynonellau a mathau

AA2 – cymhwyso i sefyllfaoedd busnes gwahanol

AA3 – telerau ac amodau ymchwil

AA1 – rhestr o benawdau gwariant/derbynebau gan gynnwys y symiau

AA2 – cymhwyso ffigurau i ddatganiad llif arian cyfrifiadurol/llaw

AA3 – nodi proffil 12 mis ar gyfer pob pennawd priodol

AA4 – creu a dadansoddi siart mantoli'r cyfrifol cyfrifiadurol/llaw

Asesiad allanol

	25%	30%	20%	25%	
	KSU	A KSU	R & A	E	
Amcanion asesu	AA1	AA2	AA3	AA4	Cyfanswm
Cyfrif elw a cholled amcanol	2	2			4
Mantolenni cychwynnol a therfynol	2	2			4
8.4 Dichonoldeb a Gwerthusiad Gwerthusiad o sefyllfa'r busnes ar ddiwedd y flwyddyn			2	5	7
Sefyllfaoedd 'Beth os' yn seiliedig ar y wybodaeth sydd yno eisoes				5	5
Sefyllfa amcanol mewn tair blynedd yn seiliedig ar y sefyllfa a ddewiswyd				5	5
Syniadau amgen os yw unrhyw un o'r uchod yn anaddas	2	2			4
Cyfansymiau	21	27	18	23	90

Rhesymeg

AA1 – dangos y fformat cywir

AA2 – trosglwyddiad cywir gydag addasiadau o'r datganiad llif arian

AA1 – dangos y fformat cywir

AA2 – trosglwyddiad cywir gydag addasiadau o'r datganiad llif arian

Rhesymeg

AA3 – diffinio dadansoddiad SWOT a PEST

AA4 – cymhwyso SWOT a PEST a chymarebau ariannol perthnasol

AA4 – ffactor mewn newidiadau i'r farchnad/cyfraddau llog/costau sefydlog/cyfalaf yn unigol neu ar y cyd

AA4 – dangos parhad i fasnachu llawn ar ôl 3 blynedd gyda'r sefyllfaoedd disgwylidig gwaethaf/gorau

AA1 – datblygu syniadau gwreiddiol 2 a 3 ymhellach

AA2 – esboniad ynghylch sut y gallai'r syniadau hyn weithio

Cyflwyniad amgen o'r meini prawf asesu

	Band Marc 1	Band Marc 2	Band Marc 3	Marc a ddyfarnwyd
a AA1, AA2, AA3, AA4	Syniad busnes posibl yn cael ei ddethol, gan roi rhesymau sylfaenol dros y dewis a'r dichonoldeb ac yn amlinellu strategaethau marchnata/hyrwyddo ac yn nodi gwybodaeth am y gystadleuaeth.	Gwybodaeth gadarn am y syniad busnes wedi ei chefnogi gan dystiolaeth o ddichonoldeb a strategaethau manwl gyda pheth cyfiawnhad o'r cynnig. Gwybodaeth gadarn am y gystadleuaeth.	Syniadau cynhwysfawr a gwreiddiol gyda thystiolaeth ac argymhellion wedi eu cyfiawnhau a'u cefnogi'n llawn. Gwybodaeth gynhwysfawr a gwreiddiol am y gystadleuaeth.	
	(1-14)	(15-22)	(23-28)	28
b AA1, AA2, AA3	Gofynion adnoddau a materion ansawdd yn cael eu trin ar lefel sylfaenol.	Materion adnoddau ac ansawdd yn cael eu cyflwyno'n gadarn, gydag enghreifftiau perthnasol wedi eu cymhwyso'n dda.	Materion adnoddau ac ansawdd yn cael eu cyflwyno'n gynhwysfawr gyda thystiolaeth fanwl wedi ei chefnogi'n llawn.	
	(1-7)	(8-11)	(12-14)	14
c AA1, AA2, AA3, AA4	Llunio cynllun ariannol yn darparu'r wybodaeth sylfaenol sy'n angenrheidiol ar gyfer ffynonellau, cyllidebau, llif arian, mantoli'r cyfrifon a'r cyfrifon.	Cynllun ariannol manwl yn cynnwys yr holl agweddau angenrheidiol yn dangos meddwl annibynnol a dealltwriaeth eglur.	Cynllun ariannol cynhwysfawr wedi ei gyflwyno'n broffesiynol sy'n dadansoddi ac yn cymhwyso'r rhagolygon yn gywir gan ddangos gwreiddioldeb, meddwl annibynnol a dealltwriaeth eglur.	
	(1-13)	(14-20)	(21-27)	27
ch AA1, AA2, AA3, AA4	Darparu gwerthusiad syml o sefyllfa'r busnes ar ddiwedd y flwyddyn ac amcan mewn tair blynedd.	Dadansoddiad a gwerthusiad cadarn o'r sefyllfa bresennol a'r sefyllfa amcanol gan ddangos meddwl annibynnol.	Dadansoddiad ac arfarniad cynhwysfawr o'r sefyllfa bresennol a'r sefyllfa amcanol gydag argymhellion manwl a gwreiddiol a chasgliadau wedi eu cyfiawnhau.	
	(1-10)	(11-16)	(17-21)	21
Cyfanswm y marciau				90

Cynllun marcio

Edexcel TAG Uwch Gyfrannol Mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG Uwch Gyfrannol mewn Busnes Cymhwysol
(Dyfarniad Dwbl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Sengl)

Edexcel TAG mewn Busnes Cymhwysol (Dyfarniad Dwbl)

Uned 10

Penderfyniadau Marchnata

Busnes Cymhwysol Uned 10: Penderfyniadau Marchnata: Cynllun marcio

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
1 a)	<p><u>Cryfder</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cynnyrch adnabyddus. • Cynhyrchu % uchel o incwm ar gyfer <i>Great Walls Ltd.</i> • Cynhyrchu % uchel o elw ar gyfer <i>Great Walls Ltd.</i> • Ar gael yn helaeth. • Wedi bod o amgylch ers 20 mlynedd. <p><u>Gwendid</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Busnes yn orddibynnol ar greu % uchel o incwm yn barhaus. • Busnes yn orddibynnol ar greu % uchel o elw yn barhaus. • Diffyg buddsoddiad diweddar. • Nid yw'r pris adwerthu ar y silff yn gystadleuol. <p><u>Cyfle</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • I gefnogi/diogelu <i>Wallfiller</i>. • I gyflwyno fersiwn wedi ei gymysgu'n barod. <p><u>Bygythiadau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Redifill. • Llenwyr brandiau eu hunain. • Dirywiad mewn gwerthiant. • Dirywiad mewn proffidioldeb. • Colli cyfran o'r farchnad. 	<p>1 marc ar gyfer pob enghraifft (uchafswm o 2 farc ar gyfer pob pennawd)</p> <p style="text-align: right;">(8 marc)</p>
1 b)	<ul style="list-style-type: none"> • Gwendid yn seiliedig ar nodweddion mewnol — bygythiad yn seiliedig ar ffactorau allanol. • Gwendid yn rhywbeth y gallwch fynd i'r afael ag ef/yn effeithio'n uniongyrchol/gwneud rhywbeth yn ei gylch — mae bygythiad yn rhywbeth y tu hwnt i'r rheolaeth uniongyrchol. 	<p>1 marc ar gyfer agwedd ar wendid</p> <p>1 marc ar gyfer agwedd ar fygythiad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
1 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Wedi ei gymysgu'n barod — yn haws ac yn lanach i gwsmeriaid ei ddefnyddio — dim un cynnyrch arall fel hwn ar y farchnad. • Mae mewn twb — dull modern o bacio — rhoi delwedd fodern iddynt o'i gymharu â chynnyrch eraill. 	<p>1 marc ar gyfer Pwynt Gwerthu Unigryw (USP) ar gyfer <i>Redifill</i></p> <p>1 marc ar gyfer nodi pam y mae'n USP</p> <p>1 marc ar gyfer cymhwyso i <i>Redifill</i></p> <p style="text-align: right;">(3 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
2	<p>Uchel 10%</p> <p>Plentyn Problematig</p> <p>Seren</p> <p>Twf yn y Farchnad</p> <p>F(2)</p> <p>Ci</p> <p>Buwch Arian</p> <p>Isel 0%</p> <p>Isel 0% Cyfran y Farchnad Uchel 100%</p>	
2 a) (i)	<p><i>Wallfiller W</i> ym mlwch ‘buwch arian’ am fod gan <i>Wallfiller</i> gyfran uchel/70% o’r farchnad — ac mae Ffigur 1 yn dangos bod y farchnad honno rhwng 2000 a 2003 wedi gwastadu ar ôl tyfu’n raddol ers 1995.</p>	<p>1 marc ar gyfer lleoli W yn gywir</p> <p>1 marc ar gyfer cyfiawnhad</p> <p>(2 marc)</p>
2 a) (ii)	<p>Man cychwyn D Redifill ym mlwch ‘ci’.</p> <p>Safle gorffen G ym mlwch ‘seren’.</p> <p>Mae (G1) yn cyfeirio at dwf isel yn y farchnad/cyfran isel o’r farchnad ar gyfer y farchnad llenwyr yn gyffredinol.</p> <p>Mae (G2) yn cyfeirio at y farchnad sy’n tyfu ar gyfer llenwyr wedi eu cymysgu’n barod /<i>Redifill</i> wedi cyflawni cyfran gynyddol o’r farchnad.</p>	<p>1 marc ar gyfer lleoli D yn gywir</p> <p>1 marc ar gyfer lleoli G yn gywir</p> <p>1 marc ar gyfer cyfiawnhad</p> <p>(3 marc)</p>
2 b) (i)	<ul style="list-style-type: none"> Mwy o hysbysebu — ceisio codi cyfran y brand/ysgogi’r farchnad. Pecynnau newydd — i ennyn diddordeb/treialu/defnydd. Fformiwla newydd — ail-lansio fel cynnyrch newydd. Bydd angen agor marchnadoedd newydd/symud i farchnadoedd newydd — ymestyn y defnydd i feysydd/tasgau gwahanol. 	<p>1 marc ar gyfer newid (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio’r hyn y mae newid yn debygol o’i gyflawni (uchafswm o 2 farc)</p> <p>(4 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
2 b) (ii)	<ul style="list-style-type: none"> • Bydd yn anodd iawn am fod Wallfiller wedi cael ei ddefnyddio ers 20 mlynedd am un dasg yn unig mewn un farchnad — anodd iawn i newid defnydd/amgyffrediad y defnyddiwr. • Bydd yn ddrud iawn i dyfu'r farchnad am ei bod yn seiliedig ar angen/defnydd y defnyddiwr — amhosibl i Wallfiller greu mwy o graciau mewn waliau. 	<p>1 marc ar gyfer nodi pam y mae'n anodd iawn</p> <p>1 marc ar gyfer esbonio pam</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
2 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Ystyried y farchnad yn ei chyfanrwydd a gellir asesu sefyllfaoedd cynnyrch cystadleuol — lle mae 'PLC' ond yn canolbwyntio ar un cynnyrch. 	<p>1 marc ar gyfer mantais</p> <p>1 marc ar gyfer cymhariaeth</p> <p style="text-align: right;">(2 marc)</p>
3 a)	<ul style="list-style-type: none"> • Un cynnyrch/<i>Wallfiller</i> yn flaenllaw.. • Dim llawer o gystadleuaeth/dim ond <i>Wallfiller</i> a brand eu hunain. • Defnyddwyr yn cael eu hecsbloetio gan gynnyrch cymharol ddrud oherwydd diffyg cystadleuaeth. • Cynnyrch ar gael yn eang mewn marchnadoedd adwerthu. • Dim llawer o gymorth marchnata nes i <i>Redifill</i> gael ei gyflwyno.. • <i>Great Walls Ltd.</i> yn ddigon bodlon i odro'r farchnad ac nid ydynt wedi buddsoddi yn y blynyddoedd diweddar. 	<p>1 marc ar gyfer elfennau o ddisgrifió amgylchedd marchnata</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
3 b)	<ul style="list-style-type: none"> • Bydd angen cynnyrch addas — angen dod o hyd i gynnyrch neu ddatblygu cynnyrch eich hun. • Angen rhaglen 'NPD' — i ddatblygu cynnyrch cystadleuol yn seiliedig ar fanyleb farchnata. • Gallai effeithio ar werthiant/safle <i>Wallfiller</i> yn y farchnad — bydd angen cefnogi'r brand gyda gweithgaredd marchnata i amddiffyn y gyfran o'r farchnad/safle yn y farchnad. 	<p>1 marc ar gyfer goblygiad (uchafswm o 2 farc)</p> <p>neu 1 marc ar gyfer goblygiad + 1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
3 c)	<ul style="list-style-type: none"> • Redifill ond ar y farchnad ers 4 mis ac eisoes yn cymryd cyfran Wallfiller o'r farchnad. • Redifill yn cael ei hysbysebu ar y teledu/mae'n hysbys bod hysbysebu ar y teledu yn cael effaith uniongyrchol a dramatig ar werthiant y cynnyrch sy'n cael ei hysbysebu/i'r gwrthwyneb bydd yn lleihau gwerthiant cynnyrch tebyg nad ydynt yn cael eu hysbysebu/gall gael effaith eurgylchu ar y prif frand. • Bydd adwerthwyr yn gweld effaith yn syth ar werthiant Redifill/byddant yn disgwyl yn gyflym iawn i Great Walls Ltd i ymateb. 	<p>1 marc ar gyfer rheswm</p> <p style="text-align: right;">(1 marc)</p>
4 a)	<ul style="list-style-type: none"> • Tactegol — am y byddai angen ailwerthuso hyn yn gyflym — am fod y cynnyrch yn brif enillydd refeniw ar hyn o bryd a byddai lleihau elw yn cael effaith ar adwerthwyr/colli ewyllys da/colli gofod ar y silff/gostwng incwm i'r cwmni. • Ddim yn strategol — am fod hon yn fenter tymor byr — cynllunnir penderfyniadau strategol dros amser. 	<p>1 marc ar gyfer strategaeth gywir</p> <p>1 marc ar gyfer rheswm</p> <p>1 marc ar gyfer cyfiawnhad</p> <p style="text-align: right;">(3 marc)</p>
4 b)	<p><u>Cadarnhaol</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • torri prisiau yn hybu gwerthiant • hybu maint gwerthiant • cwsmeriaid yn aros yn hapus os yw'r pris yn gostwng • ysgogi'r farchnad trwy annog cystadleuaeth • gellir ei weld fel ffordd o roi pwysau ar GW i wella eu helw eu hunain. <p><u>Negyddol</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • gallai leihau eu helw • bydd yn rhaid i ostyngiad ddod o rywle • bydd y gweithgynhyrchydd yn ceisio torri'r pris i amddiffyn eu cynnyrch eu hunain/nid yw torri'r pris o fudd i adwerthwyr • y cynnyrch wedi ei sefydlu, nid oes angen llawer o gymorth/costau i'w werthu • ar hyn o bryd maent yn gwerthu maint rhesymol gydag elw da. 	<p>1 marc ar gyfer pwynt gwerthuso penodol, yn seiliedig ar ddilysrwydd y dull o gael gwybodaeth farchnata.</p> <p>Dylai'r gwerthusiad gynnwys y ddwy ochr</p> <p>Cadarnhaol (uchafswm o 3 marc)</p> <p>Negyddol (uchafswm o 3 marc)</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
4 c) (i)	<p><u>Problemau yn y tymor byr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Refeniw is. • Problemau'r adwerthwr. • Gallai Redifill hefyd ostwng ei bris. 	<p>1 marc ar gyfer problem yn y tymor byr (uchafswm o 2 farc) neu</p> <p>1 marc ar gyfer problem sylfaenol</p> <p>1 marc ar gyfer datblygiad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
4 c) (ii)	<p><u>Problemau yn y tymor hir</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Ni ellir dychwelyd i'r pris uwch. Gellir effeithio ar amgyffrediad y defnyddiwr. Gallai safle Wallfiller ar y brig fod o dan fygythiad oherwydd torri prisiau. 	<p>1 marc ar gyfer problem yn y tymor hir (uchafswm o 2 farc)</p> <p>neu</p> <p>1 marc ar gyfer problem sylfaenol</p> <p>1 marc ar gyfer datblygiad</p> <p>(2 farc)</p>
5 a)	<p><u>Ymchwilio i'r adwerthwyr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> I ganfod sut y mae'r adwerthwyr yn gweld Redifill — gall GWL wneud newidiadau yn ôl y gofyn. Sefydlu'r telerau a'r amodau a gynigir gan Redifill — gall GWL wneud penderfyniadau priodol a chymryd camau lle bo angen. <p><u>Ymchwilio i'r defnyddwyr</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Nodi barn y farchnad ac amgyffrediad y gystadleuaeth — bydd yn yn helpu yn nhermau NPD a dyfodol y cynnyrch presennol. Bydd yn gallu nodi cryfderau/gwendidau Redifill — bydd yn helpu i gynllunio marchnata. 	<p>1 marc ar gyfer sut y bydd ymchwilio i adwerthwyr yn helpu</p> <p>1 marc ar gyfer cymhwyso i GWL (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer sut y bydd ymchwilio i ddefnyddwyr yn helpu</p> <p>1 marc ar gyfer cymhwyso i GWL (uchafswm o 2 farc)</p> <p>(4 marc)</p>
5 b)	<ul style="list-style-type: none"> Arolygon ataliad wyneb yn wyneb — paratoi holiadur — aros y tu allan/tu mewn i siopau DIY — dethol pobl sydd newydd brynu Redifill — gofyn pam/beth maent yn ei ddisgwyl — oherwydd eu bod newydd wneud penderfyniad i'w brynu ac mae'n rhaid bod ganddynt reswm. Profion Hall — gofyn i ymatebwyr i ddefnyddio cynnyrch — cymharu cynnyrch — holi ymatebwyr ar ôl defnyddio'r cynnyrch — cofnodi'r canfyddiadau — am mai prawf ymarferol yw hwn ac y bydd yn dangos unrhyw fanteision/problemau i'r defnyddiwr yn ymwneud â'r cynnyrch. 	<p>1 marc ar gyfer dethol dull priodol</p> <p>1 marc ar gyfer agweddau ar y dull dethol (uchafswm 4 o farciau)</p> <p>1 marc ar gyfer pam y mae'n briodol</p> <p>(6 marc)</p>
5 c)	<ul style="list-style-type: none"> Diddordeb/agweddau tuag at gynnyrch atgyweirio. Perfformiad cynnyrch. Amgyffrediad cwsmeriaid o frand. Pam y mae cwsmeriaid yn prynu Redifill. Pam nad yw cwsmeriaid yn prynu Wallfiller. 	<p>1 marc ar gyfer mathau o wybodaeth</p> <p>(2 farc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
5 ch)	<ul style="list-style-type: none"> Ymchwilwyr yn mesur cludiadau, stoc cyfredol, a gwerthiant drwy banel o siopau — yna maent yn tynnu'r ffigurau i nodi'r safle ar draws yr holl farchnad — bydd yn dangos safleoedd/cyfran o'r farchnad/cyfraddau gwerthiant gwirioneddol Redifill o'i gymharu â Wallfiller — oherwydd bod y data yn seiliedig ar werthiant a chludiadau gwirioneddol yn hytrach na thybiaethau neu farn fel dulliau ymchwil eraill. 	<p>1 marc ar gyfer nodi beth yw archwiliad adwerthu parhaus</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p>1 marc ar gyfer y ffordd y mae archwiliad parhaus yn darparu gwybodaeth (uchafswm o 2 farc)</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
5 d)	<ul style="list-style-type: none"> Archwilio'r wasg fasnach. Archwilio adroddiadau sydd wedi eu cyhoeddi yn ymwneud â'r farchnad. 	<p>1 marc ar gyfer bob ffordd neu 1 marc ar gyfer y ffordd + 1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
6	<ul style="list-style-type: none"> Dilys am eu bod yn ddata sylfaenol — barn onest/bersonol gan berson allweddol yn y diwydiant — dyma farn bersonol/yn seiliedig ar ddata gwerthiant gwirioneddol gan sefydliad allweddol. Nid ydynt yn ddilys am eu bod yn rhannol ac yn unochrog — ond yn cynrychioli barn un sefydliad — hefyd, bydd y prynwr yn adnabod y Cyfarwyddwr Gwerthiant yn dda a hwyrach na fydd am dramgwyddo felly nid yw'n dweud y gwir/hwyrach na fydd y CG yn hoffi'r atebion a gall y sgwrs fynd yn anodd. 	<p>1 marc ar gyfer nodi pa mor ddilys yw'r atebion</p> <p>1 marc ar gyfer pam</p> <p>Uchafswm o 2 farc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>
7 a)	<p><u>Marchnad neu sector</u> 'melysion'/'nwyddau gwyn'.</p> <p><u>Enw cynnyrch newydd</u> 'White Maltesers'/'Ice Diamond'.</p> <p><u>Brand</u> 'Maltesers'/'Hotpoint'.</p> <p><u>Math o gynnyrch</u> 'siocledi gwyn gyda chanol dil mêl ysgafn, crisbin'/'oergell'.</p> <p><u>Cynhyrhydd y cynnyrch newydd</u> 'Masterfoods'/'Merloni Elettrodomestici'.</p> <p><u>Marchnad darged</u> 'plant 5-8 oed'/'oedolion sy'n chwilio am felysion newydd i'w plant'/'perchnogion cartrefi, 18-45'.</p>	<p>1 marc ar gyfer cynnwys dau neu dri darn o wybodaeth am y farchnad</p> <p>1 marc ar gyfer cynnwys pedwar i chwe darn o wybodaeth</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>
7 b)	<p><u>White Maltesers</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Pecyn — cafodd ei argraffu'n goch a gwyn i ddangos y Maltesers gwyn fel peli eira mewn golygfa eira. Pris — roeddent 5c yn ddrutach na'r Maltesers arferol. <p><u>Ice Diamond</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Effeithlonrwydd ynni — mae'r mathau newydd yn honni eu bod yn defnyddio llai o drydan na brandiau eraill. Dull retro — wedi eu cynllunio i fod yn wahanol i nwyddau gwyn eraill. 	<p>1 marc ar gyfer nodwedd newydd</p> <p>1 marc ar gyfer disgrifio nodwedd newydd</p> <p>(1 + 1) x 2</p> <p style="text-align: right;">(4 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
7 c)	<p><u>White Maltesers</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Cynnyrch newydd wedi ei bacio mewn bocsys arddangos bach ar gyfer cownteri siopau wrth ymyl y til. <p><u>Gwerthusiad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Creu gwerthiant byrbwyll. Cyfle i gyflwyno pecyn newydd yn ogystal â phecyn safonol. Edrych yn wahanol i'r pecyn safonol. Gallai edrych yn hen os yw'n dal ar werth wedi tymor yr eira. Gall atal gwerthiant y cynnyrch safonol. Yn debygol o gostio mwy am fod yn pecyn yn wahanol. <p><u>Ice Diamond</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Cost datblygu uchel/cost cynhyrchu uwch. Gwerthusiad. Deniadol i 'gwsmeriaid newydd'. Gwneud i'r gystadleuaeth edrych yn anghyfrifol. Datblygiad cadarnhaol mewn marchnad sy'n gymharol statig. Pris adwerthu uwch. Gallai technoleg newydd achosi problemau yn y tymor hir. 	<p>1 marc ar gyfer maes cynllunio marchnata neu wneud penderfyniadau</p> <p>1 marc ar gyfer nodweddion cadarnhaol gwerthuso (uchafswm o 2 farc)</p> <p>1 marc ar gyfer nodweddion negyddol gwerthuso (uchafswm o 2 farc)</p> <p style="text-align: right;">(5 marc)</p>
8 (i)	<ul style="list-style-type: none"> Ymddangos bod yr ymgyrch wedi bodloni anghenion y sefydliad oherwydd bod cyfran y farchnad wedi cynyddu o 6.2% i 8.9% — mae'r casgliad hwn yn seiliedig ar fwriad wedi ei ddatgan i gynyddu cyfran y farchnad a gafodd gyhoedduswydd mawr yn y wasg fasnach — cadarnhawyd y cynnydd gan ddatganiadau diweddarach i'r wasg/adroddiadau yn y wasg fasnach. Ni wnaeth yr ymgyrch fodloni anghenion y sefydliad — gwariwyd £2filiwn honedig ar amser darlledu ar y teledu — ond methodd y cynnyrch â symud o'r siopau fel y gwelwyd gan ostyngiad diweddarach yn y pris i glirio'r stoc. 	<p>1 marc ar gyfer casgliad wedi ei gyfiawnhau</p> <p>1 marc ar gyfer sut y daethpwyd i'r casgliad</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(3 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
8 (ii)	<ul style="list-style-type: none"> • Ymddengys bod yr ymgyrch wedi bodloni anghenion cwsmeriaid am fod y cynnyrch hwn bellach wedi treiddio ymhell i'r farchnad — mae adroddiadau masnachol yn nodi bod defnyddwyr yn hoff o'r cynnyrch — cefais gopiau o adroddiadau o safle ar y rhyngwrwyd. • Ni fodlonodd yr ymgyrch anghenion cwsmeriaid am y nodir bod llawer o'r cynnyrch wedi cael eu dychwelyd — creodd hysbysebu ddisgwyliadau uchel ynghylch perfformiad — cafwyd siom pan welwyd nad oedd y perfformiad yn ddim gwell na chynnyrch tebyg a oedd eisoes yn bodoli. 	<p>1 marc ar gyfer casgliad wedi ei gyfiawnhau</p> <p>1 marc ar gyfer sut y daethpwyd i'r casgliad</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(3 marc)</p>
9 (i)	<p><u>Yn seiliedig ar adnoddau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dim digon o arian. • Dim digon o adnoddau. <p><u>Yn seiliedig ar ddeddfwriaeth</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ni ellid defnyddio actorion yn yr hysbyseb a oedd yn ymddangos yn iau na 18 oed. • Ni ellid sôn am nodweddion iachus y cynnyrch. <p><u>Yn seiliedig ar reoliadau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Yn cael ei ystyried yn gynnyrch i oedolion ac yn gallu dangos yr hysbyseb ar ôl 9.00pm yn unig. • Gorfod addasu honiadau yn unol â chanllawiau'r diwydiant. 	<p>1 marc ar gyfer cyfyngiad ar yr ymgyrch farchnata</p> <p style="text-align: right;">(1 marc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
9 (ii)	<p><u>Yn seiliedig ar adnoddau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dim digon o arian — gellid gwneud hysbyseb ar fideo yn unig — gyda diffyg ansawdd/gwerthoedd cynhyrchu o ganlyniad. • Dim digon o gynnyrch — yr ymgyrch hyrwyddo gychwynnol wedi clirio'r stoc o'r siopau — ni ellid adfer y stoc felly dirwy gan adwerthwyr/llawer o ddefnyddwyr rhwystredig. <p><u>Yn seiliedig ar ddeddfwriaeth</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ni ellid defnyddio actorion yn yr hysbyseb oedd yn ymddangos yn iau na 18 oed — gorfod defnyddio actorion hŷn — ddim o reidrwydd yn addas i apelio at y farchnad darged. • Ni ellid sôn am nodweddion iachus y cynnyrch — ni ellid nodi Pwynt Gwerthu Unigryw yn benodol — gorfod hyrwyddo manteision eilaidd sy'n seiliedig ar ffeithiau mesuradwy. <p><u>Yn seiliedig ar reoliadau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Am ei fod yn cael ei ystyried yn gynnyrch i oedolion, dangoswyd yr hysbyseb ar ôl 9.00pm yn unig — nid yr amser gorau am fod y farchnad darged eisoes wedi gadael y cartref ac ni fyddant yn gwyllo'r teledu. • Wedi gorfod addasu honiadau yn unol â chanllawiau'r diwydiant — hyn yn golygu bod y cynnyrch yn ymddangos yn debyg i rai'r cystadleuwyr — ni ellid manteisio ar nodweddion unigryw. 	<p>1 marc ar gyfer sut y mae cyfyngiad yn newid yr ymgyrch farchnata</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>

Cwestiwn	Ateb disgwylidig	Marc a ddyfernir
9 (iii)	<p><u>Yn seiliedig ar adnoddau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Dim digon o arian — ni wnaeth yr ymgyrch/hysbyseb greu argraff ar gwsmeriaid/defnyddwyr — ni chafwyd gwerthiant uchel fel y disgwyliwyd. • Dim digon o gynnyrch — ni ellid cyrraedd targedau gwerthiant a ragwelwyd — a llawer o gwsmeriaid anhapus. <p><u>Yn seiliedig ar ddeddfwriaeth</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ni ellid defnyddio actorion yn yr hysbyseb oedd yn ymddangos yn iau na 18 oed — ni chrëwyd digon o ymwybyddiaeth ymysg y farchnad darged — ni chyrhaeddwyd y targedau gwerthiant na'r targedau elw. • Ni ellid sôn am nodweddion iachus y cynnyrch — cafodd y cynnyrch ei anwybyddu gan fwyafrif y defnyddwyr — cafodd ei werthu i ddefnyddwyr a oedd wedi ymchwilio i'r defnydd o'r cynnyrch eu hunain. <p><u>Yn seiliedig ar reoliadau</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Am ei fod yn cael ei ystyried yn gynnyrch i oedolion, dangoswyd yr hysbyseb ar ôl 9.00pm yn unig — roedd yn rhaid newid y cyfrwng o'r teledu i bosteri — cafodd effaith dda ond nid oedd mor uniongyrchol â hysbysebu ar y teledu. • Wedi gorfod addasu honiadau yn unol â chanllawiau'r diwydiant — penderfynwyd y byddau CC yn ffordd well o hyrwyddo cynnyrch — heb weld eto a yw hyn yn effeithiol felly mae oedi cyn cynhyrchu rhagolygon gwerthiant/elw. 	<p>1 marc ar gyfer effaith cyfyngiad ar ganlyniad yr ymgyrch farchnata</p> <p>1 marc ar gyfer esboniad</p> <p style="text-align: right;">(2 farc)</p>

Dosbarthiad maes cynnwys

Cwestiwn	Maes cynnwys			
	10.1	10.2	10.3	10.4
1 a)	8			
1 b)	2			
1 c)		3		
2 a) (i)		2		
2 a) (ii)		3		
2 b) (i)		4		
2 b) (ii)		2		
2 c)		2		
3 a)	4			
3 b)	4			
3 c)	1			
4 a)		3		
4 b)		4		
4 c) (i)	2			
4 c) (ii)	2			
5 a)			4	
5 b)			6	
5 c)			3	
5 ch)			4	
5 d)			2	
6			3	
7 a)				2
7 b)				4
7 c)				5
8 (i)				3
8 (ii)				3
9 (i)				1
9 (ii)				2
9 (iii)				2
Gwirioneddol	23	23	22	22
Marciau Targed	22.5	22.5	22.5	22.5

Cwestiwn	AA1: Cyfwerth â'r Band			AA2: Cyfwerth â'r Band			AA3: Cyfwerth â'r Band			AA4: Cyfwerth â'r Band			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
1 a)	4	4											8
1 b)			2										2
1 c)				2	1								3
2 a) (i)	1			1									2
2 a) (ii)	1			1	1								3
2 b) (i)				2	1	1							4
2 b) (ii)						2							2
2 c)	1	1											2
3 a)				2	2								4
3 b)				2	1	1							4
3 c)						1							1
4 a)	1	1	1										3
4 b)										2	2		4
4 c) (i)				1	1								2
4 c) (ii)				1	1								2
5 a)							2	2					4
5 b)							2	2	2				6
5 c)	2												2
5 ch)							2	1	1				4
5 d)	2												2
6										2	2		4
7 a)	2												2
7 b)		2	2										4
7 c)				1						4			5
8 (i)										1	1	1	3
8 (ii)										1	1	1	3
9 (i)		1											1
9 (ii)				2									2
9 (iii)						2							2
Gwirioneddol	14	9	5	15	8	7	6	5	3	10	6	2	90
	28			30			14			18			90
	27			31			14			18			90

Gorffennaf 2005

Am ragor o wybodaeth am gymwysterau Edexcel a BTEC cysylltwch â
Gwasanaethau Cwsmeriaid ar 0870 240 9800
neu <http://enquiries.edexcel.org.uk>
neu ymwelwch â'n gwefan: www.edexcel.org.uk

Edexcel Cyfyngedig. Yn gofrestredig yng Nghymru a Lloegr Rhif 4496750
Swyddfa Gofrestredig: One90 High Holborn, Llundain WC1V 7BH

