



## 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:	21.05.2011
Lengde/tidsrom:	4 timer (0900-1300)
Eksamensstad:	Sydney
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3 inkludert forside
Tillatne hjelpemidler:	Ingen
Merknader:	5 oppgaver – hvorav studenten skal besvare 4. Oppgavene blir vektet 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**

#### **Forklar følgende begreper/modeller:**

- a) Maslows behovshierarki
- b) BCG-matrisen

### **Oppgave 2**

#### **Segmentering:**

Hva er de viktigste segmenteringskriterier vi kan benytte oss av for forbrukermarkedet? Ser du noen ulemper ved å dele opp markedet på en slik måte?

### **Oppgave 3**

#### **Strategi:**

Gjør rede for Porters 3 grunnleggende strategier. Gi eksempler på faktiske bedrifter som passer i de tre ulike kategoriene.

### **Oppgave 4**

#### **Adopsjon/produktets livssyklus:**

Folk er forskjellige når det gjelder villighet til å prøve nye produkter. Beskriv hvordan de ulike adopsjonsgruppene kan sees i sammenheng med produktets livssyklus.

### **Oppgave 5**

#### **Markedskommunikasjon:**

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



## **NYNORSK:**

### **Oppgåve 1**

#### **Forklar følgjande omgrep/modellar:**

- a) Maslows behovshierarki
- b) BCG-matrisen

### **Oppgåve 2**

#### **Segmentering:**

Kva er dei viktigaste segmenteringskriteria vi kan bruke på forbrukarmarknaden? Ser du nokre ulemper ved å dele opp marknaden på ein slik måte?

### **Oppgåve 3**

#### **Strategi:**

Gjer greie for Porters 3 grunnleggande strategiar. Gje døme på faktiske bedrifter som passer i dei tre ulike kategoriane.

### **Oppgåve 4**

#### **Adopsjon/produktets livssyklus:**

Folk er forskjellige når det gjeld kor villige dei er til å prøve nye produkt. Gjer greie for korleis dei ulike adopsjonsgruppene kan sjåast i samanheng med produktets livssyklus.

### **Oppgåve 5**

#### **Marknadskommunikasjon:**

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