



TENTAMEN / EXAMINATION



12307683

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 0 1	0 0 2 5 - U Z N
Provbeneämning / Exam name			Öanmäld
Marknadsföring och affärsutveckling			
Kurskod / Course code	Modul / Module	Tentamensdatum / Examination date	
F E G B 0 1	5 0 0 2	2 0 2 3 - 0 8 - 2 1	
Jag har tagit del av regler som gäller vid tentamen / I have read the current rules for examinations		<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	Antal inlämnade blad med anonymiseringskod / Number of sheets with anonymity code
			1 3

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

Kontroll av legitimation / Identification checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	Härmed intygas att kontroller utförts / This is to certify that the checks have been carried out
Kontroll av inlämnade blad / Answer sheets checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	
Inlämningstid / Time of submission	16 : 17	Tydlig sign. / Signature Z.N

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					Exam. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner					
60										
Betyg / Grade					Namnförtydligande / Clarification of the signature					
G										

12307683



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

**Svarshäfte till frågorna 1 - 2
FEGB01/FEGB32**

**Marknadsföring II
Marknadsföring och affärsutveckling**

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

Anonymitetskod: FEG407-0025-02N



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)

FEGA07-0025-V2N

02

Löpande sidnr
Consecutive no.:

Uppgift nr /
Question no.:

7

Poäng / Points

awarded:

8.5

Lärarens
anteckning

Examiner's remarks:

c) De uppgifter som utövas i en distributions-
kanal är försäljning, marknadsföring, hitta leverantörer,
möta kundbehov. Att möta kundbehovet gör man genom
att köpa in produkter från leverantörer. Detta genom att
hitta en leverantör med rätt produkter och service
Kontrollera med dem om leveranser.

β Det som företagsledningen vill uppnå med en aktiv
ledning av SCM är att reducera kostnaderna,
"improve asset utilization" och "reduce order cycle time".
Reducera kostnaderna kan man göra genom att
minska utsläppen eller att minska "waste" (släpp och eller
som blir över). Improve asset utilization menas att man
använder sin tillgångar och resurser optimalt. Reduce
order cycle time menas att minska tiden från beställning
till leverans.

Minsta tillgång Resurser & kund/leverant

γ) Det finns tre olika etableringsformer.
1. Export: antingen direkt eller indirekt. Man exporterar
sina produkter till försäljare i andra länder.
2. Joint venture: Man samarbetar med ett annat bolag
i landet man vill etablera sig i. Detta skapar en
nytt syngt.

3. Direkt investment: Man investerar och köper egna fabriker
i landet och tillverkar och säljer sina egna produkter.
Det som medför mest risk är direkt investment, följt av
Joint venture och sist export.

Joint venture och sist export.



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)

FE6A07-0025-U2N

03

Löpande sidnr
 Consecutive no:

Uppgift nr /
 Question no:

2

Poäng / Points
 awarded:

7.5

Lärarens
 anteckning

Examiners remarks:

De falliter som germer ett företags prising strategy är Firms, customer, competitor, distribution channels och Environment

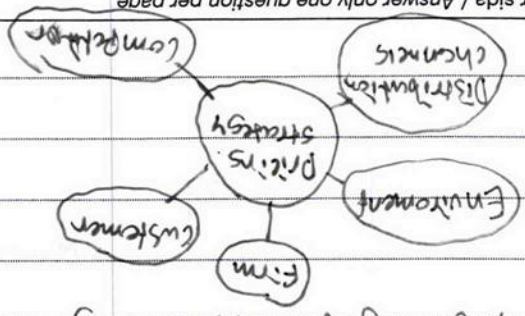
Firms: Hur ser det egna bolagets bestnader ut, hur ser det egna bolagets vinstmarginal ut? Man villar alltså på sitt egna bolag och dess strategier och möjligheter. *10/1*

Customer: Man villar på vad kunderna är villiga att betala för en produkt, hur kundernas köpvillighet är, vad deras mål är och vad de har för behov.

Competitors: Man villar på vad konkurrensen gör, vad deras pris på en liknande produkt är, hur deras vinstmarginal och förlustmarginal ser ut.

Distribution channels: Vad har företaget för möjlighet att använda för distributionskanaler i t.ex. andra länder, vilka andra konkurrenser använder samma distributionskanal.

Environment: Hur ser det konkurrens och etiska ut i länder som kvsu har det mer strikt, finns det några lagar som styr hur högt pris man får sätta, finns det några handelsbarriärer.
 Alla dessa är några grejer ett företag villar på i sin prising strategy.





Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Mid take anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + personnummer)

FE GA07-0025-02N

04

Löpande sidnr
 Consecutive no.:

Uppgift nr /
 Question no.:

2

Poäng / Points
 awarded:

Lärarens
 anteckning

Examiners remarks:

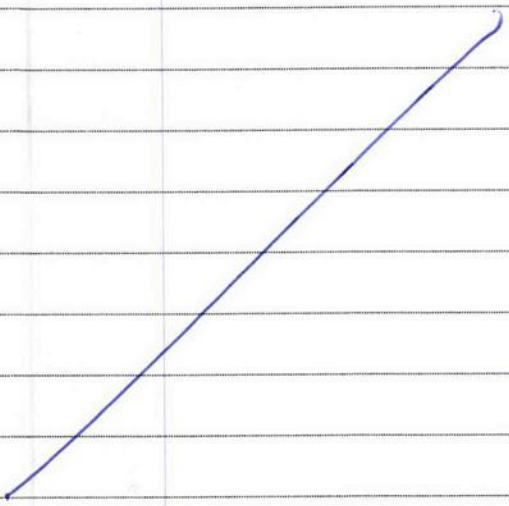
Det företag vill göra en integrerad marknads-
 kommunikation av att nå ut till alla typer av kunder.
 De vill som företaget har är de annonsering, PR,
 digital media, sales promotion och personlig marknadsföring.

Vill företaget nå ut till sina äldre kunder kanske de
 vill använda sig mer av personlig marknadsföring där
 man kanske går dör till dör och säljer t.ex. dammsugare
 eller om man använder annonsering och sales promotion i
 ett och stället ut veckobrev med rabatter och diverse.

Vill man nå ungdomar är digitala medier mer att
 förändra då de yngre oftast är inna på facebook, Instagram
 eller Snapchat eller TikTok.

Vill man nå ut till mellanåldret de är PR, annonsering,
 digitala medier och sales promotion att förändra då de
 flesta vuxna (mellan 20-60år) är på sociala medier
 och även läser tidningen eller sitter vid en buss hållplats
 och kan se reklamskylten som är upplagt.

2,5



**Svarshäfte till frågorna 3 - 5
FEGB01/FEGB32**

**Marknadsföring II
Marknadsföring och affärsutveckling**

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

Anonymitetskod: FEG/01-0025-02N

05



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

FEGA07-0025-U2 N

Löpande sidnr Consecutive no: 06	Uppgift nr / Question no: 3	Poäng / Points awarded: 12	Lärarens anteckning Examiner's remarks:	<p>De största skillnaderna är att i en B2B-marknad finns det få säljare och köpare, mellan varit köp finns en lång rad av transaktioner, oftast en global marknad, professionella auktioner, formel köp och sälj process, ekr frågan är härled, långvariga relationer, mer relationell köp än emotionella, finns lagar och regleringar.</p> <p>Eftersom lagar och regleringar finns mellan länder så utövas det inte lika mycket marknadsföring mellan företag då de första företags skapar långvariga relationer mellan varandra genom att köpa och sälja till varandra. Man kan även köpa in IMP-school där de säger att oftast så har andra företag de resurser som man själv behövt, därav blir man beredd av varandra och köpar/säljer till varandra och de skapar relationer.</p> <p>Eftersom efterfrågan i en B2B-marknad är härled börjar inte produktionen för tex en bil förens transaktionen är genomförd. Man väljer inte heller ett dyrt alternativ om det finns betydligt billigare alternativ, därav blir köparen mer rationella än emotionella. På grund av att köparen är mer rationella och att det finns få auktioner på marknaden blir oftast köparen mer professionella och formella.</p> <p>Du har med en utdelning till för närvarande.</p>
--	-----------------------------------	----------------------------------	---	--

<p>Löpande sidnr Consecutive no: 07</p>	<p>Ange anonymitetskod / Write your anonymity code (För icke anonyma tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)</p> <p>FEGA01-0025-02N</p>	<p>Uppgift nr / Question no: 4</p>	<p>Stämningen mellan en tjänst och en produkt är att en tjänst svarar ett värde hos en kund utom en fysisk vara.</p> <p>Värdeutvärdering för en tjänst är att den är i intresse för dig eller förvarna den.</p> <p>Kan ej lagras: De delar inte fysisk lagras kan man inte lagras eller förvarna den.</p> <p>Produktens samtycke som den används: Till exempel en message som man producerar samtyckt som man får den.</p> <p>Kundens behov styr tjänsten</p> <p>Exempel: Man kan aldrig få exakt samma tjänst igen.</p> <p>På grund av detta måste man marknadsföra hur tjänsten svarar värde hos kunden istället för hur bra en produkt är.</p>	<p>Lärarens anteckning Examiner's remarks:</p>
---	---	--	---	--



De tre typer av innovationer är:


1. Förbättra kundupplevelsen
2. Förbättra produktlinjer
3. Utveckla utbudet.

b)

1. Man kan förbättra kundupplevelsen genom att ha musik i högtalarna i juiceställen. Man kan även fräscha upp lokalen med nya sittplatser, stolar, WiFi för att plugga/jobba, store lokal eller mala om väggarna. Finns massa alternativ.

2. Förbättra produktlinjen kan man göra genom att ha nypressad juice istället för färdigblandad, man kan välja med eller utan fruktsocker, fler smaker av de produkter man har.

3. Utveckla utbudet kan man göra genom att erbjuda maccher eller vägen typ av mat till juicen, man kan erbjuda latte eller te, man kan smaka flera olika juicer, smoothies. Finns flera alternativ men i grund så är det att kunna erbjuda fler alternativ än bara juice.

<p>Löpande sidnr Consecutive no: 08</p>	<p>Ange anonymitetskod / Write your anonymity code (Mid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)</p> <p>FE7407-0025-02N</p>	
<p>Uppgift nr / Question no: 5</p>	<p>De tre typer av innovationer är:</p>	
<p>Poäng / Points awarded: 10</p>	<p>1. Förbättra kundupplevelsen 2. Förbättra produktlinjer 3. Utveckla utbudet.</p>	
<p>Lärarens anteckning Examiner's remarks:</p>	<p>b)</p>	



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Mid ikke anonym tentamen ange kurskod + navn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)
 FE17A07-C025-V2N

Löpande sidnr
 Consecutive no.: 09

Uppgift nr / Question no.: 5
 Poäng / Points awarded: 5
 Lärarens anteckning
 Examiner's remarks:

c) En strategisk allians är ett samarbete mellan två företag för att kunna skapa hållbara konkurrensfördelar mot andra företag. Detta sker på en syngt där $1+1=3$, dvs att om ett företags samarbeter med ett annat har de kombinerade resurser som tre företag.

Det finns flera motiv, de kan vara tillgång till strategiska marknader, varumärksassociation, stordriftsfördelar, lagkostnadsfördelar, undvikta handelsbarriärer, korssubventioner och nationella investeringar.

De utmaningar ett företag står inför är att om företaget man skapar en allians med har de rätt resurser som krävs för att lyckas. Det kan också vara positiv och lagar som kräver en allians, det vill säga om Norge förbjuder någon frukt eller linneolja i framtiden som finns på just menyerna.

Anonymitetskod: FE67A07-0025-UZV

Svarshäfte till frågorna 6 - 7 FEGB01/FEGB32

Marknadsföring II Marknadsföring och affärsutveckling

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

<p>Löpande sidnr Consecutive no.: 11</p>	<p>Änge anonymitetskod / Write your anonymity code (Mid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)</p> <p>FEGA07-0025-V2N</p>	<p>Uppgift nr / Question no.: 6</p>	<p>Extern analys består av 4 delar.</p>	<p>Poäng / Points awarded: 6</p>	<p>1. Kundanalys: Man kollar då på kundernas behov och köpvillighet.</p>	<p>Lärorets anteckning</p>	<p>2. Konkurrensanalys: Man kollar på hur konkurrenterna gör med priser, produktion, vinstfördelning, positionering, och diverse. Man analyserar vad konkurrenterna gör.</p>	<p>Examiners remarks:</p>	<p>3. Marknads/submarknadsanalys: Man kollar på hur marknaden resonerar på förändringar, på lagkänslighet, högljuntigheter och på nya myndigheter eller på "ermögöjningsmarkets".</p>	<p>4. Omvärldsanalys: Man kollar på omvärlden utifrån marknaden, finns det handelsbarriärer, etniska barriärer, politiska eller kulturella barriärer.</p>	<p>Intern analys består av 2 olika delar.</p>	<p>1. Performance analys: Man analyserar hur företaget presterar, kundnöjdheten, personalnöjdheten, bland annat</p>	<p>2. Determinant of strategic options: Man analyserar företags styrkor, svagheter, "liabilities", bland annat</p>	<p>Allt detta spelar en stor roll i utformningen av en marknadsstrategi. Utan att ha analyserat externt och internt har företags svarare att positionera sig på diverse marknader och hamnar då i marknadsmisslyckande</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>	<p>6p</p>
--	--	-------------------------------------	---	----------------------------------	--	----------------------------	--	---------------------------	---	---	---	---	--	--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

<p>Löpande sidnr Consecutive no.: 12</p>	<p>Uppgift nr / Question no.: 7</p>	<p>Poäng / Points awarded:</p>	<p>Lärarens anteckning</p>	<p>Examiners remarks:</p>	<p>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)</p> <p>FEGA07-0025-V2N</p>	<p>Handboken utvärderas för att se om den är relevant och om den innehåller tillräckligt med information för att kunna användas som läromedel. Detta kan göras genom att jämföra den med andra läroböcker i samma ämne. Detta kan göras genom att jämföra den med andra läroböcker i samma ämne. Detta kan göras genom att jämföra den med andra läroböcker i samma ämne.</p>	<p>b) Ett företag som dag efter dag erbjuder fler och fler produkter är ett företag som specialiserar sig på el-bilar. Dess konkurrensfördel kommer från andra biltillverkare är att Teslas el-batterier i sina bilar är betydligt starkare än konkurrenternas och standarden på demas bilar ligger mycket lågt. På grund av att Tesla marknadsför sig som miljövänliga och även lyxiga gör dem en betydligt stor framgång på marknaden vilket till exempel Volvo som mer inriktar sig på medelklassen. Teslas förmåga har även finansierat deras systembolag SpaceX som utför rymdfärder och skjutit upp satelliter som gör stora delar av befäringen mobilisering. SpaceX använder Tesla som huvudsaklig för att få sitt företag att växa och det gör Tesla ytterligare konkurrensfördel då det bidrar till ytterligare teknologiska framsteg. /4p</p>
--	---	------------------------------------	--------------------------------	---------------------------	--	---	--





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

FE6A07-0025-V2N

13

Löpande sidnr
 Consecutive no:

Uppgift nr /
 Question no:

07

Poäng / Points
 awarded:

11P

Lärarens
 anteckning

Examiner's remarks:

c) För att Tesla ska kunna behålla sina SC4
 behåver de utveckla sitt utbud från enbart personbilar
 till, till exempel, bussar, lastbilar, racing bilar och
 bilar.
 På grund av deras varumärke som ger dem enorm
 lojalitet och assistans bör de bygga vidare och
 utveckla företaget till att hjälpa byggindustrin med
 miljötjänst och bygga miljöfabrik till flera företag
 och sedan marknadsföra sin strategi på ett sådant
 sätt att fler vill investera i företaget och fler
 kunder vill köpa/sälja eller byta produkter, tjänster
 eller komponenter med dem.

På grund av Teslas el-bilar och kundens ökad
 miljötanke tror jag inte att kunder kommer välja bort
 dem. Men om konsumenter börjar ta fram el-bilar
 som är minst lika bra (Tex Audi som är nära) och
 som kostar mindre kommer Teslas varumärke att minska
 kontra Audi (eller andra) att säga. Tesla bör därför fortsätta
 innovera och förbättra sina bilar och konsult i framtiden
 utveckla en bil som helt går på solenergi eller vatten/land
 kraft. Dess tekniska utveckling är att den är
 miljövänligare då behövs fortsätta marknadsföra detta / 4P