



Antal blad /
Number of sheets

21 ✓

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

FEGA46 Marknadstöring på fastighetsmarknaden
Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =
Kurskod + kodnr / course code + code number
FEGA46-Ø55 ✓

Tentamensdatum /
Examination date:
3/11 2016

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: 82,5

Betyg / Grade: VG

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

Anonymitetskod: FEGA46 -055

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)

FEQA46-055

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

14

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a. Värdebaserad prissättning

2

b. Segmentering

2

c. Omvärldsbevakning (Market intelligence)

2

d. Marknadsföringsprocessen

2

e. Marknadsföring

✓

f.

✓

g. Hållbar marknadsföring

2

h. Vertikalt distributionssystem

✓

i. Konkurrentanalys

2

j. Adoptionsprocessen

2

Anonymitetskod: FEGA46-055

Svarshäfte till Fråga 2
Peter Samuelsson

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)

FECA46-055

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

- a.
1. Behovsupptäckt
 2. Informationssökande
 3. Utvärdering
 4. Köpbeslut
 5. Efterköpsbeteende

3P

b. 1. Ett behov kan uppstå från interna (hunger, törst etc) eller externa (annonser vänner etc) och man börjar då söka information

2. Informationssökandet är olika omfattande beroende på hur högt köpengagemang man har. Man kan hitta information på fyra olika sätt: publika (ex internet), kommersiella (reklam etc) personliga (vänner, familj) och genom egna erfarenheter.

3. Sedan utvärderar man produkten och rangordnar ens olika alternativ. Här är det väldigt svårt för marknadsföraren att veta hur konsumenten tänker.

4. Vid köpbeslut väljer man oftast den produkt man rangordnat högst. Men det finns två faktorer som kan påverka köpbeslut i detta sena skede. Det är andras attityd (ex säljare eller vän) eller en oväntad situation (ex prisstigning).



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)

FEGA46 - 055

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

7p

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

5. Efter köp tenderar man att vara nöjd eller onöjd baserat på hur produkten tillfredställde förväntningarna. Man fortsätter ibland sitt informationsökande för att vara säker på att man gjort rätt deal. Sedan tenderar man att sprida vidare detta till sin omgivning.

Köpprocessen varierar mellan människor och produkter, ibland kan ett eller flera steg hoppas över.

4p

Anonymitetskod: FEGA46-055

Svarshäfte till Fråga 3 - 4
Nina Löfberg

FEGA01/FEGA46
Marknadsföring

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

