



Høgskolen i Telemark

Slutteksamen

100% av emnet i

5203 MARKEDSFØRING

10 studiepoeng

22. mai 2010

Santa Barbara

Tidsrom: 09:00 – 13:00

Målform: Bokmål/Nynorsk

Sidetall: 3 medregnet framside

Antall oppgaver: 5 oppgaver – **hvorav studenten skal besvare 4**

Merknader: Oppgavene vektes likt med 25%

Du finner eksamensresultater på StudentWeb



Avdeling for allmennvitenskapelige fag



BOKMÅL:

Oppgave 1

Gjør rede for hvordan en bedrift kan skape kundetilfredshet og hva som kan gjøres for å beholde eksisterende kunder.

Oppgave 2

Gjør rede for produktutviklingsprosessen og de ulike fasene i denne. Vis med eksempler.

Oppgave 3

Redegjør for hvorfor markedssegmentering blir sett på som en viktig del av markedsplanleggingen og hvilke inndelingskriterier som kan benyttes ved segmentering av forbrukermarkedet.

Oppgave 4

Forklar følgende begreper/modeller:

- Maslows behovshierarki
- BCG-matrisen

Oppgave 5

Markedskommunikasjon er en blanding av flere kommunikasjonsområder/-verktøy. Grei ut om disse områdene og se på fordeler og ulemper ved disse.



NYNORSK:

Oppgåve 1

Gjer greie for korleis ei bedrift kan skape kundetilfredshet og kva som kan gjerast for å halde på eksisterande kundar.

Oppgåve 2

Gjer greie for produktutviklingsprosessen og dei ulike fasane i denne. Vis med eksempel.

Oppgåve 3

Gjer greie for kvifor marknadssegmentering blir sett på som ein viktig del av marknadsplanlegginga og kva inndelingskriterier ein kan nytte ved segmentering av forbrukarmarknaden.

Oppgåve 4

Forklar følgjande omgrep/modellar:

- Maslows behovshierarki
- BCG-matrisen

Oppgåve 5

Marknadskommunikasjon er ei blanding av fleire kommunikasjonsområde/-verktøy. Grei ut om desse områda og sjå på fordelar og ulemper ved desse.