



TENTAMEN / EXAMINATION



8164617

Fylls i av **student** / To be completed by the **student**

Skriv anonymiseringskoden på samtliga svarsblad / Write your anonymity code on each sheet		Anonymiseringskod / Anonymity code	
		F E G B 3 2 - 0 0 1 2 - L M H	
Provbemärkning / Exam name			Öanmäld
Marknadsföring och affärsutveckling			
Kurskod / Course code	Provkod / Exam code	Tentamensdatum / Examination date	
F E G B 3 2	5 0 0 0	2 0 1 9 - 0 8 - 1 9	
Jag har tagit del av regler som gäller i tentamenssalen / I have read the current exam hall rules		Antal inlämnade blad / Number of sheets	
<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes		13	

Fylls i av **skrivvakt** / To be completed by the **invigilator**

Kontroll av legitimation / Identification checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	Härmed intygas att ovanstående kontroller utförts / This is to certify that the above mentioned checks have been carried out
Kontroll av inlämnade blad / Answer sheets checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	
Inlämningstid / Time of submission	10 : 08	Tydlig sign. / Signature

Fylls i av **lärare** / To be completed by the **examiner**

Bedömning av uppgifter / Questions attempted										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	~
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	~
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	~
Totalt antal poäng / Total points					Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner					
61										
Betyg / Grade					Namnförtydligande / Clarification of the signature					
G										

8164617



Försättsbladet ska alltid lämnas in även om ingen uppgift behandlats /
Examination should always be submitted even if no questions are answered

1
Anonymitetskod: FEGB 32 - 0012 - LMH

Svarshäfte till frågorna 1 - 4
Maria Åkesson

FEGB01/FEGB32
Marknadsföring och affärsutveckling

**OBS! Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



FELB32-0012-LMH

2

(Fråga 1)

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

15

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Det har under kursens gång och i boken pratats och skrivits om flera olika sätt att kommunicera värde. Dessa är och har varit, ~~Dokumentering~~ Associeringsstrategi, Dokumenteringsstrategi, Fysisk representation och Visualiseringsstrategi. Jag väljer då att beskriva Associeringsstrategi, Dokumenteringsstrategi och Fysisk representation. Associeringsstrategi: går ut på att det företag eller organisation som vill kommunicera sitt värde gör detta via associationer till sitt varumärke. Volvo har varit väldigt dubbla på det här senom att visa upp en trygghet och säkerhet. Det handlar om att kommunicera sitt värde i form av en association till Dokumenteringsstrategi: går ut på att i enklast möjliga mån stathera om värdena upp olika tekniska eller andra föremål/egenheter som ens produkt har. Detta i form av t.ex. flygblad eller informationsblad. Vanligt med ex: stärke, pris, hästkrakter, lömlighet etc. uppräknat på en rad eller i en beskrivning. Fysisk representation: går ut på att det företag som önskar att kommunicera sitt värde, gör detta genom att visa på fysiska ting exempelvis senom arbetskläder, arbetsstolar eller som Volvo som "alltid" lackar eller målar sina ~~tekniska~~ grävmaskiner i en specifik blå färg. Detta kan även gälla Byggnader som står representation företags/organisationens värde.

5
negativt
betyg.

5

5

grävmaskiner

Leave this area blank

Universitetstryckeriet



FE6B32-0012-LMH

3

(Fråga 2)

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

7

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skillnaden mellan en traditionell intäktsmodell
och en innovativ intäktsmodell:

En traditionell intäktsmodell bygger "otta" på ett försäljningskoncept och inte ett marknadsföringskoncept. En traditionell intäktsmodell är också ofta väldigt produktorienterad och inte marknadsorienterad.

En ~~traditionell~~ traditionell intäktsmodell "bygger" ofta på att försöka göra en så bra produkt som möjligt för att sedan sälja den till så många som möjligt.

Försäljningskonceptet =

Produktion - existensnadavaren - försäljning - intäkt - Vinst genom antal

Sålda enheter

En innovativ intäktsmodell bygger "otta" på ett marknadsföringskoncept och inte ett försäljningskoncept. En innovativ intäktsmodell är också ofta väldigt marknadsorienterad och inte produktorienterad. En innovativ intäktsmodell "bygger" ofta på att skapa ett så stort värde som möjligt för kunden samt att lönsamhet mäts genom nöjda kunder.

Försäljningskonceptet =

Marknad - kundbaserad - integrerad marknadsföring - lönsamhet

Genom nöjda kunder

Ett bilföretag som arbetar med att tillverka den snabbaste bilen med de bästa kvaliteterna för att sedan sälja sammycket som möjligt av den har ofta en traditionell intäktsmodell redan om bilföretaget istället kombinerat trygghet, för sig från andra tillika och kanske även en värdebaserad prissättning istället av bilen så är det en mer innovativ intäktsmodell.

innovativ intäktsmodell

Leave this area blank

Universitetstryckeriet

