

Inlämningsuppgift Företagsekonomi B, kapitel, Marknadsföring

Namn: _____

Uppgift 1 (3 p)

Man kan grovt dela upp människors behov i 3 delar. Det är fysiologiska, psykologiska och sociala behov. Förklara och ge exempel på behov i de tre kategorierna.

Uppgift 2 (4 p)

När man ska göra en marknadsplan är oftast det första steget att göra en nulägesbeskrivning. Då kan man använda en modell som kallas för SWOT-modellen. Förklara modellen.

Uppgift 3 (3 p)

Varför är det så viktigt med en affärsidé? Vad ska den ge svar på?

Uppgift 4 (4 p)

En modell som ofta används när man diskuterar konkurrensmedel är de 4 P:na, som egentligen är 5 P.
Förklara modellen.

Uppgift 5 (4 p)

Ett företag har fyra olika produkter. Produkten **A** säljer mycket bra på marknaden och har under en lång tid dragit in stora pengar till företaget. Produkten **B** är något som mest ligger och skräpar på hyllorna i affärerna och ger just ingen vinst alls till rörelsen. Produkten **C** kostar visserligen mycket pengar att marknadsföra och sälja men verkar kunna bli en riktig succé inom sitt segment och produkten **D** slutligen verkar ha en lovande framtid men har inte fått det där riktiga genombrottet på marknaden ännu.

Rita upp Bostonmatris-modellen och placera in produkterna A,B,C och D i modellen.

Uppgift 6 (4 p)

Öl finns det många varianter av. Gör en uppdelning i segment när det gäller produkten öl och marknaden för öl. Tycker du inte om öl, och därför inte känner till produkten så väl, kan du välja en valfri produkt.

Uppgift 7 (4 p)

När man ska göra en marknadsföringskampanj finns det en bra "kom-i-håg-modell":

Aidas-formeln.

Förklara formeln.

Uppgift 8 (3 p)

Enligt Harvardprofessorn Michael Porter finns det tre konkurrensstrategier företag kan använda. Ange vilka de är, förklara strategierna och ge också exempel på företag och/eller produkter, som konkurrerar på det olika sättet.

Uppgift 9 (2 p)

Förklara översiktligt vad som menas med relationsmarknadsföring. Tänk dig att du ska förklara för någon som aldrig hört begreppet.

Uppgift 10 (2 p)

I boken anges det några nyckelfaktorer för framgång om man vill satsa på den internationella marknaden.

Ange minst två framgångsfaktorer, som man upp?

Uppgift 11 (2 p)

Räkna upp tre varumärken som du anser vara de mest värdefulla.

Uppgift 12 (3 p)

Rita ett positioneringsdiagram med kvalité på y-axeln och pris på x-axeln. Fyll i positioneringen för:

3 valfria produkter