



Høgskolen i Telemark

KONTEEKSAMEN VÅREN 2011

5208 INTERNASJONAL MARKNADSFØRING

30.5.2011

Tid:	5 Timer 9.00 – 14.00
Målform:	Bokmål
Sidetall:	2 sider inklusive framside
Hjelpemiddel	Ingen
Merknad:	Ta nødvendige forutsetninger.
Vedlegg:	Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på studentweb.



Minicase: Dressmann

Dressmann er Nordens største motekjede innen herreklær, og en del av motekonsernet Varner-Gruppen.

Konsernet har samlet sentraladministrasjon på Billingstad utenfor Oslo, hvor også Dressmanns hovedkontor er plassert. Hovedkontoret har rundt 40 ansatte. Foruten Norge er Dressmann per i dag representert i Sverige, Finland, Danmark, Latvia, Island og Tyskland. Kjeden har cirka 3000 ansatte fordelt på nærmere 400 butikker.

Dressmann XL er en del av kjeden, og tilbyr herreklær i størrelsen 2-9 XL. Dressmann XL følger de samme kampanjene som Dressmann, og er representert i henholdsvis Norge, Sverige og Finland. Dressmann XL har også egen nettbutikk.

Dressmann og Dressmann XL dekker det totale klesbehovet for alle kvalitets- og prisbevisste menn i alle aldre. Dressmann tilbyr fullt sortiment, med alt innen basisklær og fritid til konfeksjon, i god kvalitet og til markedsledende priser.

Oppgaver

BOKMÅL

Oppgave 1 (40 %)

- Hva skiller etter ditt syn internasjonalisering av Dressmann fra internasjonalisering av en vareproduserende bedrift?
- Redegjør for de viktigste analyser en bedrift må gjøre i forbindelse med internasjonalisering.
- Hva er de viktigste eksterne faktorer Dressmann må ta hensyn til ved en evt. ekspansjon til nye markeder/land. Velg de 2 av disse faktorene du mener er viktigst for Dressmann og kommenter disse spesielt.

Oppgave 2 (30 %)

- Hva er inngangsstrategier? Redegjør for hovedalternativene.
- Hvilke inngangsstrategier mener du er egnet for Dressmann dersom de ønsker å ekspandere til Polen? Begrunn hvorfor.
- Hvilken inngangsstrategi vil du anbefale Dressmann å bruke ved en evt. slik ekspansjon til Polen. Begrunn din anbefaling.

Oppgave 3 (30 %)

Besvar **en** av følgende oppgaver:

- Hva er de viktigste etiske problemstillingene i forbindelse med globalisering og internasjonal markedsføring? Gi eksempler på situasjoner der bedrifter har håndtert situasjoner bra og dårlig.
- Redegjør for de utfordringer transaksjoner i utenlandsk valuta kan gi bedrifter som driver internasjonalt og de viktigste måtene slike bedrifter kan beskytte seg på for å redusere risikoen for valutatap.