



# 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 A 0 1	- 0 0 4 8 - 0 P S
Provbenämning / Exam name			Danmald
Företagsekonomi I			
Kurskod / Course code	Provkod / Exam code	Tentamensdatum / Examination date	
F E G A 0 1	0 6 0 0	2 0 1 8 - 0 5 - 1 4	
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 type="checkbox"/> Ja / Yes		2 0	

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 : 20	Tydlig sign. / Signature J-M H.

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					
73										
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

Anonymitetskod: FEGA01-0048-OPS

**Svarshäfte till Fråga 1 - 2**  
**Jörg Pareigis**

**FEGA01/FEGA46**  
**Marknadsföring/**  
**Marknadsföring på fastighetsmarknaden**

**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)

PEGA01 - 0048 - OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

2

Fråga 1

Uppgift nr /  
Question no:

1

Poäng / Points  
awarded:

Många människor tänker på försäljning och annonsering när de hör ordet marknadsföring för att de tror att marknadsföring handlar om att göra reklam för en produkt eller tjänst. Marknadsföring handlar egentligen om att skapa värde för kunden och bygga lönsamma, långsiktiga kundrelationer, alltså mer än bara att göra reklam.

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

~~3~~  
4



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:

FEHA01-0048-OPS

3

## Fråga 2

Uppgift nr /  
Question no:

2

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

a) Promotion mix består av fem delar. Den första är annonsering och kan vara tv-reklam, radioreklam eller en annons i tidningen. Den andra är PR (public relations) och kan vara sponsring eller uppvisning av nya produkter (lansering). Den tredje är säljfrämjande åtgärden (sales promotion) och kan vara rabatter, kuponger eller gratisprover. Den fjärde är direkt marknadsföring och kan vara kundklubbar. Och den sista är personlig försäljning och kan vara butiksförsäljning eller telefonförsäljning.

5

b) Effektiv marknads kommunikation börjar alltid med att identifiera målgruppen för att lättare kunna utveckla ett budskap och locka den gruppen. Att identifiera målgruppen ger större chans att nå dem med det specifika budskapet än om man skulle inte välja ut någon målgrupp och utveckla budskapet till hela marknaden. Större chans till att nå målgruppen leder till större försäljning.

1

c) Det är inte bra att sätta sin marknads-kommunikationsbudget enligt jämförelsemetoden för att den syftar på att använda samma metod som konkurrenter. Konkurrenterna kan använda sig av fel metod som inte är bra för företagen. Sen kan det också vara svårt för ett litet företag att använda samma metod som ett större företag använder.

0/6

Leave this area blank



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)

FE6A01-0048-OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

4

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-0048-0PS

**Svarshäfte till Fråga 3 - 4**  
**Patrik Gottfridsson**

**FEGA01/FEGA46**  
**Marknadsföring/**  
**Marknadsföring på fastighetsmarknaden**

**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)

Löpande sidnr  
 Consecutive no:

FEGA01-0048-OPS

6

Fråga 3

Uppgift nr /  
 Question no:

3

Poäng / Points  
 awarded:

Lärarens  
 anteckning  
 Examiner's remarks:

a) Bostonmatrisen hjälper ett företag att kolla över sina produkter, vilka som ger lönsamhet och vilka som behöver tas bort. Matrisen kan användas när man vill utveckla företagets affärsportfölj. Den består av: stjärnor som ger stor marknadsandel och kräver hög investering från företaget som sedan går över till kassakor. Kassakor ger stor marknadsandel men kräver inte så stor investering. Det är oftast dem som ger lönsamhet och hjälper investera i andra produkter. Sen finns det frågetecknen som ger liten marknadsandel och kan kräva stor investering om man vill att de ska gå över till stjärnor. Sist har vi hundar som har liten marknadsandel och kräver lite investering. Här ska man fundera om man vill behålla eller ta bort produkten.

		Marknadsandel	
		Stor	Liten
Investering	Stor	STJÄRNOR	FRÅGETECKEN
	Liten	KASSAKOR	HUNDAR



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)

PEGA01-0048-OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

7

Uppgift nr /  
Question no:

3

Poäng / Points  
awarded:

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

b) Produkt-/Marknadsexpansionsmatrisen

Visar företagets tillväxt möjligheter och kan också användas när man ska utveckla aktörspportföljen. Modellen består av fyra delar. Den första är marknadspenetration som betyder att samma produkt kan modifieras med till exempel en ny utseende i samma marknad. Den andra är marknadsutveckling som går ut på att hitta nya marknader till samma produkt, till exempel nya städer eller länder. Den tredje är produktutveckling och går ut på att utveckla nya produkter i samma marknad som till exempel att en snabbmatskedja börjar med hälsosammare måltider. Och den fjärde är diversifiering som går ut på att ett företag börjar med helt nya produkter i en marknad de har aldrig varit i som till exempel ett flygbolag som börjar med hotellverksamhet.

		Produkt	
		Nuvarande	Ny
Marknad	Nuvarande	Marknads- penetration	Produkt- utveckling
	Ny	Marknads- utveckling	Diversifiering

Leave this area blank





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)

FEGA01-0048-0FS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

8

Uppgift nr /  
Question no:

3

Poäng / Points  
awarded:

13

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

c) SWOT-analys analyserar företagets styrkor, svagheter, möjligheter och hot, och kan användas när man planerar marknadsföring och andra funktioner under strategisk planering. Styrkor är företagets positiva interna del, till exempel vad företaget är bra på. Svagheter är företagets negativa, interna del som konkurrenter kan använda mot. Interna delar är någon företaget kan påverka. Möjligheter är företagets positiva, externa del som företaget kan utnyttja till sin fördel. Hot är företagets negativa, externa del som kan påverka företaget negativt utan att de kan göra något åt det.

	Positiva	Negativa
Interna	Styrkor	Svagheter
Externa	Möjligheter	Hot



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:

FEGA01-0048-OPS

9

Fråga 4

Uppgift nr /  
Question no:

4

Poäng / Points  
awarded:

13

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

a) Positionering innebär hur ett företags produkt placeras i tankarna på en konsument gentemot konkurrenternas produkt. Positionering är ett fjärde steg inom Segmenteringsprocessen.

b) Differentiering innebär att utveckla produkten och skapa kundvärde bättre än konkurrenterna. Differentiering är ett tredje steg inom Segmenteringsprocessen.

c) Geografisk segmentering är segmentering av målgrupp utifrån geografiska aspekter så som klimat, städer, länder. Geografisk segmentering är en av fyra segmenteringsvariabler.

d) Koncentrerad (nisch-) marknadsföring är när ett företag utgår från en eller få målmarknader för att utveckla den ett produkt. Koncentrerad (nisch-) marknadsföring är tredje del av målmarknader.

e) Marknadsinformationsystem (MIS) är de medarbetare som tillför ledarna med information om kunder, konkurrenter och företaget som har tagits fram med hjälp av analysen. |

Anonymitetskod: FEGA01 - 0048 - OPS

**Svarshäfte till Fråga 5 - 7**  
**Poja Shams**

**FEGA01/FEGA46**  
**Marknadsföring/**  
**Marknadsföring på fastighetsmarknaden**

**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)

PEGA01-0048-0PS

Löpande sidnr  
 Consecutive no:

11

Fråga 5

Uppgift nr /  
 Question no:

5

Poäng / Points  
 awarded:

9

Lärarens  
 anteckning  
 Examiner's remarks:

a) Co-branding är när två företag med olika varumärken gör ihop och skapar ett nytt varumärke.

- b) Varumärkesutvecklingsstrategi har fyra delar:
- Linjeutvidgning som är samma märke och samma produkt fast man kan ändra på produkten eller lägga till fler produkter av samma fast med nya egenskaper.
  - Varumärkesutvidgning är samma varumärke fast nya produkter som t.ex märkeskläder som börjar sälja parfym.
  - Multibrands är nya märken fast samma produkt, t.ex att bilar har olika märken.
  - Nya varumärken är när helt nya produkter skapas med helt nya varumärken.

		Produkt	
		Samma	Ny
Varumärke	Samma	Linje- utvidgning	Varumärkes- utvidgning
	Ny	Multibrands	Nya varumärken



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)

FE61A01-0048-0PS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

12

Fråga 6

Uppgift nr /  
Question no:

6

Poäng / Points  
awarded:

6

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

a) Värdebaserad prissättning går ut på att sätta pris på en produkt baserat på vad konsumenterna tycker den har för värde.

Finns två typer av värdebaserad prissättning:

- Good-value <sup>pricing</sup> som går ut på att se pris utifrån kvalitet som t.ex högt på en Lamborghini eller lågt för Ryan air.
- Mer värdebaserad prissättning går ut på att istället för att sänka pris på en produkt så lägger man till förmåner som t.ex garanti på ett bilköp.

b) Kostnadsbaserad prissättning går ut på att sätta pris på en produkt utifrån kostnader som uppkommit under produktionen.

c)

Leave this area blank



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:

FE6A01-0048-0PS

13

Fråga 7

Uppgift nr /  
Question no:

7

Poäng / Points  
awarded:

4

Lärares  
anteckning  
Examiner's remarks:

a) I ett distributionssystem kan det förekomma två typer av konflikter:

- Horisontell konflikt - som till exempel två företag är osams och tycker att de stjäl kundens från varandra när de säljer samma produkt på samma plats.
- Vertikal konflikt - när en producent är oense med sina återförsäljare om hur en produkt ska marknadsföras.

b)



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)

FEG9A01 - 0648 - OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

14

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Leave this area blank



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)

FEGA01-0048-OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

15

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Leave this area blank



Anonymitetskod: FEGA01 - 0048 - OPS

**Svarshäfte till Fråga 8 - 9**  
**Peter Samuelsson**

**FEGA01/FEGA46**  
**Marknadsföring/**  
**Marknadsföring på fastighetsmarknaden**

**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)

FE6A01-0048-0PS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

17

Fråga 8

Uppgift nr /  
Question no:

8

Poäng / Points  
awarded:

10p

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Köp (besluts) processen:

- ① Behovsupptäckt - ett behov skapas som behöver tillfredsställas. T.ex törst eller (med hjälp av stimuli) behov av nya skor. ||
- ② Informationssökning - man söker upp informationen om produkten, dess egenskaper eller pris. ||
- ③ Utvärdering av alternativ - man tänker ut om det är värt att köpa. Ven också vara att man har hittat en produkt av olika egenskaper, vilken ska man välja? ||
- ④ Köpbeslut - konsumenten köper produkten hen har valt. ||
- ⑤ Efterköpbeteende - vad konsumenten tyckte om produkten. Kommer hen tipsa andra, köper fler eller kommer hen råda folk att inte köpa. ||



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)

FEGAD1-0048-OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

18

Fråga 9

Uppgift nr /  
Question no:

9

Poäng / Points  
awarded:

8P

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Hållbar marknadsföring innebär att företag skapar produkter utifrån miljömässigt sätt som skapar bättre levnadssätt för kunder, intressenter och framtida generationer.

3P

Då snabbmat kedjor lämnar avtryck på jordens ekosystem när de producerar mat ses det inte som miljömässigt. Inyttig mat som leder till fetma och försämrad hälsa är inte ett bättre sätt för levnad och inte en hälsosam sätt för framtida generationer. Därför ses det inte att snabbmat kedjor ägnar sig åt hållbar marknadsföring.

5P

Leave this area blank



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)

FEG7A01-0048-OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

19

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Leave this area blank



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)

FE6A01 - 0048 - OPS

Löpande sidnr  
Consecutive no:

20

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Leave this area blank

Universitetstryckeriet