Image management
23028

Tentamen 18.02.2012 / åf Skrivtid: 4 h

1) Beskriv mycket kort[1] (allt från ca 5 ord – max 10 rader) följande:
   a) Pulserande reklam (2 p.)
   b) Lead time samband med media (2 p.)
   c) Subliminal perception (eller reklam/budskap) (2 p.)
   d) Genomslagskraft (gäller media) (2 p.)
   e) Clutter (2 p.)

2) Redogör utförligt för krishantering. Diskutera allmänt om crisis management, men även om t.ex. orsaker, olika strategier för bemötande och vad man ska vara beredd på att bemöta etc. (10 p.)

3) Diskutera de centrala frågorna som bör beaktas när man besluter ifall ett varumärke skall ge sig in på ett nytt marknadsområde (till exempel en ny produktkategori eller målgrupp). Basera svaret framför allt på Håkanssons "Det missförstådda varumärket", men annan insikt kan också användas. Relatera till ert övningsarbete: Utgående från Håkansson, vilka utmaningar står The Body Shops potentiella nya ikon[2] inför? (10 p)

Lycka till!

---

[1] "*Mycket kort*" betyder oftast svar på 1-2 rader (långa svar, över 5 rader, ger minuspoäng). Besvara dem i ordningsföljd (a-e), lämna tomt om du inte kan.

[2] Om du gått kursen tidigare kan du i stället diskutera utgående från dåvarande case (Vichy, Maybelline, Diesel eller L'Oreal Professionnell Homme) i stället för årets case.

Se till att det åtminstone finns en 3 rutor bred marginal på varje sida. Lämna ett ca 5 rutors mellanrum mellan frågorna (gäller dock inte a-e i fråga 1 där ett mellanrum på en ruta är tillräckligt).

SKRIV TYDLIGT och STRUKTURERA SVARET ORDENTLIGT!