

EKSAMEN

Emnekode: SFB10502	Emne: Markedsføring og foretaksstrategi
Dato: 07.12.2015	Eksamenstid: kl 09:00 til kl 13:00
Hjelpemidler: Kalkulator	Faglærer: Sander Sværi
Eksamensoppgaven: Oppgavesettet består av 4 sider inklusiv denne forsiden. Kontroller at oppgaven er komplett før du begynner å besvare spørsmålene. <i>Alle oppgavene skal besvares. Oppgavene teller likt ved sensurering</i>	
Sensurdato: <u>04.01.2016</u> Karakterene er tilgjengelige for studenter på studentweb senest 2 virkedager etter oppgitt sensurfrist. Følg instruksjoner gitt på: www.hiof.no/studentweb	

Lykke til!

Oppgave 1 (25 %) Forbrukeratferd og overtalende kommunikasjon

Bruk relevant teori til å forklare hvordan disse reklamene fungerer. Diskuter hva som må til for at reklamen skal føre til en holdningsendring, og eventuelle utfordringer med reklamene nedenfor.



Reklame 1: Butikk som selger Mac maskiner



Reklame 2: Parfymen "Fantasy" frontet av sangeren Britney Spears

Oppgave 2 (25 %) Markedsmix

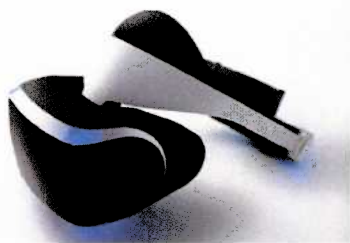
Markedsmix, eller 4P brukes gjerne for å beskrive hvordan et produkt eller en tjeneste markedsføres. Beskriv hva markedsmix er og består av. Velg deretter 1 av bedriftene nedenfor og forklar hvordan deres markedsmix er. Ta gjerne forutsetninger om du ikke kjenner til produktene/tjenestene til bedriften. Husk å gjøre rede for evt forutsetninger.



Oppgave 3 (25 %) Produktets livssyklus og prisstrategier

Produkter har ulike livsfaser.

- A) Bruk relevant teori, herunder adopsjonsprosessen, produktets livssyklus og BCG matrisen til å forklare hva disse fasene er og hva de betyr for bedriften.
- B) Nedenfor er to nye produkter. Drøft hvilke prisstrategier som bør benyttes i de første stadiene av produktets livssyklus for disse produktene.



Sony lanserer Virtual Reality briller som med et bilde som fyller hele synsfeltet gir deg en følelse av å være inne i det som vises. Brillene kan blant annet brukes til film og spill.



Posemat fra Gilde: Stekeposen er utviklet slik at den først er helt tett, for å holde på fuktigheten, men den åpner seg mot slutten av steketiden for at steken skal få fin stekeskorpe.

Oppgave 4 (25 %) Distribusjon/markedsføringskanaler

I artikkelen på neste side står det at Norgesgruppen som blant annet har dagligvarekjedene Kiwi og Meny skal kutte ut leverandøren Hatting og heller produsere egne pølse- og hamburgerbrød. Bruk konkurranseanalyse og annen relevant teori til å forklare hvorfor Norgesgruppen ønsker å slutte å bruke denne leverandøren.



Norgesgruppens konsernsjef Tommy Korneliussen erstatter en svensk leverandør med Norgesgruppens eget leverandørselskap. Foto: Øyvind Elvsborg

Finans Norgesgruppen

Meny og Kiwi kaster Hattings pølse- og hamburgerbrød ut av butikkene

Norgesgruppen vraker den svenskeide merkevaren Hatting og har ambisjoner om å lage bedre og billigere pølse- og hamburgerbrød selv.

Lars Kristian Solem og [Mads Kvernen Kleppe](#)

Publisert: 24.11.2015 – 18:31 Oppdatert: 26.11.2015 – 09:25



Meny- og Kiwi-eier Norgesgruppen har bestemt seg. Landets største dagligvarekjede dropper pølse- og hamburgerbrødene fra Lantmännen Unibake Norway as, som eier merkevaren Hatting og driver industribakeri på Langhus utenfor Oslo.

- Hvert år går vi gjennom salget vårt i de ulike varegruppene for de 150 største leverandørene våre. Norgesgruppen er ikke fornøyd med utviklingen innen pølse- og hamburgerbrød i dagligvarehandelen og kommer derfor med nytt konsept fra Bakehuset med bedre kvalitet og pris, sier konsernsjef Tommy Korneliussen i Norgesgruppen.