



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskapelige fag

EKSAMEN/FINAL EXAMINATION

**5208 INTERNASJONAL
MARKNADSFØRING/INTERNATIONAL MARKETING**

12.12.2013

Tid/Time:	5 Timer/Hours (9.00 – 14.00/9 a. m – 2 p.m.)
Målform/Language:	Bokmål/Nynorsk/English
Sidetal/ Number of pages:	3 sider inklusive framside/3 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 (50 %)

- a) Hva er inngangsstrategier? Redegjør for hovedalternativene.
- b) Hva er etter din mening de viktigste faktorene som påvirker valg av inngangsstrategi?
- c) Den internasjonalt velkjente merkevaren Dairy One med virksomhet i alle europeiske markeder, har hittil kun solgt yoghurt på det norske markedet via en lokal agent. Dairy One har konsentrert seg om Fast Moving Consumer Goods (FMCG) til sluttbruker gjennom tradisjonell detaljhandel.
Dairy One planlegger å øke markedsandelen i Norge, og vurderer derfor å endre inngangsstrategien i Norge.
Hvilke andre inngangsstrategier kan nå være mulige for Dairy One i Norge?
Hvilke av disse inngangsstrategiene vil du anbefale? Du skal begrunne valget ditt.
- d) Hva menes med markedsstrategi i internasjonal markedsføring og hva vil være de viktigste komponentene i Dairy Ones markedsstrategi i Norge?
- e) Hva menes med standardisering versus tilpasning i internasjonal markedsføring? Gi 2 – 3 eksempler.

Oppgave 2 (30 %)

- a) Hvorledes vil, etter ditt syn, utviklingen innen informasjonsteknologi påvirke internasjonal markedsføring?
- b) Hva er ”Born Globals”, og hva kjennetegner disse bedriftene?
- c) Hvorfor og hvorledes er moderne informasjonsteknologi viktig for “Born Globals”?

Oppgave 3 (20 %)

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.

NYNORSK

Oppgåve 1 (50 %)

- a) Kva er inngangsstrategiar? Gjer greie for hovudalternativa
- b) Kva er etter di meining dei viktigaste faktorane som påverkar val av inngangsstrategi?
- c) Den internasjonalt velkjende merkevara Dairy One med verksemd i alle europeiske marknader, har til nå kunn solgt yoghurt på den norske marknaden via en lokal agent. Dairy One har konsentrera seg om Fast Moving Consumer Goods (FMCG) til sluttbrukar gjennom tradisjonell detaljhandel.
Dairy One planlegg å auke marknadsandelen i Noreg, og tenkjer derfor på å endre inngangsstrategien i Noreg.
Kva for andre inngangsstrategiar kan nå være moglege for Dairy One i Noreg?
Kva for ein av desse inngangsstrategiane vil du anbefale? Du skal grunngje valet ditt.
- d) Kva meinast med marknadsstaregi i internasjonal marknadsføring og kva vil vere dei viktigaste komponentane I Dairy Ones marknadsstrategi i Noreg?
- e) Kva meinast med standardisering versus tilpassing i internasjonal marknadsføring? Gje 2 – 3 eksemplar.



Oppgave 2 (30 %)

- Korleis vil, etter ditt syn, utviklinga innan informasjonsteknologi verke inn på internasjonal marknadsføring?
- Kva er "Born Globals", og kva er kjenneteikna på desse verksemdene?
- Kvifor og korleis er moderne informasjonsteknologi viktig for "Born Globals"?

Oppgave 3 (20 %)

Kva er dei viktigaste etiske problemstillingane i samband med globalisering og internasjonal marknadsføring? Gje døme på situasjonar der verksemdar har handtera situasjonen bra og dårleg.

ENGLISH

Question 1 (50 %)

- What are "Market Entry Strategies"? Discuss the main alternatives.
- What are, according to your opinion, the most important factors influencing the choice of market entry strategy?
- The internationally well-known brand Dairy One with operations in all European markets has until now only been selling yoghurt to the Norwegian market through a local agent. Dairy One has been concentrating on Fast Moving Consumer Goods (FMCG) to end consumers through conventional retail shopping. Dairy One is planning to increase market share in Norway and is therefore considering to change their market entry strategy in Norway. Which other market entry strategies could now be possible for Dairy One in Norway? Which of these market entry strategies would you recommend? You should give reasons for your choice.
- What is meant by marketing strategy in international marketing and what will be the most important components of Dairy One's marketing strategy in Norway?
- What is meant by standardization versus adaptation when discussing the marketing mix in international marketing? Give 2 – 3 examples.

Question 2 (30 %)

- In your opinion, how will development within modern information technology affect international marketing?
- What are "Born Globals", and what are the characteristics of these businesses?
- Why and how is modern information technology important for "Born Globals"?

Question 3 (20 %)

What are the most important ethical topics relevant for globalization and international marketing? Give examples of situations in which companies have handled situations good or bad in ethical terms.