



## Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege fag

# SLUTTEKSAMEN

<b>Emnekode:</b>	6002 000
<b>Emnenamn:</b>	<b>Markedsføring</b>
<b>Studiepoeng for emnet:</b>	<b>7,5</b>
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	100%
Eksamensdato:	11.05.2011
Lengde/tidsrom:	4 timer (0900-1300)
Eksamensstad:	Playa del Carmen, Mexico
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3 inkludert forside
Tillatne hjelpemidler:	Ingen
Merknader:	Oppgavene vektas likt.
Ant. vedlegg:	Ingen

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



## BOKMÅL:

### Oppgave 1

Vi finner seks konkurrerende begreper for bedriftsorientering, som bedriftene kan velge blant for å styre sin markedsføringsinnsats. Gjør rede for de ulike begrepenes grunnleggende innhold.

### Oppgave 2

Gi en oversikt over de viktigste differensieringsmåtene for en bedrift, samt forklar sammenhengen mellom differensiering og posisjonering i forhold til økt kunde verdi.

### Oppgave 3

Hvilke kjennetegn skiller en tjeneste fra en vare? Diskuter i hvilken grad dette har betydning for markedsføringen.

### 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

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**

Vi finn seks konkurrerande omgrep for bedriftsorientering, som bedriftene kan velje blant for å styre marknadsføringsinnsatsen sin. Gjer greie for det grunnleggande innhaldet i dei ulike omgrepa.

## **Oppgåve 2**

Gi eit oversyn over dei viktigaste differensieringsmåtane for ei verksemd, samt forklar samanhengen mellom differensiering og posisjonering i forhold til auka kundeverdi.

## **Oppgåve 3**

Kva kjenneteikn skil ei teneste frå ei vare. Diskuter i kva grad dette har noko å seie for marknadsføringa.

## **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**

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