



Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege fag

SLUTTEKSAMEN

Emnekode:	6002
Emnenavn:	Markedsføring
Studiepoeng for emnet:	7.5
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	100 %
Eksamensdato:	Mandag 6.05.2013
Eksamensstad:	Playa del Carmen, Mexico
Lengde/tidsrom:	09.00 - 13.00
Målform:	Bokmål / Nynorsk
Ant. sider inkl. framside	2
Tillatne hjelpe middel:	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)

MARKEDSPLANLEGGING

BOKMÅL:

Oppgave 1

- a) Gjør rede for hvorfor markedssegmentering blir sett på som en viktig del av markedsplanleggingen. Gjør rede for hvilke inndelingskriterier en kan bruke ved segmentering av forbrukermarkedet.
- b) Kom med forslag til segmentering og målgruppebeskrivelse for 2 ulike produkter.

Oppgave 2

Hva er en merkevare, og hva kjennetegner denne?

Gi eksempler på ulike strategier for hvordan en bedrift kan bygge en merkevare.

Oppgave 3

Beskriv to ulike metoder for datainnsamling ved primærundersøkelser. Redegjør for fordeler og ulemper ved begge metodene.

Oppgave 4

Beskriv de enkelte leddene i kommunikasjonsmodellen. Hvordan kan en bedrift ved hjelp av kunnskap om denne modellen sørge for en effektiv kommunikasjon med målgruppen sin?

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.

MARKEDSKOMMUNIKASJON

NYNORSK:

Oppgåve 1

- a) Gjer greie for kvifor marknadssegmentering vert sett på som ein viktig del av marknadsplanlegginga. Gjer greie for kva inndelingskriterie ein kan nytte ved segmentering av forbrukarmarknaden.
- b) Lag eit framlegg til segmentering og målgruppebeskriving for to ulike produkt.

Oppgåve 2

Kva er ein merkevare og kva kjenneteiknar denne? Gje døme på ulike strategiar for korleis ei bedrift kan byggja ein merkevare.

Oppgåve 3

Skildre to ulike metodar ved primærundersøkjingar. Gjer greie for fordelar og ulemper ved begge metodane.

Oppgåve 4

Skildre dei enkelte ledda i kommunikasjonsmodellen. Korleis kan ei bedrift ved hjelp av kunnskap om denne modellen sikre effektiv kommunikasjon med målgruppa si?

Oppgåve 5

Skildre korleis ei bedrift kan byggja relasjonar til kundane sine og kvifor dette er lønnsamt for bedrifa. Gje døme på tre ulike bedrifter og skildre kort korleis dei jobbar med relasjonsmarknadsføring.