



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskapelige fag

EKSAMEN

6002
Markedsføring

17.12.2013

Tid: 4 timar

Målform: Bokmål

Sidetal: 4 (inkl. framsida)

Hjelpemiddel: Ingen.

Merknader: Alle deloppgavene teller likt. Husk å disponere tiden i tråd med vektleggingen. Alle skal svare på de to første oppgavene og du skal velge **to av de tre** siste oppgavene.

**TA DE FORUTSETNINGER DU FINNER
NØDVENDIG!!!**

Det er så mange som er oppe til eksamen, at sensuren vil komme rundt **15. januar.**

Vedlegg: Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på Studentweb.



Avisbransjen i omstilling

I perioden fra 2000 til 2012 har det samlede avisopplaget i Norge falt kontinuerlig. Opplagsutviklingen varierer mellom de ulike avistypene, De største taperne er løssalgsavisene med Dagbladet og VG i førersetet.

Lokalavisene har i samme perioden klart seg noe bedre, men faller også hvert år. De store vinnerne gjennom de siste årene har vært økonomiavisene Dagens Næringsliv og Finansavisen og andre nisjeaviser.

Ved inngangen til 2014 er perspektivene for papiravisene fortsatt dystre. Avisene vil fortsatt tape i opplag. Det vil føre til at flere aviser kommer ut på færre ukedager.

1. Nettsatsingen vil fortsatt øke. Det blir mer brukervedvirkning på de mest populære nettstedene.
2. Lokalavisene vil være de flinkeste til å tilpasse seg den endrede situasjonen. De har et sterkere grep om publikum som leverandører av lokal informasjon.
3. Flere nummer-to-aviser blir nedlagt eller bli innfusjonert i andre aviser.
4. Elektroniske leseplater, som er lansert for bøker, vil også komme for aviser. Her kan avisene ta markedsandeler og spare penger uten at det går ut over journalistikken.

Må betale for innhold på nett

En hel avisverden er opptatt av å finne frem til nye forretningsmodeller som gjør det mulig å ta betalt for innholdet slik man gjør det gjennom avisabonnement. Så langt er det få, om noen, som har lyktes med å ta seg betalt for innhold på nett..

Selv om betaling for nettinhold skulle komme på plass, vil ikke avisene kunne opprettholde dagens kostnadsnivå. Dette vil være en betydelig utfordring for bransjen fremover.

Mulige løsninger

De fleste avisene har i dag ulike avisprodukter i sin portefølje. I tillegg til de tradisjonelle papirutgavene har de aller fleste en nettutgave som fram til i dag har vært gratis, men med ulike varianter av det, fra alt gratis, via hovedoppslag gratis (men betale for å gå i dybden), til aviser som du må betale for å lese i det hele tatt. Noen kopler papirutgavene sammen i større eller mindre grad med nettutgavene: abonnement på papirutgaven gir også full adgang til nettet.

Etter hvert har dessuten digitale aviser beregnet for ulike varianter av nettbrett og mobiltelefoner, blitt tilgjengelige. Problemet for mediehusene er likevel hvordan en skal få publikum og evt. andre interessenter til å betale nok for tjenestene de tilbyr.



Alternative løsninger

De løsningene en har funnet hittil, har som nevnt ikke løst de grunnleggende problemene med inntjening. Som alternativ har noen sett på radio- og TV-løsninger, men her er konkurransen allerede stor. Det å gå i dybden på visse eksisterende stofftyper er en annen variant; nisjeaviser. Som nevnt over, er lokalavisene eksempler på aviser (også med nettløsninger) som har greit seg relativt godt så langt. Aviser som har spesialisert seg på næringsliv, ser også ut til å gå bra, men kan det være andre mulige nisjer?.

Et av Norges største mediehus, som blant annet har mange spesialtidsskrift i sin portefølje, har vurdert om de kunne gå videre med spesialtidsskriftene i retning av digitalisering av dem eller lage nettaviser evt. nettbrett/mobilutgaver av visse typer tidsskrifter rettet mot spesielle målgrupper, evt. andre løsninger..

Oppgavene

Oppgave 1 (25 %) Alle skal svare på denne oppgaven

Mediehuset jobber med strategiutvikling. Ett element i dette arbeidet er SWOT analyse. Lag en SWOT analyse for mediehuset basert på den informasjon som er gitt i oppgaven og eventuelt egne vurderinger.

Oppgave 2 (25 %) Alle skal svare på denne oppgaven

For alle selskap er det viktig å ha en sunn portefølje av produkt. BCG har utarbeidet en porteføljematrise som gjør at man kan analysere og vurdere sammensetting av produktporteføljen. Grei ut om denne modellen.

Plasser også mediehusets produkter inn i modellen.

Du skal svare på 2 av de neste oppgavene. Hver teller 25 %.

Oppgave 3

I produktutviklingen er det selvsagt viktig å finne noe ut om kundene. I den forbindelse kan det være greit å klarlegge begrep som har med segmentering å gjøre.

- a) Redegjør for hvorfor markedssegmentering blir sett på som en viktig del av markedsplanleggingen.
- b) Redegjør for hvilke inndelingskriterier som kan benyttes ved segmentering av forbrukermarkedet.
- c) Lag et forslag til segmentering og målgruppe for ett av produktene til mediehuset.



Oppgave 4

Mediehuset ønsker fortsatt vekst. De muligheter, eller strategier, man har for å vokse kan inndeles i *markedspenetrasjon*, *markedsutvikling*, *produktutvikling* eller *diversifikasjon*. Forklar disse vekststrategiene, og foreslå og begrunn hvilken vekststrategi mediehuset bør satse på fremover.

Oppgave 5

Redegjør for hvilke interne og eksterne faktorer som påvirker prissettingen av produktene til et selskap.

Det er en forventning i markedet om at digitale produkter skal ha en lavere pris enn papirprodukter. Gjør en vurdering av dette i lys av de faktorer du har kommet fram til i første del av oppgaven.