



Høgskolen i Telemark

Slutteksamen

60% av emnet i

5214 MOTELEDELSE

10 studiepoeng

30. november 2009

Paris, Frankrike

Tidsrom: 10:00 – 13:00
Målform: Bokmål/Nynorsk
Sidetall: 3 medregnet framside
Antall oppgaver: 3

**Eksamensresultat blir offentliggjort på Arena høgskole via www.hit.no.
Husk studentnummer og kandidatnummer for hver eksamen.**

Godkjent 09.11.09



Avdeling for allmennvitenskapelige fag.



BOKMÅL:

Oppgave 1

Moteindustrien kan deles i ulike segmenter. To av disse er high-fashion og high street fashion. Ta for deg disse to kategoriene og drøft hva som skiller dem og hva de har til felles. Benytt teori som 4 P'er og Michael Porters generiske strategier for å forklare generelle trekk ved de ulike kategoriene. Ta gjerne utgangspunkt i eksempler fra caset utlevert tidligere i kurset.

Oppgave 2

En global verden gir muligheter og utfordringer for alle aktørene i moteindustrien. Med utgangspunkt i teori, drøft hvordan et motemerkes internasjonaliseringsstrategi påvirkes av en global verden med tanke på distribusjon, markedsføring og salg.

Oppgave 3

Velg en av de følgende oppgavene:

(A)

Styring av produksjonskjeden er en sentral del av arbeidet med moteledelse. Beskriv en tradisjonell leverandørkjede og drøft hvordan et motemerke strategisk kan utvikle leverandørkjeden for å skape konkurransefortrinn.

(B)

Det er flere ulike måter man kan få solgt sin vare på som designer. Ta utgangspunkt i relevant teori i pensum og se på fordelene og ulempene ved ulike former for salg.



NYNORSK:

Oppgåve 1

Moteindustrien kan inndelast i ulike segment. To av desse er high-fashion og high street fashion. Ta for deg desse to kategoriane og drøft kva som skiljer dei og kva dei har til felles. Bruk teori som 4 P'ar og Michael Porters generiske strategiar for å forklare generelle trekk ved dei ulike kategoriane. Ta gjerne utgangspunkt i eksempel frå caset utlevert tidlegare i kurset.

Oppgåve 2

Ei global verd gjer muligheiter og problem for alle aktørane i moteindustrien. Med utgangspunkt i teori, drøft korleis eit motemerke sin internasjonaliseringsstrategi endrast av ei global verd med tanke på distribusjon, marknadsføring og sal.

Oppgåve 3

Vel ei av desse oppgåvene:

(A)

Styring av produksjonskjeda er ein sentral del av arbeidet med moteleing. Beskriv ei tradisjonell leverandørkjede og drøft korleis eit motemerke strategisk kan utvikle leverandørkjeda for å skape konkurransefortrinn.

(B)

Det er fleire ulike måtar ein kan selje sin vare på som designar. Ta utgangspunkt i relevant teori i pensum og sjå på fordelane og ulempene ved ulike former for sal.