



Høgskolen i Telemark

Avdeling for allmennvitenskaplege fag

SLUTTEKSAMEN

Emnekode:	6076
Emnenamn:	Turismemarkedsføring
Studiepoeng for emnet:	7.5
Omfang av denne eksamenen i % av heile emnet:	60 %
Eksamensdato:	08.12.15
Eksamensstad:	Bø
Lengde/tidsrom:	4 timer / kl. 09.00 – 13.00
Målform:	Bokmål / Nynorsk
Ant. sider inkl. framside	3
Tillatne hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Alle oppgaver skal svarast på. Merk at oppgåvene blir vekta ulikt (sjå % på kvar enkelt oppgåve)!
Ant. vedlegg:	Ingen

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



BOKMÅL:

Oppgave 1 (teller 10 %)

Forklar kort hva turismemarkedsføring går ut på.

Oppgave 2 (teller 30 %)

Gi en kort forklaring på forskjellen mellom de to begrepene i følgende ordpar:

- | | | |
|---------------------------|-----|-----------------------|
| a) PEST | vs. | SWOT |
| b) Produksjonsorientering | vs. | Produktorientering |
| c) Primærundersøkelser | vs. | Sekundærundersøkelser |
| d) Strategisk planlegging | vs. | Taktisk planlegging |
| e) Promotion | vs. | Public Relations |
| f) Reisebyrå | vs. | Turoperatør |

Oppgave 3 (teller 20 %)

Gjør kort rede for noen av de viktigste eksterne faktorene som påvirker bedrifter som driver med markedsføring av persontransport.

Oppgave 4 (teller 40 %)

Gjør rede for de viktigste segmenteringsmetodene i turismemarkedsføring.



NYNORSK:

Oppgåve 1 (tel 10 %)

Forklar kort kva turismemarknadsføring går ut på.

Oppgåve 2 (tel 30 %)

Gje ei kort forklaring på skilnaden mellom dei to omgrepa i følgjande ordpar:

- | | | |
|---------------------------|-----|-----------------------|
| a) PEST | vs. | SWOT |
| b) Produksjonsorientering | vs. | Produktorientering |
| c) Primærundersøkingar | vs. | Sekundærundersøkingar |
| d) Strategisk planlegging | vs. | Taktisk planlegging |
| e) Promotion | vs. | Public Relations |
| f) Reisebyrå | vs. | Turoperatør |

Oppgåve 3 (tel 20 %)

Gjer kort greie for nokon av dei viktigaste eksterne faktorane som påverkar føretak som driv med marknadsføring av persontransport.

Oppgåve 4 (tel 40 %)

Gjer greie for dei viktigaste segmenteringsmetodane i turismemarknadsføring.