



Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege fag

SLUTTEKSAMEN

Emnekode:	6084
Emnenamn:	MOTELEDELSE
Studiepoeng for emnet:	7,5
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	60%
Eksamensdato:	23.5.2011
Eksamensstad:	Paris
Lengde/tidsrom:	3 timar
Målform:	Bokmål/nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3
Tillatne hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	<p>Alle oppgaver teller like mye</p> <p>"Felles for alle oppgaver, uavhengig av fag og undersjanger, er at de i en eller annen form handler om akademisk skriving. Men hva er det? Et viktig kjennetegn ved akademisk skriving generelt, og eksamener spesielt, er at det du skriver bygger på et fag og på kunnskap som er etablert innen dette området. Det betyr ikke at de ulike fagene har funnet Sannheten en gang for alle, eller at det ikke er rom for andre meninger eller nyvinninger. Men det betyr at det du skriver skal bygge på tidligere kunnskap, og eventuelt ta stilling til dette. På en eksamen holder det altså ikke å mene noe veldig sterkt. Om du har sterke meninger må disse meningene begrunnes, og du må føre belegg for påstander, og du må føre en argumentasjon på en slik måte at det er logisk og holdbart at du trekker de konklusjonene som du gjør.</p>
Ant. vedlegg:	Ingen

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

BOKMÅL:

Oppgave 1

Moteindustrien kan deles i ulike kategorier. To av disse er volum- og affordable luxury segmentet. 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

Kontroll med leverandørkjeden og produksjonsapparatet er en kritisk suksessfaktor for et hvert motemerke. Ta utgangspunkt i en kolleksjon og beskriv hvordan produksjonsprosessen fra sampling til varene er i butikk foregår i en tradisjonell leverandørkjede. Vektlegg hvilke utfordringer en kan forvente å møte i prosessen, og drøft så hva en kan gjøre for å minimere problemområdene.

Oppgave 3

Et motemerke kan velge ulike salgskanaler frem til sluttkunden. To vanlige modeller er å arbeide med en agent eller en distributør. Beskriv agenten og distributørens rolle og hva som skiller de fra hverandre. Drøft så styrker og svakheter ved de to modellene. Ta gjerne utgangspunkt i agentens dilemma.

NYNORSK

Oppgåve 1

Moteindustrien kan delast inn i ulike kategoriar. To av desse er volum- og affordable luxury segmentet. Ta for deg desse to kategoriane og drøft kva som skil 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 tidligare i kurset.

Oppgåve 2

Kontroll med leverandørkjeda og produksjonsapparatet er ein kritisk suksessfaktor for eit kvart motemerke. Ta utgangspunkt i ein kolleksjon og beskriv korleis produksjonsprosessen frå sampling til varane er i butikk hender i ei tradisjonell leverandørkjede. Vektlegg dei utfordringane ein kan vente å møte i prosessen, og drøft vidare kva ein kan gjere for å minimere problemområda.

Oppgåve 3

Eit motemerke kan velje ulike kanalar frem til sluttkunden. To vanlege modellar er å arbeide med ein agent eller ein distributør. Beskriv agenten og distributørens rolle og kva som skil dei frå kvarandre. Drøft så styrker og svakheiter ved dei to modellane. Ta gjerne utgangspunkt i agentens dilemma.