

Marknadsorienterad strategisk ledning

Tentamen 25.10.2013

Tid: 4 timmar

Papperet får bortföras

Max. poäng i tentamen 30 poäng. Gräns för godkänt 15 poäng. Strukturera dina svar så ger de bättre utdelning. Eftersom frågorna är rätt "öppna" gäller det att svara så att jag ser argumenteringen och analysen. Skriv alltså inte alltför kort! Lycka till!

1. I en bok om strategic management kan man läsa följande om strategi " In order to identify an organization's strategy, you might be tempted to only look at pronouncements by the CEO and the board, at its written strategic plan, or at its mission statement. These give valuable clues about what influential people would like the strategy to be, and about the organization's culture. But to understand what its strategy *is*, and how this has come about, you need to do more" Diskutera det här uttalandet mot bakgrundens av Mintzberg et al:s bok. (10 p)
2. Wally Olins, känd som en av de stora guruna när det gäller Corporate Identity-frågor uttalar sig på bakpärmen av Normanns bok. "Richard Normann has the astonishing ability to make you think quite differently about problems and issues that you thought you'd been entirely familiar with for years. His insights are exciting and eye-opening. A must for people who think about business." Hur kan det komma sig att en person som Olins som är välkänd brandkonsult finner Normanns tankar så intressanta? Och vad är intressant? (10p)
3. Evert Gummessons bok Many-to-many Marketing tilldelades år 2004 Årets Hedersomnämnde av Sveriges Marknadsförbund när det gällde marknadsföringsböcker. Juryns motivering var: "*I boken "Many-to-Many" visar Evert Gummesson på ett förtjänstfullt sätt att förståelsen för nätverk och utvecklingen av dem är grunden för dagens marknadsframgångar.*" Tycker du lika? På vilket sätt anser du att boken är relevant för marknadsorienterad strategisk ledning av företag idag (10p)

