

Institutionen för Handel och Företagande

TENTAMEN

Kurs Marknadsföring I

Delkurs

Kurskod FÖ141G

Högskolepoäng för tentamen 5hp

Datum 2026-01-09

Skrivtid 08.15-12.30

Ansvarig lärare Shqipe Gashi

Berörda lärare Shqipe Gashi

Hjälpmedel/bilagor Inga hjälpmedel

- Anvisningar
- ☐ Ta nytt blad för varje lärare
 - ☐ Ta nytt blad för varje nytt lärandemål
 - ☒ Skriv endast på en sida av papperet.
 - ☒ Skriv namn och personnummer på samtliga inlämnade blad.
 - ☒ Numrera lösbladen löpande.
 - ☒ Använd inte röd penna.
 - ☒ Markera med kryss på omslaget vilka uppgifter som är lösta.

Tentamens betygsgränser:

Underkänd: om ett eller flera av målen bedöms med betyget underkänd.

Godkänd: om alla målen bedöms med åtminstone betyget godkänt.

Väl Godkänd: Två av tre lärandemål bedöms med VG och det tredje målet bedöms med minst G.

Skrivningsresultat bör offentliggöras inom 18 arbetsdagar

Lycka till!

Antal sidor totalt 4

Tentamen FÖ141G Marknadsföring I

Lärandemål 1 — definiera grundläggande begrepp, modeller och teorier inom marknadsföring och exemplifiera dem

Fråga 1

1. Definiera marknadsföring enligt kurslitteraturen.
2. Definiera skillnaden mellan företagets mikro- och makromiljö.
3. Definiera geografisk segmentering.
4. Definiera begreppet positionering.
5. Definiera word of mouth (WoM) marketing.
6. Vad innebär värdebaserad prissättning?

Lärandemål 2 — tillämpa kunskaper inom marknadsföring på teoretiska och praktiska problem

Fråga 2: Marknadsföringsmix

Marknadsföringsmixen är en grundläggande modell inom marknadsföringsämnet. Beskriv modellens beståndsdelar och lyft fram hur modellen kan användas.

Fråga 3: Köpbeslutsprocess

Beskriv konsumentens köpbeslutsprocess och benämna dess olika steg. Exemplifiera med en konsumtionsvara eller -tjänst.

Lärandemål 3 — motivera och argumentera för val av handlingsalternativ, kritiskt reflektera och utvärdera

Fråga 4:

För att bättre förstå företagets/organisationens befintliga och potentiella kunder ber marknadschefen dig att genomföra en marknadsundersökning. Nämn tre olika metoder för att samla in data och redogör för de för- och nackdelar som finns med respektive metod.

Bedömningskriterier

Bedömningsmatris – Marknadsföring

DEL 1 – Lärandemål 1 (Begrepp) minst 3 svar med G ger G; minst 5 svar med VG ger VG

Nivå	Kriterier
VG	Identifierar korrekt modell/teori, realistiska exempel med klara samband mellan teori och praktik. Tydlighet och struktur i resonemanget.
G	Exempel endast delvis kopplade till teori/modell och logiska brister i resonemang.
U	Exempel saknas eller irrelevant teori/modell.

DEL 2 – Lärandemål 2 (Tillämpning) minst ett svar med G ger G; minst ett VG ger VG

Nivå	Kriterier
VG	Identifierar korrekt modell/teori, realistiska exempel med klara samband mellan teori och praktik. Tydlighet och struktur i resonemanget.
G	Riktig modell/teori men ofullständig analys, exempel endast delvis riktiga, mindre logiska brister i resonemanget
U	Exempel saknas eller irrelevant teori/modell. Resonemang utan koppling till teori

DEL 3 – Lärandemål 3 (Argumentation och reflektion) minst ett svar med G ger G; minst ett svar med VG ger VG

Nivå	Kriterier
VG	Tydlig ståndpunkt med motivering. Betonar för- och nackdelar, reflekterar kritiskt över risker och konsekvenser, kopplar argument till teori och/eller strategi.

- G Ståndpunkt presenteras men argumentation är ej helt underbyggd. Få aspekter av risker/alternativ diskuteras, begränsad koppling till teori/strategi.
- U Tydlig ståndpunkt saknas, argumentation saknas eller är felaktig, ingen reflektion kring alternativ/risker, låg koppling till teori/modeller

Lycka till önskar

Shqipe och Caroline