



Høgskolen i Telemark

KONTEKSAMEN VÅREN 2012

5208 INTERNASJONAL MARKNADSFØRING

6.6.2012

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: Europris AS

Europris er et non-food-/ dagligvarekonsern som driver et lavpriskonsept. Europris har butikker over hele Norge, fra Hammerfest i nord til Kristiansand i sør. Europris har også butikker på Island.

For å tilrettelegge for en effektiv butikkdrift, driver Europris et engros-/sentrallager som distribuerer varene til butikkene. Både sentrallager og hovedkontor ligger i Fredrikstad.

Europris åpnet sin første butikk i 1992. Europris har som mål å tilby kundene et bredt utvalg av varer med høy kvalitet til de laveste priser.

Etableringene på Island er gjort for å få erfaring med internasjonale markeder og internasjonalisering. Erfaringene er så gode at styret i Europris AS har gjort en prinsippbeslutning om å internasjonalisere ytterligere.

Oppgaver

BOKMÅL

Oppgave 1 (40 %)

- Hva skiller etter ditt syn internasjonalisering av Europris 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 Europris må ta hensyn til ved en evt. ekspansjon til nye markeder/land. Velg de 2 av disse faktorene du mener er viktigst for Europris og kommenter disse spesielt.

Oppgave 2 (30 %)

- Hva er inngangsstrategier? Redegjør for hovedalternativene.
- Hvilke inngangsstrategier mener du er egnet for Europris dersom de ønsker å ekspandere til Sverige og Danmark? Begrunn hvorfor.
- Hvilken inngangsstrategi vil du anbefale Europris å bruke ved en evt. slik ekspansjon til Sverige og Danmark. 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.