



Høgskolen i Telemark

Slutteksamen

100% av emnet i

5203 MARKEDSFØRING

10 studiepoeng

13. mai 2010

New York, USA

Tidsrom: 10:00 – 14:00

Målform: Bokmål/Nynorsk

Sidetall: 3 medregnet framside

Antall oppgaver: 4 oppgaver – hvorav studenten skal besvare alle

Merknader: Hver oppgave vektes likt.

Du finner eksamensresultater på StudentWeb.



Avdeling for allmennvitenskapelige fag.



BOKMÅL:

Oppgave 1

Forklar følgende begreper:

- A: Behov, ønsker og etterspørsel
- B: Produkt og merke
- C: Målgrupper og segmenter
- D: Markedsføringskanaler

Oppgave 2

De rammebetingelser en bedrift opererer under, kan deles inn i interne og eksterne rammebetingelser. Gjør rede for bedriftens eksterne rammebetingelser (omgivelser).

Oppgave 3

Hvilke faser eller trinn er det naturlig å gå igjennom ved utvikling av effektiv kommunikasjon?

Oppgave 4

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

Bruk av gode og relevante eksempler vil telle positivt ved fastsettelse av karakter



NYNORSK:

Oppgåve 1

Forklar desse omgrepa:

- A: Behov, ønskje og etterspørsel
- B: Produkt og merke
- C: Målgrupper og segment
- D: Marknadsføringskanalar

Oppgåve 2

Dei rammevilkåra i bedrift opererer under kan delast inn i interne og eksterne rammevilkår. Grei ut om eksterne rammevilkår (omgjevnader) for ei bedrift

Oppgåve 3

Kva for nokre fasar eller trinn er det naturleg å gå igjennom ved utvikling av effektiv kommunikasjon?

Oppgåve 4

Diskuter viktige skilnader ved marknadsføring av varer og tenester og kva for nokre konsekvensar dette gjer deg som marknadsfører.

Bruk av gode og relevante døme vil telle positivt ved fastsetting av karakter