



Försättsblad Prov Original

| | | |
|-------------|--|---------------------|
| Kurskod | Provkod | Tentamensdatum |
| F Ö 0 3 2 G | 1 0 0 0 | 2 0 1 9 - 0 2 - 0 7 |
| Kursnamn | Företagsekonomi GR (A), Marknadsföring | |
| Provnamn | Examination | |
| Ort | Östersund | |
| Termin | | |
| Ämne | | |

Mittuniversitetet
Östersund
EJT
Christer Strandberg

Tentamen i Företagsekonomi GR (A), Marknadsföring (FÖ032G) 7,5hp

Datum: 2019-02-07

5 timmar

Tentamen består av 7 frågor på totalt 40 poäng.

Svaren skriver du in direkt i dokumentet, under respektive fråga. Du kan här även använda lösa blad. OBS! Skriv inte dina svar på baksidorna.

Endast språkliga ordböcker är tillåtna hjälpmedel.

Lycka till!

Fråga 2 (5 poäng)

Vad kännetecknar försäljningskonceptet och marknadsföringskonceptet?

Fråga 3 (5 poäng)

Vilka olika roller vid köpbeslut kan identifieras och ge ett exempel där olika personer kan ha olika roller vid köpbeslut?

Fråga 4 (5 poäng)

Ange olika källor till marknadsinformation och beskriv dessa närmare?

Uppgift 5 (5 poäng)

Vilka olika prissättningsstrategier kan man välja mellan vid lansering av nya produkter och vid vilka situationer är respektive prissättningsstrategi bäst lämpad

Uppgift 6 (5 p)

Beskriv nyare teorier om industriella marknader?

Uppgift 7 (10 poäng)

Du har en kompis som har en livsmedelsaffär i ett bostadsområde, som har dålig lönsamhet. Han har genomfört en mindre marknadsundersökning i bostadsområdet och kunnat notera att cirka 30 % av kunderna är stamkunder, cirka 20 % är strökunder och resterande inte känner till butiken särskilt väl.

Han vill att du ska lägga upp en reklamkampanj för att öka butikens omsättning. Hur skulle du lägga upp denna reklamkampanj? Vid besvarandet av denna fråga ange lämpliga begrepp/teorier/modeller från läroboken.