



HØGSKOLEN
I SØR-TRØNDELAG

HØGSKOLEN I SØR-TRØNDELAG

AVDELING FOR MAT- OG MEDISINSK TEKNOLOGI

Eksamensdato:	3. august 2006					
Varighet:	4 timer					
Fagnummer:	FV300N					
Fagnavn:	Markedsføring/Eksport					
Klasse(r):	3					
Studiepoeng:	6					
Faglærer(e):	Christian Kjølaas/Anne Kathrine Willumsen					
Hjelpemidler:	Ingen					
Oppgavesettet består av:	1 side pluss forside					
Vedlegg består av:						
Merknad:						
Lykke til!						

HiST – AMMT

FV300N Markedsføring/Eksport

Eksamen torsdag 3. august 2006, kl. 0900-1300

Ingen hjelpemidler

Alle fire oppgaver vil telle likt ved bedømmelse av besvarelsen.

Oppgave 1.

- a. Drøft hvorfor *produkttilpasning* blir spesielt viktig i eksportmarkeder.
- b. Drøft typiske faktorer som vil påvirke *prissettingen* ved eksport.

Oppgave 2.

- a. Gjør rede for de ulike *kjøpsroller*.
- b. Forklar hva vi mener med *adopsjonsprosessen* i forbindelse med kjøp.

Oppgave 3.

Gjør rede for hva vi forstår med en *SWOT*-analyse (Strengths/Weaknesses/Opportunities/Threats - også kalt *SOFT*- analyse) og hvilken nytte man kan ha av en slik analyse i markedsplanleggingen.

Oppgave 4.

Svar kort på følgende spørsmål/oppgaver:

- a. Hva betyr det at etterspørselen etter et produkt er *elastisk*?
- b. Hva mener vi med et *kausalt forskningsdesign* i forbindelse med markedsundersøkelser/markedsforskning?
- c. Forklar hva vi mener med *direkte* og *indirekte* distribusjon.
- d. I markedsføringssammenheng snakker vi ofte om *de fire konkurransevirkemidler* - hva tenker vi på da?
- e. Nevn ulike *segmenteringsstrategier* og belys det med noen eksempler