



Avdeling for allmenne fag

EKSAMEN

005 MARKEDSFØRING

07.05. 2004

Tid: 4 timer

Målform: Bomål/nynorsk

Sidetall: 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.

Bokmål

OPPGAVE 1

I teorien skiller man mellom markedsledere, markedsutfordrere og markedsetterfølgere.

Definer disse tre begrepene.

Redegjør for hvilke strategier en markedsleder kan bruke for å beholde sin posisjon over lang tid.

OPPGAVE 2

Markedssegmentering er en viktig del av markedsplanleggingen.

Redegjør for denne påstanden og beskriv de viktigste kriteriene som blir brukt til å dele opp forbrukermarkedet i segmenter.

OPPGAVE 3

Gjør rede for hvilke forhold som særpreger bedriftsvaremarkedet. Redegjør også for viktigheten av relasjonsmarkedsføring på dette markedet og hva som skaper gode relasjoner.

Nynorsk

OPPGÅVE 1

I teorien skil ein mellom marknadsleiarar, marknadsutfordrarar og marknadsetterfølgjarar.

Definer desse tre omgrepa.

Gjer greie for kva for strategiar ein marknadsleiar kan bruke for å halde på sin posisjon over lang tid.

OPPGÅVE 2

Marknadssegmentering er ein viktig del av marknadsplanlegginga.

Gjer greie for denne påstanden og beskriv dei viktigaste kriteria som blir bruka til å dele opp forbrukarmarknaden i segment.

OPPGÅVE 3

Gjør greie for kva for forhold som særpregar bedriftsvaremarknaden. Gjer og greie for viktigheten av relasjonsmarknadsføring på denne marknaden og kva som skaper gode relasjonar.