



Høgskolen i Telemark

Slutteksamen

100% av emnet i

5203 MARKEDSFØRING

10 studiepoeng

9. desember 2009

St. Barbara, USA

Tidsrom: 09:00-12:00

Målform: Bokmål/Nynorsk

Sidetal: 3 medrekna framside

Antall oppgaver: 5 oppgaver – studenten skal svare på alle

Merknader: Oppgåvene tel likt

Eksamensresultata blir offentliggjorde på Arena høgskole via www.hit.no. Kom i hug studentnummer og kandidatnummer for kvar eksamen.

Godkjent 11.11.09



Avdeling for allmennvitenskaplege fag.



BOKMÅL:

Oppgave 1.

Markedsføringsplanen består av flere deler. Sett opp en disposisjon for en markedsplan og forklar kort de ulike delene.

Oppgave 2.

Beskriv produktets livssyklus, herunder hva denne livssyklusen egentlig beskriver og hvilke faser den består av. Gå nærmere inn på bedriftens situasjon når produktet befinner seg i modningsfasen og forklar hvilke alternativer man da har.

Oppgave 3.

Forklar hva du mener med merkevaremarkedsføring og diskuter hvilke elementer/faktorer du vil legge vekt på for å skape et verdifullt merke.

Oppgave 4.

Diskuter viktige forskjeller ved markedsføring av varer og markedsføring av tjenester og hvilke konsekvenser dette gir deg som markedsfører.

Oppgave 5.

Du er nyansatt som produksjef på «Pippis Pizza». For å øke salget etter jul vil du lage en kommunikasjonskampanje. Hvilke trinn vil du gå igjennom ved utviklingen av denne kampanjen?



NYNORSK:

Oppgåve 1.

Marknadsføringsplanen består av fleire deler. Sett opp ein disposisjon for ein marknadsplan og forklar kort dei ulike delane.

Oppgåve 2.

Beskriv livssyklusen til eit produktet, kom nærare inn på kva denne livssyklusen eigentleg beskriv og kva fasar den består av. Gå nærare inn på den situasjonen ei bedrift er i når produktet er i modningsfasen og forklar dei alternativ man har da.

Oppgåve 3.

Forklar kva du meiner med merkevaremarknadsføring og diskuter kva element/faktorar du vil leggje vekt på for å skape eit verdifullt merke.

Oppgåve 4.

Diskuter viktige forskjellar ved marknadsføring av varer og marknadsføring av tenester og dei konsekvensane dette får for deg som marknadsfører.

Oppgåve 5.

Du er nyttilsett som produktsjef på «Pippis Pizza». For å auke salet etter jul vil du lage ein kommunikasjonskampanje. Kva trinn vil du gå igjennom ved utviklinga av denne kampanjen?