



Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege
fag

SLUTTEKSAMEN

Emnekode:	6002
Emnenamn:	Markedsføring
Studiepoeng for emnet:	7,5 sp
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	100 %
Eksamensdato:	19.05.2011
Eksamensstad:	New York
Lengde/tidsrom:	4 timer (9:00 – 13:00)
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3 medrekna framside
Tillatne hjelpemidlar:	Ingen
Antall oppgaver:	5 Oppgaver
Merknader:	Studentane skal svare på alle 5 oppgåvene. Oppgåvene 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

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

Oppgave 2

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

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:

- Merkeverdi (Brand Equity)
- SWOT-analyse

Oppgave 5

Markedskommunikasjon er en blanding av flere kommunikasjonsformer. Grei ut om disse formene.



NYNORSK:

Oppgåve 1

Gjer greie for korleis eit føretak kan skape kundetilfredshet og kva som kan blir gjort for å halde på eksisterande kundar

Oppgåve 2

Drøft viktige skilnader ved marknadsføring av varer og tenester og kva for konsekvensar dette gjev deg som marknadsfører

Oppgåve 3

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

Oppgåve 4

Forklar følgjande omgrep/modellar:

- Merkeverdi (Brand Equity)
- SWOT-analyse

Oppgåve 5

Marknadskommunikasjon er ei blanding av fleire kommunikasjonsformer. Grei ut om desse formene.