



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



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 - 004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

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



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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

7

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points for
the question:

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

Svarshäfte till Fråga 4
Patrik Gottfridsson

Marknadsföring
FEGA01

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

Anonymitetskod: FEGA01-004



Don't write in this area

| 4, | Kortsiktiga | långsiktiga |
|-----------|-------------|-----------------|
| hög vinst | fjärlor | sanna vänner |
| låg vinst | främlingar | iglar. |

Sannakänner: De är lojala och vinstgivande kunder.

Fjärlor: De är vinstgivande kunder, men de är inte lojala.

Iglar: De är lojala kunder, men de handlar inte tillräckligt mycket för att vara vinstgivande.

Främlingar: Kommer och handlar någon unstaka gång men handlar inte tillräckligt mycket för att vara vinstgivande.

Företag vill helst att alla kunder ska vara "sanna vänner", de försöker få "fjärlorna" att bli långsiktiga kunder och "iglarna" att handla mer. Främlingarna lägger de inte ner mycket energi på, då de antagligen inte kommer komma tillbaka. Det ändå de kan göra är att försöka få dem att köpa så mycket som möjligt när de väl handlar.



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)

FEGA01-00A

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

10

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points for
the question:

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

Svarshäfte till Fråga 5 - 6
Peter Magnusson

Marknadsföring
FEGA01

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

Anonymitetskod: FEGA01-004



5, 4 sätt som tjänster skiljer sig från varor på:

- De är immateriella. Man kan alltså inte exempelvis ta på dem eller se dem.

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points for
the question:

7

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

- De är oskiljaktiga. De produceras och konsumeras på samma gång och kan alltså inte skiljas åt.

- De är föränderliga. Kvaliteten och prestandan på tjänsten kan variera beroende på vem som utför tjänsten, hur den utförs, när den utförs m.m.

- De är förgängliga. De kan inte sparas och användas eller säljas vid ett senare tillfälle.



6. En produkts 3 olika nivåer är:

Grundprodukt: kärnprodukten, det man egentligen köper produkten för att använda den till.

Faktiska produkten: Resten av produktens delar och design som gör den till en "hel" produkt.

Utökade produkten: Installation, service, garanti eller liknande. **Sådant** som inte tillhör produkten, men som man kan få eller köpa till vid sidan av.

Exemplet vattenkokare:

Grundprodukten är i detta fall själva kokaren. Den faktiska produkten kan till exempel vara vattenkokaren när man lagt på handtag och designen. Den utökade produkten kan till exempel vara att man får med en garanti vid köpet.

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
Martin Löfgren

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 - 004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

15

7. Positionering är att man ska positionera sig på marknaden. Man vill ha en stark position i konsumenternas huvud gentemot konkurrenterna.

Uppgift nr /
Question no:

7

Poäng / Points for
the question:

3

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

Ett företag kan positionera sig genom att försöka leverera så mycket kundvärde som möjligt, att hålla sina löften och skapa kundtillfredsställelse.



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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

16

8. Top-of-mind positionering:

Är det märke som är det första de
allra flesta tänker på inom viss bransch.

Uppgift nr /
Question no:

8

Poäng / Points for
the question:

3

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

Till exempel om man skulle be folk
att säga den första läsken de kommer att
tänka på, så skulle i stort sätt alla
säga "Coca-Cola".

Svarshäfte till Fråga 9 - 14
Nina Löfberg

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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

18

9. Fem aktiviteter som mellanhänder ska utföra:

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points for
the question:

8

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

• Promota: De ska marknadsföra vidare företagets produkter till andra enheter och konsumenter.

2

• Logistiska: De hjälper till att frakta och lagra varor.

1

• Risktagande: De tar risken med att fullfölja försäljningen.

1

• Matcha: De kan hjälpa till att hitta nya, potentionella kunder.

2

• Kontakta: De kan hjälpa till att skapa nya, långvariga kundrelationer med dessa nya, potentionella kunder.

2



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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

19

10, 2 sociala faktorer:

Medlemsgrupp: En grupp som konsumenten tillhör, ex. familj, vänner eller grannar. Konsumenten jämför sig då med de andra i samma grupp.

Aspirantgrupp: En grupp som konsumenten inte tillhör, men vill tillhöra. Konsumenten jämför sig därför med denna grupp.

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points for
the question:

4

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:



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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

20

11, Adoptionsprocessens fem steg:

Uppgift nr /
Question no:

11

Poäng / Points for
the question:

10

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

5

- Medvetenhet: Man hör talas om den nya produkten och blir nyfiken.
- Intresse: Man skapar intresse för den nya produkten och börjar söka på information om den.
- Utvärdering: Man utvärderar produkten och ser om det är en produkt som man tror passar en själv.
- Test: Man beslutar sig för att testa produkten i liten skala för att se om den är bra.
- Adoption: Man är nöjd med produkten och börjar använda den regelbundet.

5



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)

FEGA01-004

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

21

Uppgift nr /
Question no:

12

Poäng / Points for
the question:

6

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

2

2

2

12, Annonsering: Det är en opersonlig och betald form av reklam. Kan synas bl.a. på tv, i radio och i tidningar. En annons kan antingen vara informerande, övertygande, jämförande eller påminnande

Sales promotion: Kortsiktiga åtgärder för att öka försäljningen snabbt. Kan t.ex. vara kuponger, prisreduktioner eller kampanjpriser. Genom sales promotion får man snabb och stark respons.

Public relations (PR): Opersonlig form som handlar om att få bra ryktesspridning. Det är mer effektivt än annonsering. Man vill att värdefull information och ett gott rykte ska sprida sig ut till konsumenterna och även mellan konsumenterna.



FEGA01-004

22

13, Marknadssynsätt: Alla företag i samma
marknad är konkurrenter.

Uppgift nr /
Question no:
13

Branschtillhörighet: Att endast de företag
som erbjuder liknande produkter till liknande
priser i marknaden är ett företags konkurrenter.

Poäng / Points for
the question:

5

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

3

Coca-Cola exempel:

Marknadssynsätt: Alla företag som säljer drycker
ex. vatten, juice och saft är konkurrenter.

Branschtillhörighet: Att endast de företag som
säljer läskedrycker är konkurrenter, ex. Pepsi.

2



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)

FEGA 01-009

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

23

Uppgift nr /
Question no:

14

Poäng / Points for
the question:

4

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

2

2

14, 2 st tillväxtstrategier för företag:
• Diversifiering: Man introducerar nya produkter på en ny marknad.
Produktutvidgning: Man introducerar nya varor på en befintlig marknad.



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)

FE6A01 - 009

Löpande sidnr
Consecutive
page no:

29

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points for
the question:

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner: