



Antal blad /
Number of sheets

28

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
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Företagsekonomi
Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring
Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =
Kurskod + kodnr / course code + code number
F E G A Ø 1 - 1 5 9

Tentamensdatum /
Examination date:
2014-11-03

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	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: 77

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

Svarshäfte till Fråga 1

Marknadsföring
FEGA01

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

Anonymitetskod: FEGA01-159



a) Hållbar marknadsföring innebär att företaget inte enbart gör vad som är bäst för den förtillfället utan även tänker långsiktigt. Vad som är bra för framtida generationer, både ur ett samhällsperspektiv, ex att jobba så miljövänligt som möjligt men även att med marknadsföringen kunna tilltala framtida generationer.

b) ® symbolen betyder att det är ett registrerat varumärke. Ex. Coca Cola, pepsi osv. Det får ett rättsligt skydd, ett annat företag skulle inte kunna börja tillverka cola och kalla det för Coca Cola. Skyddet gäller i ett visst ^{antal} år men går att förnya hur många gånger som helst.

c) Kundtillfredsställelse kan förklaras som hur en produkt lever upp till en kunds förväntningar. Kunden har en förutfattad uppfattning (perceived value) om produktens värde, om det inte stämmer överens med den verkliga uppfattningen kommer kunden inte att känna kundtillfredsställelse. Det är därför viktigt att inte "lova" för mycket i reklamer och dylikt, för om företaget inte lever upp till det som utlovats kommer det resultera i mycket missnöjda kunder. Om produkten skulle överstrida →



c) Kunden förväntningar uppstår customer delight, kunden känner sig förtjust.

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points for
the question:

d) "Threats" är externa hot mot företaget, detta kan till exempel vara konkurrenter, men det också vara hot i företagets makromiljö, så som en nedgång i ekonomin som hotar företaget genom att resultera i sparsamma konsumenter som handlar mindre.

Lärarens
anteckning / Notes
from the examiner:

e) Viral marknadsföring är marknadsföring som får en spridning på nätet, ex kan det vara humoristisk reklamfilm som läggs ut på youtube och delas och ses av väldigt många personer. Det blir en slags snöbollseffekt, där reklamfilmen i princip marknadsför sig själv, eller ja egentligen genom dem som ser och delar den vidare.

4.

Svarshäfte till Fråga 2 - 3
Johan Kaluza

Marknadsföring
FEGA01

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

Anonymitetskod: FEGA01-159



2. Primärdata är data som har samlats in till det specifika syftet den kommer att användas till.

Primärdata kan samlas in på flera sätt, först behöver företaget bestämma om den önskar kvantitativa undersökningar eller kvalitativa. Kvantitativa ger en bredare insikt då det flera tillfrågade.

För att samla in kvantitativ primärdata kan ett företag använda sig av webbtjänster. Det kanske är så att företaget redan har den önskade informationen i sin interna databas (primär - förutsatt att den redan är i det ^{samma} syftet) då är det billigaste alternativet för företaget att ta tillvara på den informationen i första hand.

Företaget kan också ha fokusgrupper (bestående av 6-10 p), som svarar på frågor ledda av en moderator, det är ett exempel på en kvalitativ undersökning. Företaget får mera utförliga svar men den svaren kanske inte talar för lika många konsumenter som kvantitativa undersökningar. Företaget kan också ha en observationsundersökning där man t.ex. skickar ut tränade utvalda observera konsumenter i deras "naturliga" miljö.

5

