

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Entreprenörskap

Tema: Marknadsföring och försäljning

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas kunskaper om marknadsföringsstrategier, försäljningstekniker och betydelsen av kundrelationer. Provets mål är att kontrollera om eleverna kan tillämpa sina kunskaper i praktiska och teoretiska sammanhang.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

”Eleverna lär sig om digital marknadsföring, sociala mediers roll samt hur man skapar och upprätthåller kundrelationer.”

Kunskapskrav

”Eleven kan beskriva olika marknadsföringsstrategier och ge exempel på hur företag använder dessa.”

”Eleven kan även redogöra för försäljningstekniker och betydelsen av kundrelationer.”

Prov

Faktafrågor

1. Vad står SEO för?

- A) Social Enterprise Online
- B) Search Engine Optimization
- C) Simple Email Outreach
- D) Search Engine Organization**

2. Vilken av följande metoder är ett exempel på digital marknadsföring?

- A) Annonsering på sociala medier**
- B) Direktreklam via post
- C) Mässor och utställningar
- D) Tv-reklam

3. Vilket av följande är en försäljningsteknik?

A) Kvalitetskontroll

B) Behovsanalys

C) Produkttestning

D) Marknadsundersökning

4. Vad är syftet med kundrelationer?

A) Att minska kostnader

B) Att öka kundnöjdhet och lojalitet

C) Att göra reklam

D) Att bygga varumärken

5. Vilken informationskanal är viktig för digital marknadsföring?

A) Radio

B) Tidningar

C) Sociala medier

D) Plakat

6. Vad är en grundläggande strategi inom marknadsföring?

A) Att identifiera målgruppen

B) Att öka produktionen

C) Att reducera priser

D) Att försena leveranser

7. Vilket av följande är en viktig del av en försäljningsprocess?

A) Skapa produkter

B) Förstå kundens behov

C) Analysera konkurrenterna

D) Publicera annonser

8. Vad innebär content marketing?

A) Att sälja produkter direkt

B) Att skapa reklamfilmer

C) Att producera värdefullt innehåll för att attrahera kunder

D) Att skicka ut nyhetsbrev

9. Vad kännetecknar god service?

A) Att ignorerar klagomål

B) Att köpa tillbaka produkter

C) Att lyssna på kunderna

D) Att skära ner på kostnader

10. Vad är målet med en marknadsföringskampanj?

A) Att optimera produktionen

B) Att nå ut till kunder och öka försäljningen

C) Att utbilda personalen

D) Att förbättra intern kommunikation

11. Hur kan man mäta effektiviteten av en digital kampanj?

A) Genom att analysera webbtrafik och konverteringar

B) Genom att räkna antal anställda

C) Genom att öka produktionen

D) Genom att minska annonseringskostnader

12. Vad är en influerare inom digital marknadsföring?

A) En kundserviceagent

B) En person som påverkar andras köpbeslut

C) En företagsledare

D) En ekonomisk rådgivare

13. Vad betyder "branding"?

A) Att öka produktionen

B) Att skapa en ny produkt

C) Att bygga ett varumärke

D) Att sälja till rabatterade priser

14. Vilket av följande påståenden om kundnöjdhet är korrekt?

A) Det påverkar inte företaget

B) Det är viktigt för att behålla kunder

C) Det kan ignoreras

D) Det är endast relevant för försäljning

15. Vilken typ av innehåll är mest effektiv för att engagera kunder online?

A) Tryckt reklam

B) Kataloger

C) Video och interaktiva inlägg

D) E-post

Resonerande frågor

1. Diskutera hur sociala medier har förändrat marknadsföringslandskapet. Syftet med frågan är att få elever att reflektera över betydelsen av sociala medier och hur de påverkar företagsstrategier.

2. Vilka faktorer anser du är viktigt för att bygga långvariga kundrelationer? Frågan ger eleverna möjlighet att analysera och reflektera kring relationerna mellan företag och kunder.

3. Ge exempel på hur en svag online-närvaro kan påverka ett företag negativt.

Denna fråga uppmanar eleverna att tänka kritiskt kring konsekvenserna av marknadsföring.

4. Hur skulle du designa en marknadsföringskampanj för ett nystartat företag inom teknikbranschen?
Eleverna får möjlighet att använda sin kreativitet och praktiska tillämpning av kunskaperna.
5. Vad kan ett företag göra för att förbättra sin kundnöjdhet?
Denna fråga uppmanar till analys och formulering av strategier för att öka nöjdheten.
6. Vilka risker kan förekomma med digital marknadsföring?
Ger eleverna möjlighet att reflektera över potentiella fallgropar inom marknadsföring.
7. Hur kan man mäta framgången av en marknadsföringskampanj?
Syftar till att eleverna ska tänka på mätningar och analys verktyg som används i marknadsföring.
8. Diskutera vikten av företagets varumärke i en konkurrensutsatt marknad.
Eleverna ges möjlighet att resonera kring varumärkets roll för företagets framgång.

Bedömning

Provet bedöms med totalt 30 poäng, där faktafrågorna ger 1 poäng var och de resonerande frågorna ger 3 poäng var.

För betyg E krävs minst 8 poäng, för betyg C 12 poäng (minst 3 poäng från resonerande frågor) och för betyg A 18 poäng (minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: [Prov](#)