



Høgskolen i Telemark

EKSAMEN

Markedskommunikasjon

28.05.2009

Tid: 9-13

Målform: Bokmål/nynorsk

Sidetal:

Hjelpemiddel: Ingen

Merknader:

Vedlegg:

Eksamensresultata blir offentliggjort på nettet, via StudentWeb.



Avdeling for allmennvitenskaplege fag.



Oppgave 1 (teller 25 %)

Boken beskriver en kommunikasjonsmodell i form av gjennomstrømmingsmodell.. Gi en redegjørelse for denne modellen..

Oppgave 2 (teller 25 %)

Bedriftsmarkedet skiller seg fra forbrukermarkedet på flere områder.. Redegjør kort for følgende:

- a) Redegjør for forhold som særpreger bedriftsmarkedet.
- b) Redegjør også for kommunikasjonsmiks og medievalg på dette markedet.

Oppgave 3 (teller 50 %)

Du er nyansatt som markedsadministrator i en sportsbutikkjede med 10 butikker lokalisert i de største byene på Østlandet.

Markedsføringen til kjeden har tradisjonelt bestått i annonsering i den største lokalavisen i hver by, og noe uadressert reklame i postkassen.

Ledelsen ser at mediebildet er i sterk utvikling og at nye medier kan bli mer aktuelt å ta i bruk for å hevde seg i konkurransen. De ber deg derfor gjøre en vurdering av mediebruken og redegjøre for følgende:

- a) Hvilke kriterier er vanlig å bruke ved valg av tradisjonelle medier. Gi også en kort redegjørelse for sterke og svake sider for lokalavis som annonsemedium.
- b) Internet er en kanal som øker sterkt. Redegjør for hvilke muligheter som ligger i denne kanalen og gi et eksempel på hvordan sportsbutikkjeden kan bruke Internet som reklamekanal.