



Antal blad /
Number of sheets

29 ✓

TENTAMEN / EXAMINATION

- Anvisningar:** Skriv din anonymitetskod på varje blad.
Endast en uppgift får lösas på varje blad.
Var vänlig skriv tydligt!
- Instructions:** Write your anonymous code on each sheet.
Answer only one question on each sheet.
Please write clearly!

Vänligen texta anonymitetskoden i textboxen enligt exempel nedan!
Please write the Anonymous Code clearly in the textbox like example below!

Bokstäver/Letters:

A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N-O

P-Q-R-S-T-U-V-W-X-Y-Z-Å-Ä-Ö

Siffror/Numbers:

Ø-1-2-3-4-5-6-7-8-9

Exempel:

A B C 1 7 Ø - Ø 1 7

FEGAØ1

Företagsekonomi

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =
Kurskod + kodnr / course code + code number

F E G A Ø 1 - Ø Ø 4 ✓

Tentamensdatum /
Examination date:

3/11-2014

Behandlade uppgifter / Solved problems

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Ifylles av lärare / To be completed by the examiner

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

Poäng / Marks gained: 81

Betyg / Grade: VG

Max poäng / Total marks gained: 100

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 60

Exam. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

Svarshäfte till Fråga 1

**Marknadsföring
FEGA01**

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

Anonymitetskod: FEGA01-004



FEGA01 - 004

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points for
the question:

5

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

1a, Hållbar marknadsföring innebär att företaget måste tänka på miljön och sitt ansvar. Man kan till exempel försöka minska sina utsläpp och sin nedsmutsning.

b, ® betyder att ett varumärke är registrerat, det är alltså ett varumärkesskydd. 2

c, Kundtillfredsställelse är hur kunden uppfattar en vara eller en tjänst efter användning. Ett företag måste akta sig så de inte lovar kunden för mycket och inte kan hålla löfterna, då blir inte kunden tillfredsställd. Utan företaget ska bara lova det som de vet att de kan tillfredsställa och sedan utföra det på ett bra sätt. 1

d, Det är hot i företagets makromiljö som påverkas av krafter som företaget inte kan påverka.

e,



Ange Kurskod + anonymitetskod / Enter Course code + anonymous code
 (Vid icke anonym tentamen ange Kurskod + Namn + personnummer)
 (At non anonymous examination enter Course code + Name + Personal identity number)

FE GA 01 - 004

Löpande sidnr
 Consecutive
 page no:

3

Uppgift nr /
 Question no:

Poäng / Points for
 the question:

Lärarens
 anteckning / Notes
 from the examiner:

Don't write in this area

Universitetstryckeriet

4

Svarshäfte till Fråga 2 - 3
Johan Kaluza

Marknadsföring
FEGA01

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

Anonymitetskod: FEGA01-004



Ange Kurskod + anonymitetskod / Enter Course code + anonymous code
(Vid icke anonym tentamen ange Kurskod + Namn + personnummer)
(At non anonymous examination enter Course code + Name + Personal identity number)

FEGA01-009

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

5

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points for
the question:

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

Don't write in this area

2, Med primärdata menas att man samlar in ny, fräsch information. Det kan ske på 3 sätt:

- Observational research: Man samlar in information genom att observera exempelvis människor. /
- Survey research: Man samlar in beskrivande, detaljerad information av exempelvis människor.
- Experimental survey: Man "experimenterar" lite med exempelvis människor genom att behandla dem på olika sätt. Det kan man göra direkt eller indirekt. /

3



Ange Kurskod + anonymitetskod / Enter Course code + anonymous code
(Vid icke anonym tentamen ange Kurskod + Namn + personnummer)
(At non anonymous examination enter Course code + Name + Personal identity number)

FEGAØ1-ØØ4

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

6

3. Två typer av value-based pricing:

Uppgift nr /
Question no:

• Good-value pricing²: Att ett företag erbjuder en produkt med bra kvalitet och service till ett rättvist pris.

Poäng / Points for
the question:

• Value-added pricing²: Att istället för att ett företag sätter ett pris som matchar konkurrenternas, så sätter de ett högre pris på produkten för att differentiera sig på marknaden. 1,5

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

7,5 8

