



Høgskolen i Telemark

Eksamen

5203 MARKEDSFØRING

10 studiepoeng

6.5.10

Playa del Carmen, Mexico

Tidsrom: 09:00 – 13:00
Målform: Bokmål/Nynorsk
Sidetal: 2 medrekna framside
Antall oppgaver: 4 oppgaver
Merknader: ingen

**Eksamensresultat - se StudentWeb, sjå www.hit.no
Kom i hug studentnummer og kandidatnummer for kvar eksamen.**



Avdeling for allmennvitenskaplege fag.



BOKMÅL:

Oppgave 1

Markedsføreren må forstå hva som skjer i kjøperens bevissthet i tidsrommet fra de ytre stimuli kommer til kjøpsbeslutningen. Gjør rede for ulike faktorer som påvirker kjøpsatferden på forbrukermarkedet.

Oppgave 2

Forklar hvordan porteføljematriksen til Boston Consulting Group kan brukes som et viktig strategisk verktøy. Videre skal du kort identifisere hva som er hovedkritikken mot denne modellen..

Oppgave 3

I teorien finner vi følgende fire hovedposisjoner i markedet for en bedrift: markedsleder, markedsutfordrer, markedsfølger og nisjebedrift. Definer disse 4 begrepene.

Oppgave 4

Gi en oversikt over de ulike delene av en markedsplan, forklar prosessen med å utarbeide en markedsplan og hva de ulike delene bør inneholde.

NYNORSK:

Oppgåve 1

Marknadsføreren må forstå kva som skjer i kjøparen si bevisstheit i tidsrommet frå dei ytre stimuli kjem, til kjøpsbeslutninga blir tatt. Gjer greie for ulike faktorar som påverkar kjøpsatferda på forbrukarmarknaden.

Oppgåve 2

Forklar korleis porteføljematriisa til Boston Consulting Group kan nyttast som eit viktig strategisk verktøy. Vidare skal du kort identifisere kva som er hovudkritikken mot denne modellen?

Oppgåve 3

I teorien finn vi følgjande fire hovudposisjonar i marknaden for ein bedrift: marknadsleiar, marknadsutfordrar, marknadsfølgjar og nisjebedrift. Definer desse 4 omgrepa.

Oppgåve 4

Gjev eit oversyn over dei ulike delane av ein marknadsplan, forklar prosessen med å utarbeide ein marknadsplan og kva dei ulike delane bør innehalde.