



Avdeling for allmenne fag

EKSAMEN

005 MARKEDSFØRING

7.5.2003

Tid:	4 timer
Målform:	Bokmål/nynorsk
Sidetal:	2 inklusive forside
Hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Alle oppgavene teller likt. Illustrer gjerne besvarelsen (alle tre oppgavene) med eksempler du kjenner til.
Vedlegg:	Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på lister med kandidatnummer, lagt i hyllene ved eksamensoppslagstavla, eller du kan gå inn på Arena høgskole – da trenger du heller ikke kandidatnummeret.

Alle oppgavene teller likt. Illustrer gjerne besvarelsene for alle tre oppgaver med eksempler du kjenner til!

OPPGAVE 1

I teorien skiller man mellom markedsledere, markedsutfordrere og markedsetterfølgere.

Definer disse tre begrepene.

Redegjør for hvilke angrepstrategier en markedsutfordrer kan bruke.

OPPGAVE 2

Tjenestemarkedsføring og tjenesteyting er blitt en stadig viktigere del av Norges økonomi.

Redegjør for de viktigste særtrekkene ved tjenesteytelser.

Tjenesteyting har tre typer av markedsføring. Redegjør også for begrepene intern markedsføring, ekstern markedsføring og interaktiv markedsføring.

OPPGAVE 3

Et sentralt område i markedsføringen er hvordan man kan få sitt produkt eller tilbud til å skille seg ut fra konkurrentene. I teorien kalles dette for differensiering.

Redegjør for de viktigste måtene en bedrift kan få sitt tilbud til å skille seg fra konkurrentene.

Nynorsk

Alle oppgåvene tel likt. Illustrer gjerne svara på alle tre oppgåvene med eksempel du kjenner til!

OPPGÅVE 1

I teorien skil ein mellom marknadsleiurar, marknadsutfordrarar og marknadsetterfølgjarar.

Definer desse tre omrepa.

Gjer greie for kva for angrepstrategiar ein marknadsutfordrarar kan bruke.

OPPGÅVE 2

Tenestemarknadsføring og tenesteyting er blitt ein stadig viktigare del av Noregs økonomi.

Gjer greie for dei viktigaste særtrekka ved tenesteytingar.

Tenesteyting har tre typar av marknadsføring. Gjer og greie for omgrepa intern marknadsføring, ekstern marknadsføring og interaktiv marknadsføring.

OPPGÅVE 3

Eit sentralt område i marknadsføringa er korleis ein kan få sitt produkt eller tilbod til å skille seg ut frå konkurrentane. I teorien kallast dette for differensiering.

Gjer greie for dei viktigaste måtane ein bedrift kan få sitt tilbod til å skille seg frå konkurrentane.