



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskapelige fag

EKSAMEN

6002
Marknadsføring

5. Juni 2013

Tid: 4 timer

Målform: Bokmål

Sidetal: 2

Hjelpemiddel: Ingen.

Merknader: Alle deloppgavene teller likt. Husk å disponere tida i tråd med vektleggingen

**TA DE FORUTSETNINGER DU FINNER
NØDVENDIG!!!**

Vedlegg: Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på Studentweb.



Oppgave 1

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

Oppgave 2

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.

Kom også med forslag til segmentering og målgruppebeskrivelse for 2 ulike produkter.

Oppgave 3

Når nye produkter er ferdig utviklet og blir sendt ut på markedet, starter en prosess i markedet som blir kalt adopsjonsprosessen. Gjør greie for trinnene i en slik prosess. Ta for deg et nytt produkt du selv har anskaffet deg, og beskriv hvordan din adopsjonsprosess så ut for dette produktet.

Oppgave 4

Posisjonering er et sentralt begrep i markedsføringen. Redegjør for dette begrepet og hvordan man kan jobbe med posisjonering og differensiering av et produkt.

Ta for deg en valgfri bedrift eller merkevare og beskriv hvordan bedriften/merkevaren posisjonerer seg.