

EKSAMEN/FINAL EXAMINATION

**5208 INTERNASJONAL
MARKNADSFØRING/INTERNATIONAL MARKETING**

5.12.2016

Tid/Time:	5 Timer/Hours (9.00 – 14.00/9 a. m – 2 p.m.)
Målform/Language:	Oppgaver/oppgåver/questions: Bokmål/nynorsk/ English Minicase: 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
Viktig/Important:	Kandidaten skal svare på 3 av oppgavene. The student is supposed to give answers to three of the questions.

Sensuren finner du på StudentWeb.



BOKMÅL

Viktig: Kandidaten skal svare på 3 – tre – av oppgavene.

Oppgave 1 (1/3)

- a) Hva er inngangsstrategier? Redegjør for hovedalternativene.
- b) Hva er etter din mening de viktigste faktorene som påvirker valg av inngangsstrategi?
- c) Hvilke inngangsstrategier passer etter ditt syn best for SME-selskaper (Små og Mellomstore selskaper). Du skal begrunne svaret.
- d) Diskuter om det har noen betydning for valg av inngangsstrategi om en bedrift er på B2C markedet eller på B2B markedet.

Oppgave 2 (1/3)

- a) Hvorledes påvirker utviklingen innen informasjonsteknologi bedrifters internasjonalisering?
- b) Hva skiller etter ditt syn internasjonalisering av en handelsbedrift fra internasjonalisering av en vareproduserende bedrift?
- c) Uppsalamodellen beskriver hvorledes internasjonalisering kan skje i praksis. Hva karakteriserer Uppsalamodellen, og hvilke føringer vil denne modellen ha for en handelsbedrifts internasjonalisering?
- d) Hva er "Born Globals", og hva kjennetegner disse bedriftene?

Oppgave 3 (1/3)

- a) Hva er de viktigste etiske problemstillingene i forbindelse med globalisering og internasjonal markedsføring?
- b) Diskuter korrupsjon spesielt og beskriv hvorledes korrupsjon påvirker internasjonal virksomhet.
- c) Forklar hva som menes med CSR (Corporate Social Responsibility).
- d) Gi eksempler på hvorledes en bedrift som driver internasjonalt kan bruke CSR i posisjoneringen og i arbeidet med å skape et godt omdømme.

Oppgave 4 (1/3)

- a) Utforming av markedsføringsmixen er viktig også i internasjonal markedsføring. Hva menes med standardisering versus tilpasning i denne forbindelse?
- b) Velg en av de 4 P-ene og illustrer hva standardisering versus tilpasning kan innebære. Gi 2-3 eksempler.
- c) Diskuter merkevarebeslutninger i internasjonal markedsføring.
- d) Du skal foreslå en merkevarestrategi ved internasjonalisering av en handelsbedrift. Hva vil ditt forslag gå ut på og hvorfor?



ENGLISH

Important: *The student is supposed to give answers to 3 – three – of the questions.*

Question 1 (1/3)

- a) What are “Market Entry Strategies”? Discuss the main alternatives.
- b) What are, according to your opinion, the most important factors influencing the choice of market entry strategy?
- c) Which market entry strategies suit, in your opinion, best for SMEs (Small and Medium-sized Enterprises). Give reasons for your answer.
- d) Discuss if it has any impact on the choice of market entry strategy whether a company is on a B2C market or on a B2B market.

Question 2 (1/3)

- a) How does the development within information technology affect the internationalization of a company?
- b) In your opinion, how does internationalization of a retail operation differ from internationalization of a company producing goods?
- c) The Uppsala model describes how internationalization may happen in real life. What are the characteristics of the Uppsala model, and what possible effects on the internationalization of a retail operation would this model have?
- d) What are “Born Globals”, and what are the characteristics of these businesses?

Question 3 (1/3)

- a) What are the most important ethical topics relevant for globalization and international marketing?
- b) Discuss corruption in particular and describe how corruption affects international business.
- c) Explain what is meant by CSR (Corporate Social Responsibility).
- d) Give examples of how a company that operates internationally can use CSR in its positioning and in its efforts to create a good reputation.

Question 4 (1/3)

- a) Formulation of marketing mix is important also in international marketing. What is meant by standardization versus adaptation in this regard?
- b) Select one of the 4 P's and illustrate what standardization versus adaptation may involve. Give 2-3 examples.
- c) Discuss brand decisions in international marketing.
- d) A retail operation is going to internationalize and you have been asked to suggest a brand strategy. What will your suggestion be and why?



NYNORSK

Viktig: Kandidaten skal svare på 3 – tre – av oppgåvene.

Oppgåve 1 (1/3)

- a) Kva er inngangsstrategiar? Gjer greie for hovudalternativa.
- b) Kva er etter di meining dei viktigaste faktorane som påverkar val av inngangsstrategi?
- c) Kva for inngangsstrategiar passar etter ditt syn best for SME-verksemder (Små og Mellomstore selskap). Du skal grunngje svaret.
- d) Gjer greie for om det har nokon betydning for val av inngangsstrategi om ei verksemd er på B2C marknaden eller på B2B marknaden.

Oppgåve 2 (1/3)

- a) Korleis påverkar utviklinga innan informasjonsteknologi verksemders internasjonalisering?
- b) Kva skil etter ditt syn internasjonalisering av ei handelsverksemd frå internasjonalisering av ei vareproduserande verksemd?
- c) Uppsalamodellen viser korleis internasjonalisering kan gå føre seg i praksis. Kva karakteriserer Uppsalamodellen, og kva for føringar vil denne modellen ha for internasjonaliseringa til ei handelsverksemd?
- d) Kva er "Born Globals", og kva er kjenneteikna på desse verksemdene?

Oppgåve 3 (1/3)

- a) Kva er dei viktigaste etiske problemstillingane i samband med globalisering og internasjonal marknadsføring?
- b) Diskuter korrupsjon spesielt og gjer greie for korleis korrupsjon påverkar internasjonal verksemd.
- c) Gjer greie for kva som meinast med CSR (Corporate Social Responsibility)
- d) Gje døme på korleis ei verksemd som driv internasjonalt kan nytte CSR i posisjoneringa og i arbeidet med å skape eit godt omdøme.

Oppgåve 4 (1/3)

- a) Utforminga av marknadsføringsmixen er viktig også i internasjonal marknadsføring. Kva meinast med standardisering versus tilpassing i denne samanhengen?
- b) Vel en av de 4 P-ane og illustrer kva standardisering versus tilpassing kan bety. Gje 2-3 døme.
- c) Diskuter merkevareavgjerder i internasjonal marknadsføring.
- d) Du skal foreslå ein merkevarestrategi ved internasjonalisering av ei handelsverksemd. Kva vil ditt forslag vere og kvifor?