



Antal blad /  
Number of sheets

26 ✓

# 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  
Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring  
Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =  
Kurskod + kodnr / course code + code number  
F E G A Ø 1 - 0 9 9

Tentamensdatum /  
Examination date:  
15/10 - 15 ✓

## 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				
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: 76 ~~76.5~~ ~~73.5~~ 76

Betyg / Grade: VG Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Max poäng / Total marks gained: 95

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 57 Namnförtydligande / Clarification of the signature

Anonymitetskod: FEGA01-099

**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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr  
Consecutive no:

2

Uppgift nr /  
Question no:

1

Poäng / Points  
awarded:

12

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

A) Begreppet kundvärde innebär den skillnaden mellan fördelar och kostnader som en konsument får av ett marknadserbjudande, i jämförelse med vad de får av ett konkurrerande erbjudande. 2,5

B) När man pratar om hållbar marknadsföring så menar man marknadsföring som tillfredsställer konsumenternas behov, vad företaget vill uppnå, samt en aspekt där man marknadsför på ett sådant sätt så att framtida generationers behov ska kunna tillfredsställas. Ex. spara på råvaror, inte marknadsföra för överkonsumtion. 2,5

C) Kundtillfredsställelse uppnås när en produkts uppfattade prestanda matchar en konsuments förväntningar på produkten. 3

D) En konsuments önskemål är något som går ett steg längre än att bara ha ett behov. När behovet blir ett önskemål så kan det vara att man är i behov av mat, men vill ha pizza. Alltså en speciell produkt som man vill tillfredsställer behovet. 12/15

E) En pull-strategi innebär att man marknadsför sig så bra att man skapar en stor efterfrågan på produkten, vilket leder till att kunderna söker sig till produkten istället för att man aktivt behöver "trycka" produkten på kunderna. 3





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 01-099

Löpande sidnr  
Consecutive no:

3

Uppgift nr /  
Question no:

Poäng / Points  
awarded:

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-099

**Svarshäfte till Fråga 2 - 3**  
**Patrik Gottfridsson**

**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)

FEGA01-099

Löpande sidnr  
Consecutive no:

5

Uppgift nr /  
Question no:

2

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

I promotionsmixen finns det fem stycken olika verktyg: Annonsering, sales promotion, personlig försäljning, public relations och direktmarknadsföring.

Annonsering är någon form av betald icke-personlig marknadsföring som når ut till den stora massan. Alltså massmarknadsföring, ex. tv, radio eller tidningar.

Sales promotion är kortsiktiga säljfrämjande åtgärder som ska uppmuntra till köp under en viss period. Det lockar både gamla och nya kunder till butikerna men skapar inga egentliga relationer.

Personlig försäljning är en personlig presentation av en produkt från företagets säljstyrka. Syftet är att uppmuntra till köp, komma till avslut och bygga kundrelationer. Vanligt förekommande vid exklusivare produkter som kan kräva lite mer påverkan och information för att säljas i större skala, ex. bilar.

Public relations är företagets relation med allmänheten. Man vill som företag få god publicitet, bygga en bra företagsimage samt kunna motverka eventuella dåliga intryck/publicitet som kan uppstå. Detta kan uppnås genom bra word-of-mouth eller genom att ställa upp på olika event samt att vara sponsorer inom olika sammanhang.





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 - 099

Löpande sidnr  
Consecutive no:

6

Uppgift nr /  
Question no:

2

Poäng / Points  
awarded:

10

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

Direktmarknadsföring är individuell personlig marknadsföring som är anpassad för olika kundsegment. Ett vanligt exempel är att universitet börjar skicka ut information lagom tills ansökningarna öppnar. Kan även vara via telefon, e-mail eller kataloger där företagen vill få dig att känna att du är speciell för dem.

||  
~~8p~~ 10 p.

















































