



## Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege fag

### SLUTTEKSAMEN

<b>Emnekode:</b>	6002
<b>Emnenamn:</b>	Markedsføring
<b>Studiepoeng for emnet:</b>	7.5
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	100 %
Eksamensdato:	Mandag 9.12.2013
Eksamensstad:	Playa del Carmen, Mexico
Lengde/tidsrom:	09.00 - 13.00
Målform:	Bokmål / Nynorsk
Ant. sider inkl. framside	2
Tillatne hjelpemiddel:	Ingen
Antall oppgaver:	5 oppgaver, 4 skal besvares.
Merknader:	Hver oppgave teller like mye
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

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

### Oppgave 2

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

### Oppgave 3

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?

### Oppgave 4

Gjør rede for ulike faktorer som kan påvirke en forbrukers kjøpsatferd. Gi eksempler.

### Oppgave 5

Beskriv hvordan en bedrift kan bygge relasjoner til sine kunder og hvorfor dette er lønnsomt. Gi eksempel på 3 ulike bedrifter og beskriv kort hvordan de arbeider med relasjonsmarkedsføring.



**NYNORSK:**

## Oppgåve 1

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

## Oppgåve 2

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

## Oppgåve 3

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?

## Oppgåve 4

Grei ut om dei ulike faktorane som kan påverka ein forbrukar si kjøpsatferd. Gje døme.

## Oppgåve 5

Beskriv korleis ei bedrift kan byggja relasjonar til kundane sine og kvifor dette er lønsamt for bedrifta. Gje døme på tre ulike bedrifter og beskriv kort korleis dei jobbar med relasjonsmarknadsføring.