

STUDENT

**FEGA01-0005-RLB**

TENTAMEN

**FEGA01 - Marknadsföring I del A**

---

Kurskod	FEGA01
Bedömningsform	--
Starttid	26.10.2023 14:00
Sluttid	26.10.2023 15:00
Bedömningsfrist	--
PDF skapad	11.04.2024 13:25

---

**Information**

Uppgift	Uppgiftstitel	Status	Poäng	Uppgiftstyp
<b>i</b>	Information DEL A			Information eller resurser

**Multiple Choice Quiz**

Uppgift	Uppgiftstitel	Status	Poäng	Uppgiftstyp
1	MCQ Fråga 5	Rätt	1/1	Flervalsfråga
2	MCQ Fråga 35	Rätt	1/1	Flervalsfråga
3	MCQ Fråga 24	Rätt	1/1	Flervalsfråga
4	MCQ Fråga 29	Rätt	1/1	Flervalsfråga
5	MCQ Fråga 4	Rätt	1/1	Flervalsfråga
6	MCQ Fråga 11	Rätt	1/1	Flervalsfråga
7	MCQ Fråga 34	Rätt	1/1	Flervalsfråga
8	MCQ Fråga 25	Rätt	1/1	Flervalsfråga
9	MCQ Fråga 31	Rätt	1/1	Flervalsfråga
10	MCQ Fråga 20	Rätt	1/1	Flervalsfråga
11	MCQ Fråga 3	Rätt	1/1	Flervalsfråga
12	MCQ Fråga 30	Rätt	1/1	Flervalsfråga
13	MCQ Fråga 32	Rätt	1/1	Flervalsfråga
14	MCQ Fråga 13	Rätt	1/1	Flervalsfråga
15	MCQ Fråga 15	Fel	0/1	Flervalsfråga


16	MCQ Fråga 37	Rätt	1/1	Flervalsfråga
17	MCQ Fråga 10	Fel	0/1	Flervalsfråga
18	MCQ Fråga 39	Rätt	1/1	Flervalsfråga
19	MCQ Fråga 26	Fel	0/1	Flervalsfråga
20	MCQ Fråga 12	Rätt	1/1	Flervalsfråga
21	MCQ Fråga 22	Rätt	1/1	Flervalsfråga
22	MCQ Fråga 38	Rätt	1/1	Flervalsfråga
23	MCQ Fråga 16	Fel	0/1	Flervalsfråga
24	MCQ Fråga 19	Rätt	1/1	Flervalsfråga
25	MCQ Fråga 21	Rätt	1/1	Flervalsfråga
26	MCQ Fråga 1	Fel	0/1	Flervalsfråga
27	MCQ Fråga 36	Rätt	1/1	Flervalsfråga
28	MCQ Fråga 28	Rätt	1/1	Flervalsfråga
29	MCQ Fråga 6	Rätt	1/1	Flervalsfråga
30	MCQ Fråga 23	Rätt	1/1	Flervalsfråga
31	MCQ Fråga 17	Rätt	1/1	Flervalsfråga
32	MCQ Fråga 8	Fel	0/1	Flervalsfråga
33	MCQ Fråga 18	Rätt	1/1	Flervalsfråga
34	MCQ Fråga 14	Rätt	1/1	Flervalsfråga
35	MCQ Fråga 27	Rätt	1/1	Flervalsfråga
36	MCQ Fråga 40	Rätt	1/1	Flervalsfråga

37	MCQ Fråga 33	Rätt	1/1	Flervalsfråga
38	MCQ Fråga 9	Rätt	1/1	Flervalsfråga
39	MCQ Fråga 7	Rätt	1/1	Flervalsfråga
40	MCQ Fråga 2	Rätt	1/1	Flervalsfråga

## 1 MCQ Fråga 5

Till övriga intressenter hör:


**Välj ett alternativ:**

- Lokala intressenter, sociala medier, myndigheter, lagstiftare, politiska partier, konsumentorganisationer, intresseföreningar och konkurrenter.
- Demokratisk och demografisk omvärld
- Lokala intressenter, sociala medier, myndigheter, lagstiftare, politiska partier, konsumentorganisationer, intresseföreningar och influencers.
- Finansiella intressenter, medier, myndigheter, lagstiftare och andra offentliga intressenter, konsumentgrupper, konsumentorganisationer och lokala intressenter 

## 2 MCQ Fråga 35

Försäljningskonceptet bygger på följande antagande om kunder.


Välj ett alternativ:

- Inget av de andra alternativen stämmer.
- Kunder låter sig övertalas genom intensiva försäljningsförsök, de glömmer bort dåliga erfarenheter och låter sig på nytt övertalas om de har sagt nej. 
- Genom säljstöd och CRM-system kan försäljningskonceptet skapa mer försäljning och nöjdare kunder än marknadsföringskonceptet.
- Kunder söker själva upp säljare givet att tillgängligheten är hög och företagets varumärke starkt. Dåliga erfarenheter kan dock skrämna iväg kunderna.

## 3 MCQ Fråga 24

Vilka är de fem stegen i köp(besluts)processen?


Välj ett alternativ:

- Behovsupptäckt, Informationssökning, Utvärdering av alternativ, Köpbeslut, Efterköpsbeteende 
- Behovsupptäckt, Utvärdering, Informationssökning, Köpbeslut, Efterköpsbeteende.
- Informationssökning, Behovsupptäckt, Utvärdering av alternativ, Köpbeslut, Efterköpsbeteende
- Inget av de andra alternativen.

## 4 MCQ Fråga 29

Vilket av följande påståenden är korrekt?


**Välj ett alternativ:**

- Targeting/Målmarknadsföring handlar om att välja ut segment som företaget vänder sig till.
- Genom positionering vill företaget med sitt erbjudande positionera sig mot olika målmarknader.
- Segmentering handlar om att dela in hela marknaden i mindre segment.
- Samtliga påståenden är korrekta. 

## 5 MCQ Fråga 4

SWOT

**Välj ett alternativ:**

- Möjligheter och styrkor är relaterade till organisationen medan svagheter och hot handlar om det som händer i omvärlden.
- Styrkor och svagheter är relaterade till organisationen medan möjligheter och hot handlar om det som händer i omvärlden. 
- Inget av påståendena stämmer
- Möjligheter och hot är relaterade till organisationen medan styrkor och svagheter handlar om det som händer i omvärlden.

## 6 MCQ Fråga 11

Lämplig typ av butik beror på bland annat:

**Välj ett alternativ:**

- produktens storlek, krav på kyla, närhet till logistikpunkt, hyreskostnad, geografiskt läge, hållbarhet, tillgänglighet, var företagets leverantörer finns och i vilken mån produktexponeringen påverkar försäljningsvolymen
- produktens storlek och vikt, krav på kyla eller varmhållning, hållbarhet, tillgänglighet, var under som företaget vill nå finns och i vilken mån produktexponeringen påverkar försäljningsvolymen
- Exponeringens storlek, kylens påfrästning på närliggande miljö, lokalens avstånd till vattenrening och buslinjer som passerar lokalen
- produktens storlek och vikt, krav på kyla, närhet till logistikpunkt, hyreskostnad, geografiskt läge, hållbarhet, tillgänglighet, var företagets leverantörer finns och i vilken mån produktexponeringen påverkar försäljningspriset

## 7 MCQ Fråga 34

Kundkapital definieras som:

**Välj ett alternativ:**

- Den sammanlagda livsinkomsten från företagets samtliga nuvarande och potentiella kunder.
- Den sammanlagda livsinkomsten från företagets samtliga nuvarande och potentiella leverantörer.
- Det sammanlagda börsvärdet för företagets samtliga butiker.
- Alla de angivna definitionerna stämmer.

## 8 MCQ Fråga 25

De tre hållbarhetsdimensionerna består av:

**Välj ett alternativ:**

- Inget av de andra alternativen.
- Miljömässig, social och materialistisk hållbarhet.
- Ekonomisk, stereotypisk och miljömässig hållbarhet.
- Ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet.



## 9 MCQ Fråga 31

Vad ingår i ett beslut kring en produktlinje?

**Välj ett alternativ:**

- Samtliga av de andra alternativen ingår.
- Rabatter och prisreduktioner
- Produktlinjens längd – antalet produkter som ingår i produktlinjen
- Logistiska lösningar – antalet produkter som erbjuds på grossistnivå






## 10 MCQ Fråga 20

Sociala strukturer


Välj ett alternativ:

- Alla samhällen har en social struktur, i vissa fall formar de sociala hierarkier som är lätta att identifiera med rätt verktyg
- Alla samhällen har en social struktur, i vissa fall formar de sociala hierarkier som är lätta att identifiera med rätt verktyg
- Alla samhällen har en social struktur med olika grupper som sammantaget formar sociala hierarkier som ofta är svårfångade 
- Inget av alternativen stämmer

## 11 MCQ Fråga 3

Marknadsföring kan tillämpas

Välj ett alternativ:

- I vinstdrivande och icke vinstdrivande organisationer, men inte i offentlig sektor och civilsamhället, som vilar på andra principer.
- Inget av alternativen stämmer.
- I vinstdrivande och icke vinstdrivande organisationer, samt i offentlig sektor, men inte i civilsamhället, som vilar på andra principer.
- I vinstdrivande och icke vinstdrivande organisationer. Även utan vinstintresse är god lönsamhet viktig 

## 12 MCQ Fråga 30

Tillfälligt sänka priser för att öka den kortsiktiga försäljningen är ett exempel på...?

**Välj ett alternativ:**

- Dynamisk prissättning
- Säljstödjande prissättning
- Geografisk prissättning
- Segmenterad prissättning



## 13 MCQ Fråga 32

Vilka är de sex stegen i modellen buyer-readiness stages?

**Välj ett alternativ:**


- Inget av de andra alternativen är korrekt.
- Kännedom, information, gillande, preferens, köp och efterköps känslor
- Medvetenhet, kännedom, föredra, preferens, övertygelse och köp
- Medvetenhet, kunskap, gillande, preferens, övertygelse och köp



## 14 MCQ Fråga 13

Marknadsskumning fungerar



Välj ett alternativ:

- Inget av alternativen stämmer
- Om det är tillräckligt många konkurrenter som också skummar marknaden
- Om produkten lever upp till förväntningarna kopplade till det höga priset, och det måste finnas tillräckligt många köpare som kan betala 
- Om marknaden har en bara balans mellan marknadspenetrering och marknadsskumning

## 15 MCQ Fråga 15

Konsumentprodukter kan delas in i:


Välj ett alternativ:

- Dagligvaror, kapitalvaror, specialprodukter och icke-eftersökta produkter 
- Dagligvaror, sällanköpsvaror, kapitalvaror och lyxvaror 
- Dagligvaror, sällanköpsvaror, kapitalvaror och inferiora varor
- Barnprodukter, vuxenprodukter och mat

## 16 MCQ Fråga 37

Vad innebär diversifiering?



**Välj ett alternativ:**

- Att producera existerande produkter för existerande marknader
- Att erbjuda nya produkter till befintliga marknader, vilket vanligen kräver att nya fabriker byggs
- Samtliga påståenden.
- Att företaget förvärvar eller på egen hand introducerar affärsområden utanför den uppställning produkter och marknader där företaget agerar idag 

## 17 MCQ Fråga 10

Forskning kring marknadskommunikation lyfter fram några kriterier för effektiv kommunikation:

**Välj ett alternativ:**

- Inget av alternativen 
- Den skapar medvetenhet och preferens, stärker övertygelsen samt förändrar attityden 
- Den stärker medvetenheten, utvecklar preferensen, skapar övertygelser samt omvandlar attityden
- Den stärker medvetenheten, utvecklar preferensen, stärker övertygelsen samt förändrar attityden

## 18 MCQ Fråga 39

Det finns fyra viktiga faktorer som påverkar konsumenters köpbeteende:

**Välj ett alternativ:**

- Inget av de andra alternativen är korrekt.
- Psykologiska, personliga, sociala samt CRM-system
- Kulturella, organisatoriska, personliga och psykologiska
- Kulturella, sociala, personliga och psykologiska



## 19 MCQ Fråga 26

Vilket av följande påståenden är riktigt?

**Välj ett alternativ:**


- Inget av de andra påståendena.
- Den teknologiska omvärlden utgörs av institutioner och förhållanden som påverkar samfundets grundläggande värderingar, uppfattningar, preferenser och beteendemönster.
- Den ekologiska omvärlden utgörs av faktorer som påverkar konsumenters köpkraft och spendermönster.



## 20 MCQ Fråga 12

Omnikanaler


Välj ett alternativ:

- innebär marknadsföring på olika TV kanaler
- är samma sak som e-handel men med möjlig återlämning i en fysisk butik
- innebär att ett företag säljer genom olika marknadskanaler
- innebär att olika marknadskanaler integreras för att skapa kundorienterade upplevelser 

## 21 MCQ Fråga 22

Vilka påståenden stämmer?

Välj ett alternativ:

- Kritik riktas mot marknadsföring som rör dåliga och farliga produkter.
- Kritik riktas mot marknadsföring då det kan anses bidra till materialism och kulturell nedsmutsning.
- Kritik riktas mot marknadsföring då den kan vara vilseledande.
- Samtliga av de övriga alternativen stämmer. 

## 22 MCQ Fråga 38

Makromiljön utgörs av de samhällsliga förhållanden som påverkar vad som händer i mikromiljön. Dessa förhållanden är demografiska, ekonomiska, ekologiska, teknologiska, \_\_\_\_\_, och \_\_\_\_\_.

Välj ett alternativ:

- Politiska, kulturella
- Inget av alternativen.
- Konkurrensorienterade, kulturella
- Politiska, leverantörsorienterade



## 23 MCQ Fråga 16

Differentiering och positionering består av två steg:

Välj ett alternativ:


- först identifiera ett antal positioneringsmöjligheter som kan skapa konkurrensfördelar, sedan välja en differentieringsstrategi där värdeerbjudandet uttrycks
- först identifiera ett antal differentieringsmöjligheter som kan skapa konkurrensfördelar, sedan välja en positioneringsstrategi där värdeerbjudandet uttrycks
- först identifiera ett antal differentieringsmöjligheter som kan skapa värdeerbjudanden som resulterar i en positioneringsmöjlighet
- Inget av alternativen



## 24 MCQ Fråga 19

När köparen visar stort köpengagemang och upplever skillnaderna mellan produkter och varumärken som viktiga kallas det:


**Välj ett alternativ:**

- Samtliga alternativ
- Komplex köpbeteende 
- Variationssökande köpbeteende
- Dissonansreducerande köpbeteende

## 25 MCQ Fråga 21

**Hållbar marknadsföring innebär att:**

**Välj ett alternativ:**

- Företaget ser till nuvarande kunder och deras behov samt balanserar verksamheten med insatser för att minska miljöpåverkan och ta hänsyn till andra intressenter långsiktiga intressen. 
- Företaget är enbart intresserade av att sälja till sina nuvarande kunder.
- Företaget tänker bara på att minska sin miljöpåverkan.
- Inget av de andra alternativen stämmer.



## 26 MCQ Fråga 1

Studier visar att flera branscher med mycket stora marknadsföringskostnader

Välj ett alternativ:

- har lett till många konkurser
- Inget av påståendena stämmer.
- har större prisökningar än andra branscher
- har upplevt mindre prisökningar över tid



## 27 MCQ Fråga 36

Vilket av följande påståenden stämmer?

Välj ett alternativ:


- Inget påstående stämmer.
- Svagheter är ofördelaktiga externa faktorer och trender som utgör en utmaning för företaget och dess förmåga att prestera väl
- Hot är ofördelaktiga interna faktorer och trender som utgör en utmaning för företaget
- Hot är ofördelaktiga externa faktorer och trender som utgör en utmaning för företaget



## 28 MCQ Fråga 28

Vilket av följande påståenden är riktigt?


**Välj ett alternativ:**

- Psykografisk segmentering delar in köpare i grupper baserat på deras kunskaper, attityder och hur de responderar på olika marknadsföringsåtgärder.
- Targeting/målmarknadsföring handlar om att hitta en uppsättning köpare som delar karaktärsdrag och behov och som företaget bestämmer sig för att vända sig till.
- Demografisk segmentering delar upp köpare i olika grupper baserat på socialgruppsstillhörighet, livsstilsfaktorer och personliga faktorer.
- Inget av de andra alternativen. 

## 29 MCQ Fråga 6

Big Data har många fördelar


**Välj ett alternativ:**

- Inget av de andra alternativen.
- Vilket gör Big Data till den numera dominerande metoden inom konsumentundersökningar
- Men det går inte att komma ifrån att bristande konsumentförståelse inte kan kompenseras av stora, rika, datamängder 
- Men nackdelarna överväger i princip alltid

### 30 MCQ Fråga 23

Vanebaserat köpbeteende innebär:


Välj ett alternativ:

- Lågt köpengagemang och stora upplevda skillnader mellan olika varumärken.
- Högt köpengagemang och liten upplevd skillnad mellan olika varumärken.
- Inget av de andra alternativen.
- Lågt köpengagemang och liten upplevd skillnad mellan olika varumärken. 

### 31 MCQ Fråga 17

Till beteendemässiga segmenteringsvariabler hör



Välj ett alternativ:

- Det spelar ingen roll att veta vad, när, hur och varför konsumenter köper så länge man säljer
- Tillfälle, lojalitetsstatus, användningsfrekvens, livsstil, personlighet, köpvillighet och attityd gentemot produkten
- Tillfälle, användarstatus, användningsfrekvens, livsstil, personlighet, köpvillighet och attityd gentemot produkten
- Tillfälle, fördel, användarstatus, användningsfrekvens, lojalitetsstatus, köpvillighet och attityd gentemot produkten 

### 32 MCQ Fråga 8

För att en resurs ska kunna utgöra en konkurrensfördel måste den enligt det resursbaserade perspektivet uppfylla följande krav:


**Välj ett alternativ:**

- Resursen måste vara ovanlig, svår att imitera, svår att ersätta med konkurrenters produkter samt lönsam
- Resursen måste vara ovanlig, svår att imitera, svår att ersätta med konkurrenters produkter samt kundorienterad 
- Resursen måste vara värdefull, ovanlig, svår att imitera, svår att ersätta med substitut samt kundorienterad 
- Inget av alternativen

### 33 MCQ Fråga 18

Fem karaktärsdrag hos produkten är särskilt viktiga när det gäller påverkan på adoptionsprocessen:


**Välj ett alternativ:**

- Relativ fördel, kompatibilitet, komplexitet, möjlighet att prova samt kommunicerbarhet 
- Inget av alternativen stämmer
- Relativ fördel, kompetens, komplexitet, möjlighet att returnera samt differentierbarhet
- Relativ fördel, kompatibilitet, komplexitet, möjlighet att returnera samt differentierbarhet

### 34 MCQ Fråga 14

Upward stretch


Välj ett alternativ:

- innebär att exklusivare, större eller dyrare produkter med högre marginaler och status introduceras 
- innebär att produkter görs tillgängliga för en bredare grupp kunder med lägre betalningsvilja
- Samtliga alternativ
- innebär att priserna höjs så långt det är möjligt utan att minska det totala täckningsbidraget när volymen minskar

### 35 MCQ Fråga 27

USP står för...?

Välj ett alternativ:

- Unique segmentation propositions
- Unique selling propositions 
- Unique selling positionings
- Inget av alternativen

### 36 MCQ Fråga 40

De psykologiska faktorer som påverkar konsumentbeteende är;

**Välj ett alternativ:**

- Kultur, subkultur och socialgruppsstillhörighet
- Referensgrupper, familj, roller och status
- Motivation, perception, lärande, värderingar och attityder
- Kulturella, sociala och personliga



### 37 MCQ Fråga 33

Vilka är de fem marknadsföringskoncepten som speglar olika synsätt på hur konkurrenskraft skapas?

**Välj ett alternativ:**

- Inget av alternativen.
- Varumärkesutvidgning, lönsamhet genom försäljningsvolym, leverantörsbehov, produkt, försäljning
- Produktion, produkt, försäljning, marknadsföring och samhällsorienterad marknadsföring
- Produktion, försäljning, marknadsföring, samhällsorienterad marknadsföring och leverantörsbehov



### 38 MCQ Fråga 9

Med en pull-strategi

Välj ett alternativ:

- riktas marknadsföringsaktiviteterna till butikerna som sedan söker upp köpare
- riktas marknadsföringsaktiviteterna till de tänkta köparna som sedan söker upp försäljare för att köpa produkten i fråga
- Att identifiera målgruppen/målgrupperna som sedan söker upp leverantörer.
- riktas marknadsföringsaktiviteterna till butikerna som sedan kontaktar de tänkta köparna för att få dem att söka upp butiken

### 39 MCQ Fråga 7

Employer branding har blivit viktigare av flera skäl:

Välj ett alternativ:

- Lönerna ökar i en stadig takt vilket resulterar i att varumärket blir starkare
- Prestationskraven har blivit högre; högpresterande medarbetare är en förutsättning; arbetsmarknaden har inspirerats och påverkats av konsumtionssamhället; attraktiva arbetsgivare kan betala lägre löner och ändå få kvalificerade medarbetare
- Med ett starkt arbetsgivarvarumärke tenderar en arbetsgivare att ha mindre frånvaro, högre personalomsättning, fungera mer som en plantskola och ha ett mer individualiserat medarbetarengagemang
- Ett starkt arbetsgivarvarumärke är enda sättet att kunna rekrytera medarbetare numera, oavsett konjunktur. Det gäller särskilt så kallade gigg-jobb.

## 40 MCQ Fråga 2

Ett behov uppstår vid en upplevd brist som kan vara

**Välj ett alternativ:**

- Fysisk, social eller individuell
- Psykografisk, addaptiv eller abstrakt
- Individuell, kollektiv eller psykotisk
- Fysisk, psykologisk eller social

