



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 - R N P
Provbenämning / Exam name			Oanmäl
Företagsekonomi I			
Kurskod / Course code	Provkod / Exam code	Tentamensdatum / Examination date	
F E G A 0 1	0 6 0 0	2 0 1 9 - 1 1 - 0 1	
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 checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes		1 6 ✓	

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	1 6 : 0 1	Tydlig sign. / Signature EM

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						
59,5										
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

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

**Marknadsföring I
FEGA01/FEGA46/FEGA56**

**Svarshäfte för frågorna 1 - 2
Patrik Gottfridsson**

Anonymitetskod: FEGA01-0048-RNP

Fortsätter nästa blad →

innan man ger sig ut på marknaden, vill de ha måste man förstå kunder, vilka de vill ha er produkt? Är de villiga att betala för den? Men man måste också förstå marknaden, har något liknande gjorts tidigare? Hur gick det? Vilka eventuella hinder/konkurrens kan man ståta på? När detta gjorts så planerar man för framtiden och lägger upp en strategi. Ett exempel på detta är marknadssegmenteringsstrategin. Man skall leverera ett högt kundvärde, antingen genom att t.ex. kvaliteten eller egenkapitalen är bättre/högre eller att en annan typ av värde levereras. Några kunder och lojala kunder lägger grunden för att ett företag skall lyckas. Ett exempel på ett verktyg som kan användas här är CRM (customer relationship management)

Högt kundvärde ger hög lönsamhet och kundkapital

Leverera ett högt kundvärde

Skapa nöjda kunder och lönsamma kundrelationer

Förstå kunder och marknaden

Utveckla en kundrelation och marknadsföringsstrategi

Leave in...

Lärorens anteckning
Examiners remarks: →

Poäng / Points awarded: 8

Uppgift nr / Question no.: 1

Löpande sidnr
Consecutive no.: 2

Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
FE6A01-0048-RNP
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civilt registration number)



<p>Löpande sidnr Consecutive no:</p> <p>3</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 + personnummer)</p> <p>FE6A01-0048-RNP</p>	<p>Uppgift nr / Question no: 1</p>	<p>De tidigare fyra punkterna utlöns på ett korrekt och effektivt sätt</p>	<p>Poäng / Points awarded:</p>	<p>gör det att företaget kan ha hög lönsamhet och ett högt kundkapital.</p>	<p>Lärarens anteckning Examiner's remarks:</p>				
---	---	--	--	------------------------------------	---	--	--	--	--	--

Leave ...



<p>Löpande sidnr Consecutive no.: 4</p>	<p>Ange anonymitetskod / Write your anonymity code (Vid icke anonyma tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)</p> <p>FE6A01-0018-RNP</p>	<p>Uppgift nr / Question no.: 2</p>	<p>a) Information allprissättning: Varort/tjänster vänderas olika på olika faktorer som t.ex. lukt/hygien Personalkostnader och löpstrafik varvarer</p>	<p>Poäng / Points awarded: 3</p>	<p>b) Värtebaserat är då en varort/tjänst värte baseras på det maximala kundens är villiga att spendera. kostnadsbaserat se baseras produktens värde på vad det kostar att ta fram den.</p>	<p>Lärarens anteckning Examiner's remarks:</p>	<p>c) Att en produkts pris varierar under året på grund av exempelvis säsong.</p>
---	---	-------------------------------------	---	----------------------------------	---	--	---

Leave ...



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

**Marknadsföring I
FEGA01/FEGA46/FEGA56**

**Svarshäfte för frågorna 3 - 5
Bodil Sandén**

Anonymitetskod: FEGA01-0048-RNP

Löpande sidnr Consecutive no.: 6	Uppgift nr / Question no.: 3	Poäng / Points awarded: 2	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)
 FE6A01-0048-RNP



De som planerar/lägger upp strategin
 skall även vara de som verkställer/
 utför den. Målen skall vara tydliga
 och mätbara så att de blir lättare att
 utvärdera, då detta medför att man
 kan följarens dem tydligt om så behövs.

Lev...

FE67AD1-0048-RNP

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.: 7

Uppgift nr /
Question no.: 4

Poäng / Points
awarded: 12

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Med targetry/målmarknadsföring menas att företaget väljer ut det/de segment de tror de har störst chans att lyckas hos/de segment som de ser som mest lönsamma. (4)

b) Differenteral (mass) marknadsföring: Nå ut till så många som möjligt och alla för samma erbjudande

Differenteral (Segmenterad) marknadsföring: Olika segment för olika erbjudanden, sker fortfarande på stor skala.

Konverteral (Inskild) marknadsföring: Ett företag riktar in sig på att få en stor marknadsandel i en eller flera mindre nischer, och anpassar sina erbjudanden efter detta.

One-to-one (mibr) marknadsföring: Erbjudanden formas åt efter enskilda konsumenter/lokalmiljöer. (8)

Lev.



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-C018-RNP

8

Löpande sidnr
Consecutive no.:

Uppgift nr /
Question no.:

Poäng / Points
awarded:

12

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Medvetenhet → kunskap → Gyllande

Köp → Överbyggelse ← Prekänsler

b) Det första verket jag hade valt är

Public Relations (PR). Med PR skulle jag
med hjälp av exempelvis sociala medier
kunna nå ut till många och ge dem
medvetenhet om ekonomutbildningen och
kunskap om den.

Jag hade även valt annonsering då
jag även med detta kan nå ut till
många. Detta skulle kunna ske via
t.ex. Buss reklam eller reklamblad. Med
hjälp av annonseringen kan även "mina"
sociala medier marknadsföras. Detta ökar
också medvetande och kunskap.

Sist hade jag valt personlig försäljning,
här i form av att jag skulle kunna
besöka gymnasieskolor och presentera
och marknadsföra ekonomutbildningen.
Med detta kommer jag te dem att
gilla ekonomutbildningen, de kan jämföra
den med sina önskningar/prekänsler,
förhoppningar
vis är det en bra matchning så att
de blir övertygade och sedan
väljer (väljer) ekonomutbildningen

6

6

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

**Marknadsföring I
FEGA01/FEGA46/FEGA56**

**Svarshäfte för frågorna 6 - 7
Nina Löfberg**

Anonymitetskod: FEGA01-0048-RNP

Löpande sidnr Consecutive no.: 10	Uppgift nr / Question no.: 6	Poäng / Points awarded: 8,5	Lärarens anteckning Examiner's remarks: 1	2	2,5	2,5	2,5	0,5	(Empty space for answer)
--------------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	---	---	-----	-----	-----	-----	--------------------------

FEGA01-0048-RNP
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + person number)



a) Jag personligen tillämpade komplext köpbeteende. Jag la ner mycket tid, hade högt engagemang och det var stora skillnader på de olika stegen och utbildningarna.

b) Behovs uppträckt: jag behöver en vidare utbildning för att få den kurskup och det jobb jag vill ha

Informations sökning: jag söker upp information om olika skolor-/utbildningar

Utvärdering: jämför de olika valen t.ex. av val deras för- och nackdelar

Köpbeslut: jag väljer civilingenjörsprogrammet
 Efterköps beteende: jag reflekterar över m.ä. val, valde jag rätt?

c) Jag hade då gått direkt från behovs uppträckt till köpbeslut och kompent haft något efterköps beteende.

<p>Löpande sidnr Consecutive no.: 11</p>	<p>Uppgift nr / Question no.: 7</p>	<p>Poäng / Points awarded: 8</p>	<p>Lärarens anteckning Examiner's remarks:</p>	<p>4 2</p>	<p>2 0</p>	<p>(c) ett vertikalt kontrakt mellan konsument och återförsäljare, konsumenterna försöker förhandla om priset men återförsäljaren viker sig inte. Detta kan leda till att inget köp genomförs.</p>
<p>FE6A01-0048-RNP (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)</p>				<p>b) Marknadskommunikation</p>	<p>Fysisk distribution Finansiering Förhandling</p>	<p>(de på samma rad här ihop)</p>
<p>a) Producent ↑ Grossist ↑ Återförsäljare ↑ Konsument</p>				<p>4 2</p>	<p>2 0</p>	<p>(c) ett vertikalt kontrakt mellan konsument och återförsäljare, konsumenterna försöker förhandla om priset men återförsäljaren viker sig inte. Detta kan leda till att inget köp genomförs.</p>



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

**Marknadsföring I
FEGA01/FEGA46/FEGA56**

**Svarshäfte för fråga 8
Jasenko Arsenovic**

Anonymitetskod: FEGA01-0048-RNP

	<p>2) Beskriv två undersökningar: • Experiment • Observationer • Referensgrupper</p> <p>3) Explorativa undersökningar: • Experiment • Observationer • Intervjuer</p> <p>4) Explorativa undersökningar: • Experiment • Observationer • Intervjuer</p> <p>5) Explorativa undersökningar: För att ge bra resultat och vara uttömmande korrekt och effektivt Nackdelar: Måsten måste väljas mer noggrant Förklar: De flesta metoder för primärdata Nackdelar: Det finns väldigt begränsad Sekundär data</p>
--	---

13

Löpande sidnr
Consecutive no:

FEGA01-0048-RNP

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



Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Uppgift nr /
Question no.: 8

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

**Marknadsföring I
FEGA01/FEGA46/FEGA56**

**Svarshäfte för fråga 9
Poja Shams**

Anonymitetskod: FEGA01-0048-RNP



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

FEGA01-COUG-RNP

15

Löpande sidnr
 Consecutive no:

Uppgift nr /
 Question no:

9

Poäng / Points

awarded:

Lärares
 anteckning
 Examiner's remarks:

a) Först skall marknaden analyseras för att man ska se om konsumenterna har behov och efterfrågan för det man erbjuder.
 Sedan läggs en plan upp för hur man skall gå till väga för att leverera ett högt kundvärde och bygga goda, lönsamma kundrelationer.
 Sedan implementeras denna plan/strategi och slutligen så görs en utvärdering för att eventuella nedstigningar skall kunna göras

b) En tjänst är något du köper som löser ett problem-/uppgift som ett behov. De tjänster är utbud "föreslutar" dem. Du behåller alltså inget fysiskt.
 En produkt är något du köper och som du har kvar tills dess att det antingen tagit slut, slängs eller säljs.
 Detta kan påverka ett företags marknadsföring då olika promotionsvertyg är mer eller mindre effektiva för produkter/tjänster. Exempelvis är säljstöd lättare att applicera på en produkt ex) ta 3 betala för 2 än på en tjänst t.ex. Städning.

Som ett annat exempel kan personlig försäljning gynn tjänster då de är mer person - person och fysiska varor →

Universitetstryckeriet

