

i Informasjon om eksamen



EKSAMEN

Emnekode: SFB51318

Emnenavn: Digitale medier

Dato: 05/12-2018

Eksamenstid: 09.00-13.00, 4 timer

Hjelpemidler: Ingen

Faglærer: David Aleksandersen (/Tom Heine Nätt)

Om eksamensoppgaven:

Oppgavesettet er inndelt i 4 deler:

1. Datasikkerhet - 35 %
2. Inbound marketing - 40 %
3. Web og SEO - 15 %
4. Digitale kanaler og sosiale medier - 10 %

Det er på hver del, og deloppgavene, angitt hvor mye disse teller av totalen. Karakter fastsettes dog på basis av en helhetsvurdering av besvarelsen.

Husk at 5 % tilsvarer ca 10 minutter. Det krever derfor at du svarer kort og konsist på oppgavene, men det kreves også at svarene dine har litt innhold.

Husk at det ikke er mengden tekst, men selve innholdet du formidler som karaktersettes. Du må gjerne svare som punktlister og korte setninger, så lenge sensor forstår hva du mener og hva du vil frem til.

Det er forholdsvis mange oppgaver og mye å gjøre. Fordel tiden din godt slik at du kommer gjennom alle oppgavene på en god måte. Det kan være lurt å se gjennom oppgavesette før du begynner.

Det er forventet at du skal benytte alle 4 timene som er til rådighet. Føler du at du ferdig tidligere bør du vurdere om du ikke heller skal benytte tiden som gjenstår til å forbedre noen av svarene dine.

Gjør dine egne forutsetninger dersom du mener noe er uklart.

Takk for et hyggelig semester!

Lykke til!












Sensurfrist: 27.12.2018

Karakterene er tilgjengelige for studenter i Studentweb.

1 Oppgave 1.1 - 5 % (Passord)

Hvis du skulle gitt noen råd angående passord (velge, bruke, oppbevare), hva ville de viktigste rådene dine vært? Der det er nødvendig, legg også til en svært kort forklaring om hvorfor.

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_n | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Σ |  | 










Words: 0

Maks poeng: 5

2 Oppgave 1.2 - 5 % (Social engineering)

Social Engineering benytter en rekke triggere fra psykologien for å gjøre svindlene mer troverdige (ett eksempel er *frykt*). Nevn flere slike triggere som benyttes, og forklar meget kort om hvorfor de er virkningsfulle.

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  | Ω |  |  | Σ | ABC | 












Words: 0

Maks poeng: 5

3 Oppgave 1.3 - 10 % (Phishing)

- a) Forklar hva *phishing* (nettfiske) er.
- b) Hvordan kan man oppdage phishing-forsøk?
- c) Hvilke tiltak (før/etter) kan man gjøre for å redusere konsekvensene dersom man blir utsatt for phishing?

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Σ |  | 














Words: 0

Maks poeng: 10

4 Oppgave 1.4 - 5 % (Falske sikkerhetsadvarsler)

Hvorfor kan falske sikkerhetsadvarsler (såkalte *hoax*) være farlige?

Skriv ditt svar her...

Format ▾ | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 

Words: 0














Maks poeng: 5

5 Oppgave 1.5 - 10 % (Sikkerhet og bedrifter/GDPR)

a) Når bedrifter leverer IT-produkter og tjenester. Hvorfor er ikke disse 100 % sikre?

b) Hva er GDPR og hvordan kan GDPR påvirke bedriftens "innsats" i datasikkerhetsarbeidet?

Skriv ditt svar her...

Format ▾ | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 














Words: 0

Maks poeng: 10

6 Oppgave 2.1 - 5% (Inbound vs tradisjonell)

Forklar kortfattet forskjellene mellom Inbound Marketing og tradisjonell markedsføring.

Skriv ditt svar her...

Format - | **B** *I* U x_2 x^2 | I_x |   |    |   |   |  |  | ABC  | 














Words: 0

Maks poeng: 5

7 Oppgave 2.2 - 5% (Personas)

Et sentralt begrep i Inbound Marketing er Personas. Forklar kortfattet hva en Persona er og hvorfor det er så viktig å definere virksomhetens personas.

Skriv ditt svar her...

Format - | **B** *I* U x_2 x^2 | I_x |   |    |   |   |  |  | ABC  | 













Words: 0

Maks poeng: 5

8 Oppgave 2.3 - 12,5% (Kundereisen)

Sett fra bedriftens perspektiv har kundereisen flere faser. Forklar kundereisens faser (som begynner med «Tiltrekke/Attract») og hvordan en «Ukjent/Stranger» til slutt kan bli en «Ambassadør/Evangelist»

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 













Words: 0

Maks poeng: 12.5

9 Oppgave 2.4 - 10% (Kjøpsreisen)

Sett fra kundens perspektiv har kjøpsreisen tre faser, der målet er å treffe en kjøper med riktig budskapet på riktig tidspunkt. Beskriv de tre fasene en kunde vil befinne seg i, og gi eksempler på hvilket behov for innhold kjøperen har i de ulike fasene.

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 













Words: 0

Maks poeng: 10

10 Oppgave 2.5 - 7,5% (Epost og blogg)

Epost og blogg er to av de viktigste elementene i en Inbound Marketing-strategi, i tillegg til CTA (Call-To-Actions), landingssider og takke-sider. Forklar hvorfor.

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 












Words: 0

Maks poeng: 7.5

11 Oppgave 3.1 - 10 % (SEO)

- Lag en liste over tiltak vi kan gjøre for å få vår nettside "oppover" i trefflistene til søkemotorene.
- Hvorfor kan vår plassering i trefflistene forandre seg uten at vi gjør endringer?
- Hvorfor tar det tid før man ser resultater av SEO-arbeid?
- Hvorfor er det vanskelig å måle resultater av SEO-arbeid, og hvordan kan det gjøres?

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Σ |  | 












Words: 0

Maks poeng: 10

12 Oppgave 3.2 - 5 % (Universell utforming)

Forklar kort hva universell utforming er med tanke på nettsider. Hvem skal vi tilpasse nettsiden til, og hvorfor?

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Σ |  | 













Words: 0

Maks poeng: 5

13 Oppgave 4.1 - 2,5% (Måloppnåelse)

En virksomhet vil alltid ha et eller annet mål som skal oppnås. Eksempler på mål kan f.eks. være økt salg, bygge et varemerket, verving av medlemmer til å støtte en god sak eller å kommunisere et politisk budskap. Forklar kortfattet hva som må skje med dine kunder/målgruppe før du kan nå dine mål?

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 

Words: 0












Maks poeng: 2.5

14 Oppgave 4.2 - 7,5% (Viktigste digitale kanal)

Det finnes mange sosiale medier og digitale kanaler. Hvis du skal velge hvilken (du kan bare velge en) digital kanal din virksomhet skal bruke, hvilken av de følgende vil du foretrekke? Vennligst utdyp svaret.

- a. Facebook
- b. Nettside
- c. LinkedIn
- d. Twitter
- e. SnapChat

Skriv ditt svar her...

Format | **B** | *I* | U | x_2 | x^2 | I_x |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | ABC | 

Words: 0

Maks poeng: 7.5