

Fråga 1)

Följande fråga beaktar skillnaden mellan marknadsdriven och kontraktsdriven produktutveckling. Para ihop varje scenario med det alternativ som passar bäst.

- A – Kontraktsdriven produktutveckling
- B – Marknadsdriven produktutveckling
- C – Båda delarna
- D – Inget av alternativen passar in

Varje rätt svar ger 0.5 poäng. (max 3p)

SCENARIO	SVAR
I utvecklingsprocessen hos ett företag ingår moment som insamling, prioritering och kostnadsestimering	
En release av en viss produkt görs för att senare följas upp med olika typer av underhåll	
Ledningen i ett företag vill ha god översikt och kunna följa upp projektets utveckling	
Ett företag ser som sin uppgift att utveckla en produkt som en viss målgrupp efterfrågar, samt vill lansera denna vid rätt tidpunkt.	
Kunden är inte direkt knuten till företaget och ingen ingående kommunikation äger rum mellan dessa två parter.	
Innan en viss produkt lanseras sker en kartläggning av de konkurrerande företagen samt vilken konkurrensstrategi som bör väljas.	

Rättningsmall

Rätta svar:	C, A, C, B, B, D
Poängsättning:	0.5p per rätt svar. Endast ett av de fyra alternativen är rätt.
Motivering:	Svarar bl.a. mot inlärningsmål 22.
Kurslitteratur:	Kap 1.2-1.3 - [Ka2] Karlsson, Marknadsdriven produktledning.

Fråga 2

Varför har nöjda kunder alltid högst prioritet? (Kabodian 1996). Välj de alternativ som är rätt Varje rätt svar ger 0,5 poäng (max 3p).

Svar	Påstående
A	Det kostar sex gånger mer att skaffa en ny kund än att behålla en befintlig.
B	Nöjda kunder kapar utvecklingstiden på nya produkter med 25%.
C	Studier visar att kunder berättar om sina negativa upplevelser för dubbelt så många personer som de berättar om sina positiva erfarenheter..
D	80% av framgångsrika nya produkter och tjänster kommer från idéer från kunder.
E	Nöjda kunder är ofta villiga att lägga ner dåliga projekt.
F	Nöjda kunder är bättre på att beskriva vad som är fel med en produkt.
G	Det är lättare att få befintliga kunder att köpa 10% mer än att öka kundbasen med 10%.
H	Om kunderna är nöjda så leder det till en ökad produktivitet på ca 20%.
I	Tjänsteföretag är från 80% till 95% beroende av befintliga kunder för sin lönsamhet.
J	Sju av tio missnöjda kunder är inte villiga att göra affärer med samma leverantör igen även om leverantören korrigerar de saker som ledde till att kunden blev missnöjd
K	En missnöjd kund berättar i genomsnitt för 8-10 personer om sina problem.
L	Nöjda kunder är ofta villiga att prova nya utvecklings tekniker.

Rättningsmall

Rätta svar:

A,C,D,G,I,K

Poängsättning:

0.5p per rätt svar.

Motivering:

Svarar bl.a. mot inlärningsmål 18 och 20

Kurslitteratur:

Kap 1.1 [Ka2] Karlsson, Marknadsdriven produktledning.

Fråga 3

Enligt Artuhur D. Little kan ett företag ha 6 positioner. Koppla ordet till vänster med dess motivering till höger.

Varje rätt svar ger 0,5 poäng (max 3p)

Ord	Beskrivning
(A) Oduglig	(1) Företaget kan ta oberoende initiativ utan att äventyra sin långsikta position oberoende av konkurrerande agerande.
(B) Tveksam	(2) Företaget gör tillräckligt för att kunna fortsätta sin verksamhet, men är beroende av det dominerande företaget och har få möjligheter att förbättra sin position.
(C) Svag	(3) Företaget kontrollerar beteendet hos andra konkurrenter och har många strategiska möjligheter.
(D) Fördelaktig	(4) Företaget har otillfredsställande prestanda och saknar möjlighet till förbättring.
(E) Dominerande	(5) Företaget har otillfredsställande prestanda men dock möjlighet för förbättring vid förändring.
(F) Stark	(6) Företaget har en potentiell styrka och en god möjlighet att förbättra sin position.

Rättningsmall

Rätta svar:

A-4, B-2, C-5, D-6, E-3, F-1

Poängsättning:

0.5p per rätt svar.

Motivering:

Svarar bl.a. mot inlärningsmål 18 och 20

Kurslitteratur:

Kap 3.1 - [Ka2] Karlsson, Marknadsdriven produktledning.

Fråga 4

(1 p)

I kursboken nämner Lausen stilen ”standarder som krav” (standards as requirements) för att specificera att en produkt skall följa en viss standard. Specifikationsstilen är i vissa fall bra medan den i andra fall medför problem. Markera med hjälp av kryss, det eller de påståenden som kan tänkas gälla för specifikationsstilen.

- a) En standard omfattar ofta viktiga krav som inte får glömmas bort.
- b) Om ett krav anger att en viss standard skall följas, behöver inte syftet eller målet med standarden i produkten anges.

Rättningsmall

Rätta svar: a-X

För en del produkter kan det vara viktigt att en standard uppfylls, eftersom en del obligatoriska produkttegenskaper då måste implementeras. Hos andra produkter skiljer sig funktionaliteten inte mycket åt, mellan en som är implementerad med en standard som grund, från en som inte använder sig av någon standard.

Många kunder kan bli invaggade i falsk säkerhet då krav om att en produkt skall följa en viss standard anges, eftersom kunder ofta tror att en viss standard uppfyller ospecificerade mål. Det är alltså oerhört viktigt att ange vad som är syftet då en standard appliceras på en produkt.

Poängsättning: Varje rätt kryss eller utelämnande av kryss ger 0.5 poäng, maxpoäng är 1 p.

Motivering: Frågan täcker kursmål 1 och 3.

Kurslitteratur: Sidorna 146-148 Lausen.

Fråga 5

(2 p)

Att tidigt tänka på och ta in intressenter i ett mjukvaruprojekt är oerhört viktigt, inte minst med tanke på nya idéer och kontinuerlig validering av kandidater till krav. Nedan anges fyra kategorier av intressenter, din uppgift är att para samman intressenternas önskemål med den kunskap som de kan tänkas bidra med under ett projekt (Placera varje intressentbokstav högst en gång på varje sida).

A – Kund

B – Projektledare

C – Utvecklare

D – Kvalitetsansvarig

Önskemål	Kunskapsområde
Skapa förändring med maximal nytta	Strategier för affärs- och informationssystem, samt industritrender
Användning av process- och produktstandarder	Projekthantering, mjukvaruutveckling samt hantering av leveransprocess
Genomföra ett lyckat projekt inom givna resurser	Kännedom om designmetoder, programspråk samt ny teknologi
Producera ett tekniskt fulländat system, gärna med modern teknologi	Kännedom om mjukvaruprocessen, metoder och standarder

Rättningsmall

Rätta svar:

Rätt svar: I kolumnen över önskemål skall följande bokstäver placeras ut (med start ovanifrån): A, D, B, C

I kolumnen över kunskapsområde skall följande bokstäver placeras ut (med start ovanifrån): A, B, C, D

Poängsättning:

För varje korrekt par ges 0.5 poäng, maxpoäng är 2 p.

Motivering:

Svarar bl.a. mot inlärningsmål 2 och 19

Kurslitteratur:

”Requirements Engineering as a Success Factor in Software Projects” (Hofmann, Lehner).

Fråga 6

(3p)

Välj mellan teknikerna och deras syften.

- (A)Behovsanalys
- (B)Uppföljning
- (C)Marknadssegmentering
- (D)Releaseplanering
- (E)Portföljanslys
- (F)Värdeanalys
- (G)Konkurrentanalys

- (1)Genomförs för att ta reda på vilka segment som är mest intressanta för vår typ av produkt
- (2)Genomförs för att hitta gap på marknaden där det kan finnas utrymme för nya produktidéer eller nya erbjudande.
- (3)Genomförs för att maximera lönsamheten för en produkt genom att göra intelligenta avvägningar mellan innehåll i produkten, releasedatum och de resurser som krävs för utvecklingen.
- (4)Genomförs för att ta reda på vilka andra konkurrenter som siktar på liknande marknadssegment som vi gör, samt för att analysera deras styrkor och svagheter i förhållande till våra.
- (5)Genomförs för att kontinuerligt övervaka, förstå och säkerställa att produkten kommer att lanseras i tid, med rätt innehåll och konsumera rätt resurser.
- (6) Genomförs för att identifiera de behov som ger mest värde för kunderna i relation till T.ex. utvecklingstid och teknisk risk.
- (7)Genomförs för att kontinuerligt identifiera och strukturera marknads behov på våra nuvarande och kommande produkter som interna idéer.

Rättningsmall

Rätta svar:	A->7, B->5, C->1, D->3, E->2, F->6, G->4
Poängsättning:	0.5p per rätt svar. Dock max 3 poäng
Motivering:	Svarar inlärningsmål 22.
Kurslitteratur:	Kap 1.2 - [Ka2] Karlsson, Marknadsdriven produktledning.