



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskaplege fag

Slutteksamen

Emnekode:	6002
Emnenamn:	Markedsføring
Studiepoeng for emnet:	7,5
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	100%
Eksamensdato:	16.11.2011
Eksamensstad:	Bali
Lengde/tidsrom:	09-13
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3
Tillatne hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Kandidaten skal besvare fire av fem oppgaver. Oppgavene vektas likt.
Ant. vedlegg:	Ingen

Eksamensresultat finn du etter sensurfall ved å logge deg inn med brukarnamn og passord på StudentWeb (hit.no)



BOKMÅL:

Oppgave 1

De arbeidsbetingelser en bedrift opererer under kan deles inn i interne og eksterne arbeidsbetingelser. Gjør rede for bedriftens eksterne arbeidsbetingelser.

Oppgave 2

Ansoff's ekspansjonsmatrise (vekstmatrise) viser fire ulike hovedmuligheter for vekst/ekspansjon. Redegjør for disse fire hovedmulighetene for vekst/ekspansjon. Vis gjerne praktiske eksempler hvordan modellen kan benyttes.

Oppgave 3

Beskriv to ulike metoder for datainnsamling ved primærundersøkelser. Redegjør for fordeler og ulemper ved begge metodene.

Oppgave 4

Ta utgangspunkt i et produkt du kjenner godt og redegjør for dette produktets livssyklus. Kommenter de ulike fasene og forklar hvilke markedsstrategier som er mest vanlige i de ulike fasene.

Oppgave 5

Grei ut om ulike former for markedskommunikasjon. Gi eksempler på ulike varianter av disse og forklar hvilke særpreg som kjennetegner dem. Når vil det være mest hensiktsmessig å ta i bruk hver av disse variantene?



NYNORSK:

Oppgåve 1

Eit selskap opererer under ulike føresetnader for arbeidet; "arbeidsbetingelser", dei interne og dei eksterne "arbeidsbetingelser". Grei ut om eit selskap sine eksterne "arbeidsbetingelser".

Oppgåve 2

Ansoff's ekspansjonsmatrise/vekstmatrise viser fire ulike hovudmoglegheiter for vekst/ekspansjon. Grei ut om desse fire hovudmoglegheitane for vekst/ekspansjon. Vis gjerne praktiske døme på korleis modellen kan nyttast.

Oppgåve 3

Beskriv to ulike metodar ved primærundersøkingar. Gjer greie for fordelar og ulemper ved begge metodane.

Oppgåve 4

Ta utgangspunkt i eit produkt du kjenner godt og gjer greie for livssyklusen til dette produktet. Kommenter dei ulike fasane og forklar kva for marknadsstrategiar som er dei mest vanlege i dei ulike fasane.

Oppgåve 5

Grei ut om ulike former for marknadskommunikasjon. Gje døme på ulike variantar av desse og forklar kva særpreg som kjenneteiknar dei. Når vil det vere tenleg å ta i bruk kvar av desse variantane?