Høgskolen i Telemark

EKSAMEN

5203 Markedsføring i Porsgrunn

9.12 2005

Tid:	4 timer
Målform:	Bokmål/nynorsk
Sidetal:	2 inklusive forside
Hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Alle oppgavene teller likt.
Vedlegg:	Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på nettet, via Arena høgskole. Passordet til Arena har alle studenter fått i eget brev ved semesterstart. I tillegg finn du eksamensresultatslister på utsiden av eksamenskontoret, men da trenger du kandidatnummeret ditt, så du bør notere dette på en lapp og legge den i lommeboka.

Avdeling for allmenne fag

Bokmål

Oppgave 1

Telenor er en klar markedsleder på blant annet fasttelefoni og mobil i Norge. Fra å ha en tilnærmet monopolsituasjon blir Telenor nå utfordret på alle sine markedsområder av flere selskaper.

Med utgangspunkt i teorien og hvordan du kjenner Telenor, skisser hvilke alternative strategier Telenor kan bruke for å bevare sin ledende posisjon i markedet.

I de to neste oppgavene tas det utgangspunkt i Bø Sommarland for å besvare den praktiske delen av oppgavene.
Bø Sommarland er en fornøyelsespark plassert midt i Telemark. Parken blir regnet som en av de store i Norge, og har satset tungt på vannaktiviteter.
Sesongen er fra juni til august.

Oppgave 2

Denne oppgaven handler om markedssegmentering. Du skal svare på følgende delspørsmål:

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 en segmentering og målgruppebeskrivelse for Sommarland.

Oppgave 3

Tjenestemarkedsføring og tjenesteyting er blitt en stadig viktigere del av Norges økonomi.
Du skal svare på følgende delspørsmål:

a) Tjenesteyting har tre typer markedsføring. Redegjør for begrepene intern markedsføring, ekstern markedsføring og interaktiv markedsføring.

b) Som mange andre tjenesteytingsselskaper har også Sommarland utfordringer knyttet til svingninger i besøkstall gjennom sesongen. Forslå tiltak både mot markedet og internt som gjør at Sommarland kan få en bedre tilpasning mellom tilbud og etterspørsel gjennom sesongen.

Nynorsk

Oppgåve 1

Telenor er ein klar marknadsleiar på blant anna fasttelefoni og mobil i Noreg. Frå å ha ein tilnærma monopolsituasjon blir Telenor nå utfordra på alle sine marknadsområde av fleire selskap.

Med utgangspunkt i teorien og korleis du kjenner Telenor, skisser kva for alternative strategiar Telenor kan bruke for å halde på sin leiande posisjon i marknaden.

I dei to neste oppgåvene blir det tatt utgangspunkt i Bø Sommarland for å svare på den praktiske delen av oppgåvene.
Bø Sommarland er ein fornøyelsespark plassert midt i Telemark. Parken blir rekna som ein av de store i Noreg, og har satsa tungt på vassaktivitetar.
Sesongen er frå juni til august.

Oppgåve 2

Denne oppgåva handlar om marknadssegmentering. Du skal svare på følgjande delspørsmål:

d) Gjer greie for kvifor marknadssegmentering blir sett på som en viktig del av marknadsplanlegginga.

e) Gjer greie for kva for inndelingskriterium som kan nyttast ved segmentering av forbrukarmarknaden.

f) Lag ein segmentering og målgruppebeskrivelse for Sommarland.

Oppgåve 3

Tenestemarknadsføring og tenesteyting er blitt ein stadig viktigare del av Noregs økonomi.
Du skal svare på følgjande delspørsmål:

c) Tenesteyting har tre typar marknadsføring. Gjer greie for omgrepa intern marknadsføring, ekstern marknadsføring og interaktiv marknadsføring.

d) Som mange andre tenesteytingsselskap har og Sommarland utfordringar knytt til svingningar i besøkstall gjennom sesongen. Forslå tiltak både mot marknaden og internt som gjer at Sommarland kan få ei betre tilpassing mellom tilbod og etterspørsel gjennom sesongen.