



Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege  
fag

### SLUTTEKSAMEN

<b>Emnekode:</b>	<b>6084</b>
<b>Emnenamn:</b>	<b>Moteledelse</b>
<b>Studiepoeng for emnet:</b>	<b>7,5</b>
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	40 %
Eksamensdato:	16.05.2011
Eksamensstad:	New York
Lengde/tidsrom:	3 timer, 1000 - 1300
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3 medrekna framside
Tillatne hjelpemidlar:	Ingen
Antal oppgaver	4, studentane skal svare på alle oppgåvene
Merknader:	Oppgåvene vektas slik:  Oppgåve 1: 20% Oppgåve 2: 20% Oppgåve 3: 20% Oppgåve 4: 40%
Ant. vedlegg:	Ingen

Eksamensresultat finn du etter sensurfall ved å logge deg inn med brukarnamn og passord på StudentWeb (hit.no)



## BOKMÅL:

### Oppgave 1

Hva er en motevisning?

Forklar visningens funksjon og betydning i moteindustrien.

### Oppgave 2

Forklar følgende begreper:

- a) Symbolsk produksjon
- b) Moodboard
- c) Trickle-up-effekten

### Oppgave 3

Et av de mest aktuelle temaene for moteindustrien per i dag er utviklingen fra lokale til globale produksjonsprosesser. Beskriv kort hva som er fordelene og ulempene ved de to forskjellige måtene å produsere klær på.

### Oppgave 4

'Moteindustrien eksisterer for én grunn – kunden' kan vi lese i *Inside the Fashion Business*. Diskuter dette utsagnet. På hvilke måter kan designere og motemerker jobbe for å treffe den riktige kunden og tilfredsstille sine kundegrupper?



**NYNORSK:**

## Oppgave 1

Kva er ein motevisning?

Forklar visningens funksjon og tyding i moteindustrien.

## Oppgave 2

Forklar følgjande begrep:

- a) Symbolsk produksjon
- b) Moodboard
- c) Trickle-up effekten

## Oppgave 3

Eit av dei mest aktuelle tema for moteindustrien per i dag er utviklinga frå lokale til globale produksjonsprosessar. Beskriv kort kva som er fordelane og ulempane ved dei ulike måtane å produsere klede på.

## Oppgave 4

'Moteindustrien eksisterer for ein grunn – kunden' kan me lese i *Inside the Fashion Business*. Drøft dette utsagnet. Korleis kan designere og motemerker arbeide for å treffe dei riktige kundane og for å ivareta kundegruppa sine?