



**Høgskolen i Telemark**

Fakultet for allmennvitenskaplege fag

## SLUTTEKSAMEN

<b>Emnekode:</b>	<b>6002</b>
<b>Emnenamn:</b>	<b>Markedsføring</b>
<b>Studiepoeng for emnet:</b>	<b>7,5</b>
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	<b>100%</b>
Eksamensdato:	<b>24.11.12</b>
Eksamensstad:	<b>Bali</b>
Lengde/tidsrom:	<b>4 timer (0900-1300)</b>
Målform:	<b>Bokmål/nynorsk</b>
Ant. sider inkl. framside	<b>3 inkludert framside</b>
Tillatne hjelpemiddel:	<b>Ingen</b>
Merknader:	<b>4 oppgaver – hvorav studenten skal besvare alle. Oppgavene blir vektet likt.</b>
Ant. vedlegg:	

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

## BOKMÅL

### Oppgave 1

#### **Markedskommunikasjon:**

Grei ut om hvilke virkemidler en bedrift har til disposisjon i markedskommunikasjonen (kommunikasjonsmiksen). Ta utgangspunkt i en valgfri bedrift eller merkevare, redegjør for hvilke virkemidler som vil passe å bruke for denne bedriften eller merkevaren og grunngi hvorfor.

### Oppgave 2

#### **Markedssegmentering:**

Redegjør for hvorfor markedssegmentering blir sett på som en viktig del av markedsplanleggingen og beskriv ulike inndelingskriterier som legges til grunn for segmenteringen. Beskriv målgruppen til Gateway College ut ifra disse inndelingskriteriene.

### Oppgave 3

#### **Strategi:**

I teorien skiller man mellom ulike konkurransestrategier alt etter hvilken posisjon et selskap har i markedet. Gjør greie for de ulike strategiene man vanligvis opererer med. Gi eksempler på faktiske bedrifter som passer i de ulike kategoriene.

### Oppgave 4

#### **Situasjonsanalyse:**

Grei ut om hva en SWOT-analyse er og hvordan den brukes. Ta utgangspunkt i en valgfri bedrift eller merkevare og gjør en kortfattet SWOT-analyse, gjerne i stikkordsform.

# NYNORSK

## Oppgåve 1

### **Marknadskommunikasjon:**

Gjer greie for dei ulike virkemidlar ei bedrift har til disposisjon i marknadskommunikasjonen (kommunikasjonsmiksen). Ta utgangspunkt i ei valfri bedrift eller merkevarer, grei ut om kva virkemidlar som vil passe å bruke for denne bedrifta eller merkevara og grunngje kvifor.

## Oppgåve 2

### **Marknadssegmentering:**

Grei ut om kvifor marknadssegmentering blir sett på som ein viktig del av marknadsplanlegginga og beskriv ulike inndelingskriterier som leggst til grunn for segmenteringa. Beskriv målgruppa til Gateway College ut ifrå desse inndelingskriteria.

## Oppgåve 3

### **Strategi:**

I teorien skil ein mellom ulike konkurransestrategiar alt etter kva slags posisjon eit selskap har i marknaden. Gjer greie for dei ulike strategiane ein vanlegvis opererer med. Gje eksempel på faktiske bedrifter som passar i dei ulike kategoriane.

## Oppgåve 4

### **Situasjonsanalyse:**

Gjer greie for kva ein SWOT-analyse er og korleis denne kan nyttast. Ta utgangspunkt i ei valfri bedrift eller merkevarer og gjer ein kortfatta SWOT-analyse, gjerne i stikkords form.