

Eksamen

16. november 2016

SSS2001

Marknadsføring og sal / Markedsføring og salg

Programområde:

Sal, service og sikkerheit / Salg, service og sikkerhet

Nynorsk

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timar.
Hjelpemiddel	Alle hjelpemiddel er tillatne, bortsett frå Internett og andre verktøy som kan brukast til kommunikasjon.
Bruk av kjelder	<p>Dersom du bruker kjelder i svaret ditt, skal dei alltid førast opp på ein slik måte at lesaren kan finne fram til dei.</p> <p>Du skal føre opp forfattar og fullstendig tittel på både lærebøker og annan litteratur. Dersom du bruker utskrift eller sitat frå Internett, skal du føre opp nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	Det er ingen vedlegg.
Informasjon om vurderinga	<p>Når du løyser oppgåva, må du beskrive dei vala du tar og grunngje dei.</p> <p>Du viser kompetansen din i faget ved at du i tråd med kompetansemåla i læreplanen viser at du kan:</p> <ul style="list-style-type: none">- presentere og bruke fagstoff- grunngje synspunkta og forslaga til løysing på oppgåva- trekkje inn ulike synspunkt og løysingar som er relevante for problemstillingane i oppgåva- gjere greie for resultata/konsekvensane av dei faglege vala dine- meistre relevante grunnleggande ferdigheiter- bruke eksempel der det er relevant- bruke fagterminologi og hjelpemiddel på ein hensiktsmessig og etterprøvbar måte
Andre opplysningar	<p>I svaret på desse oppgåvene kan du enten velje ei teoretisk tilnærming eller du kan velje deg ei konkret bedrift som du kjenner til (eller ei tenkt/ fiktiv bedrift) og bruke ho som gjennomgangseksempel.</p> <p>Ta eigne føresetnader der du finn det nødvendig for svaret ditt.</p>

Oppgåve 1

Når nye bedrifter startar opp, er det fleire forhold ein må avklare eller ta stilling til. Noko av det første ein må gjere er å undersøke om det er marknad for produktet ein ønsker å selje.

Gjer greie for kva type marknader bedriften kan rette seg mot.

Oppgåve 2

Når produktet er valt og skal lanserast på marknaden, må dette ha ein pris. Denne prisen vil ofte ikke vere fast over tid, men kunne varierast alt etter kva ein ønsker å oppnå. Ein bruker altså prisen som eit verkemiddel.

Gjer greie for ulike former for prissetting av produkt og forklar omgrepet prisdifferensiering.

Oppgåve 3

Gå ut frå at det finst ein marknad for produktet, at bedriften skal starte opp og at marknadsmål om å tre inn i marknaden er fastsett. Vidare veit du at det er viktig å gjere eit grundig arbeid rundt marknadsstrategiar. Den første og kanskje viktigaste strategien er å definere målgruppa meir presist.

Forklar omgrepet segmentering. Kva for krav bør ein stille til dei segmenta ein vurderer?

Når ein segmenterer, er det vanleg å gjere dette etter visse kriterium. Gjer greie for desse.

Oppgåve 4

Du har nå gjennom segmenteringsprosessen funne ut kva for målgruppe du vil satse på når du skal selje produktet. Det vidare arbeidet med strategiar handlar om konkurransemidla.

Gjer greie for dei 5 P'ane (verkemidla) bedriften rår over i konkurransen om marknaden. Her er det venta at du tar for deg kvart verkemiddel og gjer greie for kva det inneber, gjerne med bruk av eksempel for marknadsmiks.

Oppgåve 5

Sjå for deg at bedriftsleiinga ønsker at du hjelper til med å sette opp ein marknadsplan for det første driftsåret.

Lag ein marknadsplan for marknadsføringa det første året basert på det du har gjort over. Du skal vise samanhengen mellom dei enkelte punkta i denne og også ha med handlingsplan.

Oppgave 6

Du veit at det kan vere både lønnsamt og morosamt å inngå samarbeid med andre service- og varehandelsbedrifter. Du kjenner til dei to hovudtypane av samarbeid bedrifter kan inngå: horisontalt og vertikalt samarbeid.

Gjer greie for desse, og kom med forslag til samarbeid for bedrifta. Forklar også kvifor du meiner samarbeid med andre er viktig.

Oppgave 7

Innanfor dei to hovudtypane av samarbeid har vi ulike samarbeidsformer.

Foreslå samarbeidsform for bedrifta, og forklar samarbeidsforma nærmare. Det er venta at du også nemner dei andre aktuelle samarbeidsformene.

Bokmål

Eksamensinformasjon

Eksamenstid	Eksamen varer i 4 timer.
Hjelpemidler	Alle hjelpemidler er tillatt, bortsett fra Internett og andre verktøy som kan brukes til kommunikasjon.
Bruk av kilder	<p>Hvis du bruker kilder i besvarelsen din, skal disse alltid oppgis på en slik måte at leseren kan finne fram til dem.</p> <p>Du skal oppgi forfatter og fullstendig tittel på både lærebøker og annen litteratur. Hvis du bruker utskrift eller sitat fra Internett, skal du oppgi nøyaktig nettsadresse og nedlastingsdato.</p>
Vedlegg	Det er ingen vedlegg.
Informasjon om vurderingen	<p>Når du løser oppgaven, må du beskrive de valgene du tar og begrunne dem.</p> <p>Din kompetanse i faget ut fra kompetansemålene i læreplanen viser du ved å:</p> <ul style="list-style-type: none">- presentere og bruke fagstoff- begrunne dine synspunkter og forslag til løsning på oppgaven- trekke inn ulike synspunkter og løsninger som er relevante for oppgavens problemstillinger- gjøre rede for resultatene/konsekvensene av dine faglige valg- mestre relevante grunnleggende ferdigheter- bruke eksempler der det er relevant- bruke fagterminologi og hjelpemiddel på en hensiktsmessig og etterrettelig måte
Andre opplysninger	<p>I besvarelsen av denne oppgaven kan du enten velge en teoretisk tilnærming eller du kan velge deg en konkret bedrift som du kjenner til (eller en tenkt/fiktiv bedrift) og bruke denne som gjennomgangseksempel.</p> <p>Ta egne forutsetninger der du finner det nødvendig for besvarelsen.</p>

Oppgave 1

Når nye bedrifter starter opp, er det flere forhold man må avklare eller ta stilling til. Noe av det første man må gjøre er å undersøke om det er marked for produktet man ønsker å selge.

Redegjør for hvilke markeder bedriften kan rette seg mot.

Oppgave 2

Når produktet er valgt og skal lanseres på markedet, må dette ha en pris. Denne prisen vil ofte ikke være fast over tid, men kunne varieres alt etter hva man ønsker å oppnå. Man bruker altså prisen som et virkemiddel.

Redegjør for ulike former for prissetting av produkter og forklar begrepet prisdifferensiering.

Oppgave 3

Forutsett at det finnes et marked for produktet, at bedriften skal starte opp og at markedsmål om å inntre i markedet er fastsatt. Videre vet du at det er viktig å gjøre et grundig arbeid rundt markedsstrategier. Den første og kanskje viktigste strategien er å definere målgruppen mer presist.

Forklar begrepet segmentering. Hvilke krav bør man stille til de segmenter man vurderer?

Når man foretar en segmentering, er det vanlig å gjøre dette etter visse kriterier. Redegjør for disse.

Oppgave 4

Du har nå gjennom segmenteringsprosessen funnet ut hvilken målgruppe du vil satse på når du skal selge produktet. Det videre arbeidet med strategier omhandler konkurransemidlene.

Gjør rede for de 5 P'ene (virkemidlene) bedriften rår over i konkurransen om markedet. Her er det forventet at du tar for deg hvert av virkemidlene og redegjør for hva som legges i disse, gjerne med bruk av eksempel for markedsmiiks.

Oppgave 5

Se for deg at bedriftsledelsen ønsker at du hjelper til med å sette opp en markedsplan for det første driftsåret.

Lag en markedsplan for markedsføringen det første året basert på det du har gjort over. Det forventes at du viser sammenhengen mellom de enkelte punktene i denne og også har med handlingsplan.

Oppgave 6

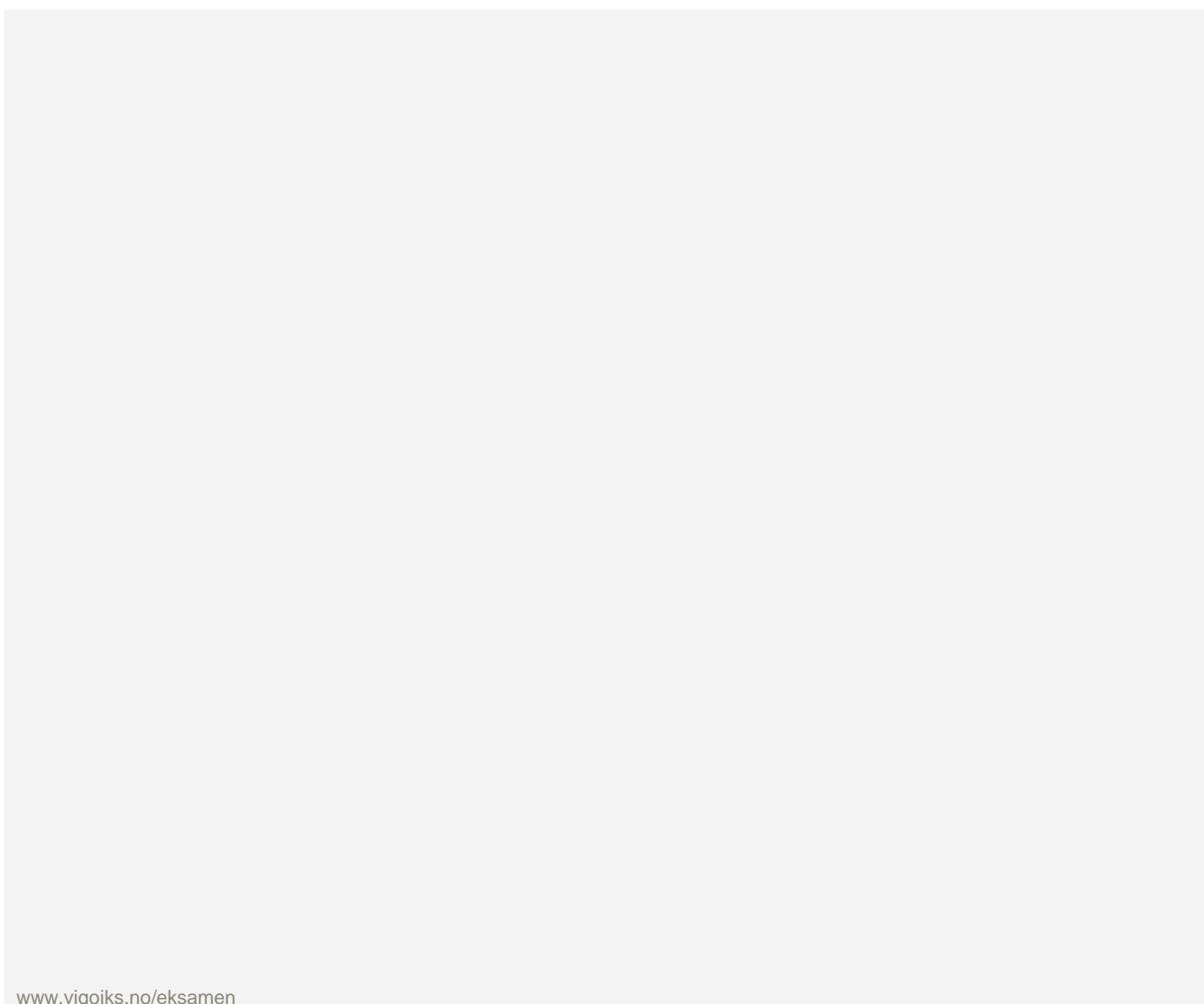
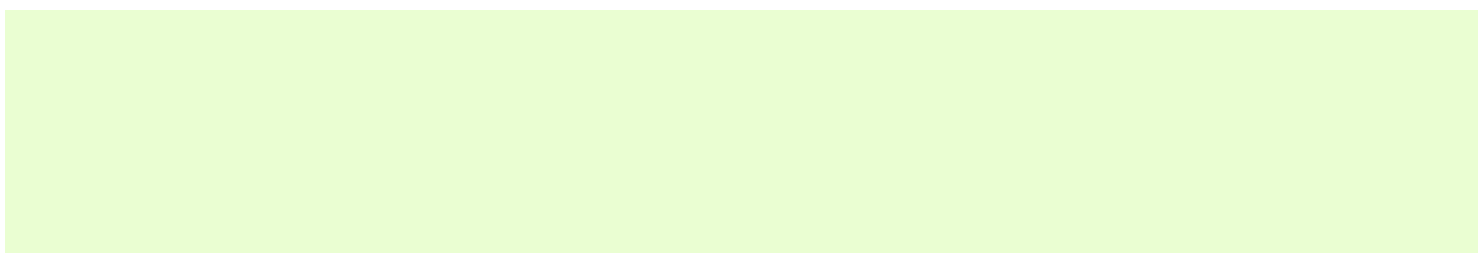
Du vet at det kan være både lønnsomt og morsomt å inngå samarbeid med andre service- og varehandelsbedrifter. Du kjenner til de to hovedtypene av samarbeid bedrifter kan inngå: horisontalt og vertikalt samarbeid.

Redegjør for disse, og kom med forslag til samarbeid for bedriften. Forklar også hvorfor du mener samarbeid med andre er viktig.

Oppgave 7

Innenfor de to hovedtypene av samarbeid har vi ulike samarbeidsformer.

Foreslå samarbeidsform for bedriften, og forklar den nærmere. Det er forventet at du også nevner de andre aktuelle samarbeidsformene.



www.vigoiks.no/eksamen