



**Høgskolen i Telemark**  
Fakultet for allmennvitenskapelige fag

## **EKSAMEN/FINAL EXAMINATION**

### **5208 INTERNASJONAL MARKNADSFØRING/INTERNATIONAL MARKETING**

**7.12.2012**

Tid/Time:	5 Timer/Hours (9.00 – 14.00/9 a. m – 2 p.m.)
Målform/Language:	Tekst minicase/Text minicase: English Oppgaver/Questions: Bokmål/Nynorsk/English
Sidetal/ Number of pages:	4 sider inklusive framside/4 pages, front page included
Hjelpemiddel/ Aid:	Engelsk ordbok (engelsk til aktuelt språk)/English dictionary (from english to language of student)
Merknader/Note:	Ta nødvendige forutsetninger/Make necessary assumptions.
Vedlegg Enclosure:	Ingen/None

Sensuren finner du på StudentWeb.



## BOKMÅL

### Oppgave 1 (40 %)

#### Bandak Group AS

**Bandak Group** supplies advanced products and services based on mechanical solutions. Their customers are world leaders within the market segments Offshore Oil&Gas, Marine and Defence. The group has production facilities/units in Halden, Lunde, Notodden, Risør, Ålesund, and offices in Porsgrunn. They have approximately 370 employees and the projected turnover for 2012 is almost NOK 630 million. The group is in a phase of strong growth in Norway and they consider to internationalize their activity.

- Beskriv hvorledes internasjonaliseringsprosessen kan være for en bedrift som Bandak Group AS.
- Bandak Group vurderer å etablere virksomhet i Asia. Hvilke analyser må bedriften foreta før beslutning om en slik internasjonalisering kan fattes?
- Hvilke inngangsstrategier kan være aktuelle og hva er viktigste forskjell mellom disse?
- Du skal anbefale en av de aktuelle inngangsstrategier for bedriftens styre. Hvilken vil du anbefale og hva er begrunnelsen(e)?

### Oppgave 2 (30 %)

- Beskriv hva som menes med markedsstrategi i internasjonal markedsføring?
- En bedrift vurderer å internasjonalisere virksomheten. Vis hvorledes en bedrift kan gå frem for å velge et land/del av et land å internasjonalisere til.
- Utforming av markedsføringsmixen er viktig også i internasjonal markedsføring. Hva menes med standardisering versus tilpasning i denne forbindelse?
- Velg en av de 4 P'er og illustrer hva standardisering versus tilpasning kan innebære. Gi 2-3 eksempler.

### Oppgave 3 (30 %)

- Beskriv de viktigste alternativer man har vedrørende merkevarebeslutninger i internasjonal markedsføring.
- Hva er internprising (transfer pricing)? Hvorfor er dette tema spesielt relevant å diskutere i forbindelse med internasjonal markedsføring?
- Hva er de viktigste etiske problemstillingene i forbindelse med globalisering og internasjonal markedsføring?



## **NYNORSK**

### **Oppgåve 1 (40 %)**

#### **Bandak Group AS**

**Bandak Group** supplies advanced products and services based on mechanical solutions. Their customers are world leaders within the market segments Offshore Oil&Gas, Marine and Defence. The group has production facilities/units in Halden, Lunde, Notodden, Risør, Ålesund, and offices in Porsgrunn. They have approximately 370 employees and the projected turnover for 2012 is almost NOK 630 million. The group is in a phase of strong growth in Norway and they consider to internationalize their activity.

- a) Gjer greie for korleis internasjonaliseringsprosessen kan vere for ei verksemd som Bandak Group AS.
- b) Bandak Group vurderer å etablere verksemd i Asia. Kva for analyser må verksemda gjera før ei avgjerd om ei slik internasjonalisering kan fattast?
- c) Kva for inngangsstrategiar kan vere aktuelle og kva er viktigaste skilnad mellom desse?
- d) Du skal tilrå ein av dei aktuelle inngangsstrategiane for styret i verksemda. Kva for ein vil du tilrå og kva er grunngjevinga(ne)?

### **Oppgåve 2 (30 %)**

- e) Gjer greie for kva som meinast med marknadsstrategi i internasjonal marknadsføring?
- f) Ei verksemd vurderer å internasjonalisere verksemda. Vis korleis ei verksemd kan gå fram for å velje eit land/del av eit land verksemda kan internasjonalisera til.
- g) Utforming av marknadsføringsmixen er viktig også i internasjonal marknadsføring. Kva meinast med standardisering versus tilpassing i denne samanhengen?
- h) Ta føre deg ein av dei 4 P'ane og illustrer kva standardisering versus tilpassing kan innebera. Gje 2-3 eksempel.

### **Oppgåve 3 (30 %)**

- d) Gjer greie for dei viktigaste alternativa ein har for merkevareavgjerd i internasjonal marknadsføring.
- e) Kva er internprising (transfer pricing)? Kvifor er dette tema særleg relevant å diskutere i samband med internasjonal marknadsføring?
- f) Kva er dei viktigaste etiske problemstillingane i samband med globalisering og internasjonal marknadsføring?



## **ENGLISH**

### **Question 1 (40 %)**

#### **Bandak Group AS**

**Bandak Group** supplies advanced products and services based on mechanical solutions. Their customers are world leaders within the market segments Offshore Oil&Gas, Marine and Defence. The group has production facilities/units in Halden, Lunde, Notodden, Risør, Ålesund, and offices in Porsgrunn. They have approximately 370 employees and the projected turnover for 2012 is almost NOK 630 million. The group is in a phase of strong growth in Norway and they consider to internationalize their activity.

- a) Describe how a company like Bandak Group AS can internationalize.
- b) Bandak Group is considering to establish operations in Asia. What kind of analyses must Bandak Group make/carry out before such a decision can be made?
- c) Which market entry strategies may be appropriate and what is the main difference between them?
- d) You have been asked to recommend one of the appropriate market entry strategies to the board of the company. Which one would you recommend and what is (are) the reason (s)?

### **Question 2 (30 %)**

- a) Describe what is meant by marketing strategy in international marketing?
- b) A company is considering to internationalize their operations. Describe how a company can select a country/part of a country to internationalize to.
- c) The design of the marketing mix is important in international marketing. What is meant by standardization versus adaptation in this connection?
- d) Select one of the 4 p's and illustrate what standardization versus adaptation may involve. Give 2-3 examples.

### **Question 3 (30 %)**

- a) Describe the main alternatives regarding brand decisions in international marketing.
- b) What is transfer pricing? Why is transfer pricing particularly relevant to discuss in international marketing?
- c) What are the most important ethical topics relevant for globalization and international marketing?