



Antal blad /
Number of sheets

13 ✓

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

FEGBOI - Företags ekonomi B

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknads föring & affärsutveckling

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code = Kurskod + kodnr / course code + code number									
F	E	G	B	Ø	I	-	Ø	4	6

Tentamensdatum / Examination date:	
28/4-17	

Behandlade uppgifter / Solved problems

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

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: 72

Betyg / Grade: VG

Max poäng / Total marks gained: 80

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 48

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

1.

Anonymitetskod: FEGB01-046

Svarshäfte till Fråga 1 – 3
Maria Åkesson

FEGB01/FEGB32
Marknadsföring & affärsutveckling

**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)

Löpande sidnr
Consecutive no:

FEG301-046

2.

Trenden med sociala medier kan förklarats mha. de olika trender som finns. utstuderade:

Uppgift nr /
Question no:

1.

Beteendemässiga trender - här ligger trenden

Poäng / Points
awarded:

3

i det fysiska & sociala samspillet mellan kund & leverantör. För kanske det räckte att ses några gånger för att stämna av processer & produktutveckling men idag med teknologins snabba utvecklingsmönster måste kund & leverantör kunna pratas vid, göra kundundersökningar & tolka kundmönster. Detta har gjort att sociala medier har gått från privata ändamål till företagsanvändning.

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Teknologiska trender - för företag gäller det att ligga i framkanten av teknologins utveckling för att dels^{bli} eftertraktade av kunder och få en image av modernitet och den "häftiga" känslan. Då sociala medier blivit så "stort & vedertaget"

ligger den teknologiska trenden att alla "smarta apparater" ska kunna kopplas upp "online" & mot sociala medier & även interagera tillsammans.

Ledningsmässiga trender - var man syns är A och O för företagen idag. Kunder är mer inne & tittar runt på sociala medier än utanför, i den riktiga världen och då är det också där företagen ska synas.

Det positiva med trenden om sociala medier är att företagen har lättare att kommunicera & integrera med kunderna. Allt ifrån kundkontakt & feedback, till kundundersökningar. Detta gör att företagen lättare kan kundanpassa sin produkt, tjänst eller framställande processen.

Det negativa är att företagen blir mer utsatta mot den extremt svängiga "kundmobben". Dålig feedback och den fria talan sprider sig snabbt på sociala medier då kunderna vågar & är snabba på att säga vad de tycker. Detta har lett till en större press på felria produkter / tjänster hos företagen för att inte få dålig image.



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)

FEGB01-046

Löpande sidnr
Consecutive no:

3.

Macrosegmenteringar är ofta större geografiska områden som företag delar in i mindre segment för att nå en specifik intressegrupp. Kan vara religioner & kulturer som företaget vill inrikta sig mot.

Uppgift nr /
Question no:

2.

Poäng / Points
awarded:

9

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

ex. geografiskt - ett företag vill flytta försäljning av dricksvatten till afrika.

religion - nike utformar tränings-huvudbonader för muslimska kvinnor.

kultur - "fast food" kulturen i USA är lockande för restauranger och gym.

Mikrosegmenteringar är de mindre och svårare intresseområden, kan handla om image, användarvänlighet i tekniska produkter, "lyx-produkter" eller "billighetsprodukter" till vanliga åsikter hos kunderna: "saab eller volvo", "samsung eller iphone".

Alla dessa är exempel på specifika samhällsgrupper / kulturer

ex. samhällsgrupper "ålder" - mer användarvänliga mobiltelefoner till äldre.

- "image" - rock-bilar för rockentusiaster

- "självförverkligande" - volvo & apple ger en typ av självförverkligande känsla.

