



Antal blad /
Number of sheets

21 ✓

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

FEGA-Ø1 Förstagsekonomi 1

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring

Delkurs / Part course:

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

FEGA Ø1 - Ø9Ø ✓

Tentamensdatum /
Examination date:

3/11 2016

Behandlade uppgifter / Solved problems

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

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: 73,5

Betyg / Grade: G

Max poäng / Total marks gained: 100

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 60

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

Anonymitetskod: FEGA01-090

Svarshäfte till Fråga 1
Alla lärare

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01 - 090

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Uppgift nr /
Question no:

1.

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

- a) Värdebaserad prissättning. ✓
- b) Segment 1p ✗
- c) Marknet intellegence ✓
- d) Marknadsföring ✓
- e) Customer Relation Management (CRM) ✓
- f) Produkt ✓
- g) Hållbar marknadsföring ✓
- h) Vertikalt distributionssystem ✗
- i) Konkurrentanalys ✓
- j) Alligationsprocessen ✗

15

Anonymitetskod: FEGA01-090

Svarshäfte till Fråga 2
Peter Samuelsson

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01 - 090

Löpande sidnr
Consecutive no:

5.

a) Medvetenhet



Intresse



Utvärdering



Köpsbeslut



Efterköpsbeteende

2p

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

5p

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

b) Medvetenhet - konsumenten blir medveten om att produkten finns men har ingen direkt kunskap om den.

Intresse - konsumenten börjar söka information om produkten.

Utvärdering - konsumenten kommer fram till om han skall köpa produkten utifrån den information han fått fram i föregående steg.

Köpsbeslut - konsumenten köper produkten.

Efterköpsbeteende - hur konsumenten upplever värdet efter köpet. Han kan vara nöjd med produkten men ändå känna att han missat ett bättre erbjudande hos en konkurrent tex.

3p



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
Consecutive no:

6.

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-090

Svarshäfte till Fråga 3 - 4
Nina Löfberg

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

8.

a) Bostonmatrisen är ett hjälpmedel när man analyserar sin nuvarande affärsportfölj. Genom Bostonmatrisen kan man utvärdera sina nuvarande produkter genom att placera in dem i kategorierna som finns i matrisen (kassako, stjärna, hund, frågetecken) och därefter försöka förutspå hur dessa kommer utvecklas. Ett frågetecken till exempel kan bli en stjärna om den inte tappar för stora marknadsandelar innan dess. Utifrån modellen kan man även se vilka produkter man tror är lönsamma att ha kvar och vilka man borde lägga ner / sälja av.

Uppgift nr /
Question no:

3.

Poäng / Points
awarded:

6

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

2

b) Frågetecken - Frågetecknet har en hög tillväxt men en låg marknadsandel. Om produkten kan vinna fler marknadsandelar innan tillväxten avtar blir denna en stjärna, men misslyckas frågetecknet med detta riskerar den att bli en hund.

1

Stjärna - Stjärnan har en hög tillväxt men har också stora marknadsandelar vilket innebär att den är dyr att underhålla men genererar även en stor vinst. Förhoppningen är att stjärnan sedan blir kassako.

1

Kassako - En kassako har låg tillväxt men stora marknadsandelar vilket gör att den genererar mycket vinst samtidigt som den är billig att underhålla.

1



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA 01 - 090

Löpande sidnr
Consecutive no:

9.

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

orts. b) Hund - En hund har låg tillväxt
men även låga marknadsandelar, vilket
resulterar i att den inte är dyr i under-
håll men samtidigt inte genererar någon
påtaglig vinst. Företaget får här ta
ställning om det är värt att behålla
"hunden" eller om den borde tas bort/
sållas.

1



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
 Consecutive no:

10.

Uppgift nr /
 Question no:

4.

Poäng / Points
 awarded:

10

Lärares
 anteckning
 Examiner's remarks:



4

b) Kontakt - hitta och komminucera med kunder. Kan tex göras av leverantören genom att skicka ut ett reklamblad.

2

Finansiering - ett sätt att göra ett köp ekonomiskt möjligt. Kan tex handla om en grossist som låter en kund betala på faktura (kredit.)

2

Fysisk distribution - att distribuera och ha varor på lager, kan tex göras av producent genom att ha varor på lager tills de skall levereras till en köpare.

2

Anonymitetskod: FEGA01-090

Svarshäfte till Fråga 5 - 6
Jörg Pareigis

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

12.

Uppgift nr /
Question no:

5.

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

I en kommunikationskanal finns det otroligt mycket intryck som bland annat företag vill få ut till en konsument. Med så mycket intryck blir det lätt att intrycket aldrig kommer fram till den tänkta mottagaren. Vi får reklamannonser i en tidning till exempel, när man kommer till annonsbladet är det väldigt lätt att läsaren bara bläddrar förbi alla annonser, om det inte finns något utstickande som väcker läsarens intresse. Problemet med detta är att företagen får svårt att nå ut med sitt budskap på ett effektivt sätt då det är svårt för företagen att fånga intresse när det finns så mycket konkurrens om kundens uppmärksamhet. Företaget måste alltså hitta ett sätt att fånga intresse hos personen utan att personen skall förknippa företaget med något dåligt.

2



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

13.

Uppgift nr /
Question no:

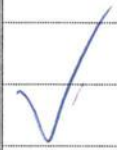
6.

Poäng / Points
awarded:

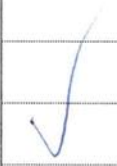
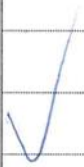
Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Personlig försäljning - Personlig försäljning är ett verktyg i promotionsmixen där en representant från företaget, en säljare till exempel personligen presenterar en produkt till en kund. Detta kan till exempel ske i butiksmiljö där en säljare presenterar fördelar och berättar varför kunden behöver just denna produkt.

Fördel - Säljaren har en interaktion med köparen och kan anpassa sig efter hur kunden betar sig & reagerar.
Nackedel - den är inte särskilt effektiv då man når ut till en kund i taget.



~



~

Public relations - Public relations är ett verktyg i promotionsmixen där företag försöker skapa en relation med allmänheten genom att tex skaffa sig ett rykte eller en allmän uppfattning hos folk. Detta kan dem tex göra genom att sponsra något viktigt evenemang vilket gör att folk förknippar företaget med något bra.

Fördel: Det är ett effektivt och kostnads effektivt sätt att göra företaget känt och locka kunder genom hög status på varumärket.

Nackedel - det kan gå fel, vilket gör att företaget förknippas med något dåligt, tex om en person som frontar företaget gör något dumt som blir allmänt känt. Ett dåligt rykte är mycket svårt att bli av med.



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

14.

skillnader: Vid personlig försäljning får man en
djupare relation med kunden och har lättare att
öververka denne än vid en publik relation. ✓

Uppgift nr /
Question no:

6.

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Public relation-verktyget å andra sidan är billigare
än personlig försäljning då personalkostnaden
för den tiden säljaren lägger ner på en kund är
mycket högre än den kostnad företaget har för att
nå ut till flera tusen, kanske miljoner personer.

✓

7

Anonymitetskod: FEGA01-090

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
Johan Kaluza

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGAD1-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

16.

1. Definiera ett problem & gör en hypotes. |
2. Planera undersökningen och bestäm vilken information man behöver.
3. Utför undersökningen. |
4. Analysera det resultat man fått fram och gör en rapport. |

Uppgift nr /
Question no:

7.

Poäng / Points
awarded:

4

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

17.

Uppgift nr /
Question no:

8.

Poäng / Points
awarded:

5,5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Ett företag bör använda sig av marknads-
skivning när man har en ny (och innovativ
produkt. På så sätt kan företaget gå igenom
segment för segment genom att först hålla ett
høgt pris för de som kan tänka sig att betala det
för produkten, t.ex. innovatörer och sedan sänka
priset och komma in i nya segment alltmed att företag
utvecklar produkten eller kommer med nya.

b) Man sätter olika pris för olika segment, vilket gör
att ett segment får betala mer än ett annat av anled-
ningen att de tillhör olika segment vilket för kunden
antagligen inte känns som en berättigad motivation.
En kund vill ju inte betala mer än en annan.

11
1,5



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
Consecutive no:

18.

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01 - 090

Svarshäfte till Fråga 9 - 11
Emma Axelsson

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

20.

a) Target-marketing, positionering och differentiering.

Uppgift nr /
Question no:

9.

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

3

b) Kulturella - segmentering sker utifrån vilka värderingar man har och växt upp med. Inom kulturella grupper finns även subkulturer som är en mindre grupp inom en kulturell grupp. I en subkultur delar man ofta värderingar precis som i en vanlig kulturell grupp men på ett lite mer specifikt plan. Kristendom tex är en kulturell grupp medan det finns subkulturer så som jehovalittnen i denna grupp.

Sociala - beror tex på vilken samhällsklass man tillhör, vad man har för yrke etc.

En samhällsklass beror på flera olika aspekter så som status, inkomst, yrke. Idag kan man pendla mellan samhällsklasserna, du kan vara född i en arbetarfamilj men bli läkare, då höjs din samhällsklass.

se s. 204-5
i kursboken

Psykologiska - beror på vad man har för personlighet kunskap osv.



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

21.

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Dagligvaror skiljer sig från specialprodukter på många sätt. När priset på en vara är högre / ökar även köparens engagemang. Därför faller det sig naturligt att en kund tar reda på mer information och gör en noggrannare överläggning när han skall köpa en bil än när han skall köpa tandkräm. /

Vid billigare varor behövs ofta fler distributionskanaler då man ofta satsar på att sälja mycket av billiga varor och därför behöver göra varan tillgänglig. Vid specialvaror däremot satsar man mer på kvalitet än kvantitet, bilar säljs tex inte i lika stora mängder som tandkräm. Därför räcker det kanske att ett bilmärke som Mercedes har 50 "butiker" som säljer deras bilar medan colgate som säljer tandkräm behöver få ut sin vara i 10 000 butiker. /

10

BRA!

Samma princip gäller promotion för produkten, även här jobbar colgate med en mer kvantitativ marknadsföring, de vill synas mycket medan Mercedes tänker mer på hur dem syns. Vid köp av bil gäller det även att kundrelationen är starkare med företaget än när man köper tandkräm. Därför kan tex personlig service vara ett bättre sätt för Mercedes att promota sitt varumärke medan colgate kanske skall koncentrera sig mer på annonsering. /



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGAO1-090

Löpande sidnr
Consecutive no:

22

Uppgift nr /
Question no:

11

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Den ena filosofin går ut på att företaget i sig inte har något speciellt ansvar utan att de bara följer de lagar och regler som finns. Problem som kan uppkomma med denna filosofin är om det inte finns någon regel som täcker ett specifikt område.

Da får företaget antingen avstå från vad de tänkt göra eller utföra det och se vad som händer.

Den andra filosofin går ut på att företag har moraliskt / ansvar för miljö, sociala aspekter osv. Fördelen med detta är att företag tar ansvar även om det inte finns några lagar och regler inom ett område.

5

BRA!