

# Eksamen

15.11.2019

RLV2002 Sal og marknadsføring / Salg og markedsføring

**Programområde:** Reiseliv

# Nynorsk

## Eksamensinformasjon

<b>Eksamenstid</b>	Eksamen varer i 4 timar.
<b>Hjelpemiddel</b>	<p>Alle hjelpemiddel er tillatne, unntatt ope Internett, samskriving, chat og andre moglegheiter for å kunne utveksle informasjon med andre.</p> <p>Bruk av pc/datamaskin er ein føresetnad, inkludert bruk av tekstbehandlingsprogram som t.d. Word.</p>
<b>Bruk av kjelder</b>	<p>Dersom du bruker kjelder i svaret ditt, skal dei alltid førast opp på ein slik måte at lesaren kan finne fram til dei.</p> <p>Du skal føre opp forfattar og fullstendig tittel på både lærebøker og annan litteratur. Bruker du utskrift eller sitat frå Internett, skal du føre opp nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
<b>Vedlegg</b>	Ingen
<b>Informasjon om vurderinga</b>	<p>I denne oppgåva vert det lagt vekt på:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• I kva grad du har nådd måla i læreplanen.</li><li>• At du kan knytte saman teori og praksis.</li><li>• At svara dine er grunngitt fagleg.</li></ul> <p>Spesielt for denne oppgåva:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Du skal kunne vurdere konkurransefortrinn som norsk reiseliv har som eksportnæring.</li><li>• Du skal kunne segmentere ein gitt marknad og grunngje val av målgrupper.</li><li>• Du skal kunne bruke behovs- og motivasjonsteori for å identifisere kjenneteikn ved ulike nasjonale og internasjonale segment i reiselivsnæringa, og kome med forslag til berekraftige produkt til sal i desse segmenta.</li><li>• Du skal kunne grunngje val av verkemiddel for marknadsføring av eit reiselivsprodukt.</li></ul>

# Cruiseturisme

Cruiseturisme har blitt meir og meir populært dei siste åra. Frå å vere ei ferieform for dei eldre og middelaldrande, er det no fleire og fleire familiar og vennegjengar som nyttar seg av denne ferieforma.

Òg her heime i Noreg ser me ei auke i cruise-trafikken, og berre frå 2016-2018 auka cruise-trafikken i norske hamner med over 20 %.

Cruise-entusiastar applauderer denne ferieforma, og meiner den gjev store moglegheiter for å sjå mykje på kort tid. I tillegg meiner dei at cruisenæringa bidrar til stor trafikk til dei små destinasjonane, noko som kjem fleire turistbedrifter til gode. Skeptikarar og motstandarar meiner derimot at ferieforma ikkje er berekraftig, korkje økonomisk, sosialt eller miljømessig.

## Oppgåve 1

Tenk deg at du arbeider som marknadsansvarleg for eit middels stort cruise-selskap som ønskjer å selje Noreg som cruise-destinasjon.

- a) Ta utgangspunkt i metoden SMP, og gjer greie for korleis selskapet kan/bør gå fram når det gjeld marknadssegmentering og målgruppeval. Ta eigne føresetnadar og grunngje alle val du tar.
- b) SMP-metoden består òg av posisjonering. Posisjonering vil seie at me forsøker å gje produkta ein bestemt plass i folk sitt medvit. Dette gjer me gjennom å bruke verkemidla i marknadsføringa, òg kalla dei 5 p-ane.

I oppgåve a) har du segmentert cruise-marknaden og definert målgruppe(r). Vel ei av målgruppene og vis korleis du vil posisjonere deg mot denne målgruppa med hjelp av verkemidla. Ta eigne føresetnadar og grunngje alle val du tar.

## Oppgåve 2

Framleis går den største cruise-trafikken føre seg rundt Middelhavet og i Karibia, men òg i Noreg aukar cruise-trafikken for kvart år. Vurder konkurransefortrinn norsk reiseliv har som eksportnæring i konkurranse med den internasjonale cruise-trafikken.

## Oppgåve 3

Ta utgangspunkt i dei tre prinsippa for berekraftig reiseliv, og vurder korleis cruise-selskapa kan bidra til å utvikle reiselivet i Noreg på ein berekraftig måte. Ta utgangspunkt i regionen Fjord-Noreg, som er den regionen med størst vekst i talet på cruise-anløp. Ta eigne føresetnadar og grunngje alle val du tar.

## Bokmål

### Eksamensinformasjon

<b>Eksamenstid</b>	Eksamen varer i 4 timer.
<b>Hjelpemidler</b>	<p>Alle hjelpemiddel er tillatt, unntatt åpent Internett, samskriving, chat og andre muligheter for å kunne utveksle informasjon med andre.</p> <p>Det forutsettes bruk av pc/datamaskin, inkludert bruk av tekstbehandlingsprogram som f. eks. Word.</p>
<b>Bruk av kilder</b>	<p>Hvis du bruker kilder i besvarelsen din, skal disse alltid oppgis på en slik måte at leseren kan finne fram til dem.</p> <p>Du skal oppgi forfatter og fullstendig tittel på både lærebøker og annen litteratur. Hvis du bruker utskrift eller sitat fra Internett, skal du oppgi nøyaktig nettadresse og nedlastingsdato.</p>
<b>Vedlegg</b>	Ingen
<b>Informasjon om vurderingen</b>	<p>I denne oppgaven blir det lagt vekt på:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• I hvilken grad du har nådd målene i læreplanen.</li><li>• At du kan knytte teori og praksis.</li><li>• At svarene dine har en faglig begrunnelse.</li></ul> <p>Spesielt for denne oppgaven:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Du skal kunne vurdere konkurransefortrinn som norsk reiseliv har som eksportnæring.</li><li>• Du skal kunne segmentere et gitt marked og grunngi valg av målgrupper.</li><li>• Du skal kunne bruke behovs- og motivasjonsteori for å identifisere kjennetegn ved ulike nasjonale og internasjonale segment i reiselivsnæringen, og foreslå bærekraftige produkt som kan selges i disse segmentene.</li><li>• Du skal kunne grunngi valg av virkemiddel for markedsføring av et reiselivsprodukt.</li></ul>

# Cruiseturisme

Cruiseturisme har blitt mer og mer populært de siste årene. Fra å være en ferieform for de eldre og middelaldrende, er det nå flere og flere familier og vennegjenger som benytter seg av denne ferieformen.

Også her hjemme i Norge ser vi en økning i cruise-trafikken, og bare fra 2016 til 2018 økte cruise-trafikken i Norske havner med over 20 %.

Cruise-entusiaster applauderer denne ferieformen, og mener den gir store muligheter for å se mye på kort tid. I tillegg mener de at cruisenæringen bidrar til stor trafikk til de små destinasjonene, noe som kommer flere turistbedrifter til gode. Skeptikerne og motstanderne mener derimot at ferieformen ikke er bærekraftig, verken økonomisk, sosialt eller miljømessig.

## Oppgave 1

Tenk deg at du arbeider som markedsansvarlig for et middels stort cruise-selskap som ønsker å selge Norge som cruise-destinasjon.

- a) Ta utgangspunkt i metoden SMP, og gjør rede for hvordan selskapet kan/bør gå fram når det gjelder markedssegmentering og målgruppevalg. Ta egne forutsetninger ved behov og begrunn alle valg du tar.
- b) SMP-metoden består også av posisjonering. Posisjonering vil si at vi forsøker å gi produktene en bestemt plass i folks bevissthet. Dette gjør vi ved å bruke virkemidlene i markedsføringen, også kalt de 5 p'ene.

I oppgave a) har du segmentert cruise-markedet og definert målgruppe(r). Velg en av målgruppen(e) og vis hvordan du vil posisjonere deg mot denne målgruppen ved hjelp av virkemidlene. Ta egne forutsetninger ved behov og begrunn alle valg du tar.

## Oppgave 2

Fortsatt foregår den største cruise-trafikken rundt Middelhavet og i Karibien, men også i Norge øker cruise-trafikken for hvert år. Vurder konkurransefortrinn norsk reiseliv har som eksportnæring i konkurranse med den internasjonale cruise-trafikken.

## Oppgave 3

Ta utgangspunkt i de tre prinsippene for et bærekraftig reiseliv, og vurder hvordan cruise-selskapene kan bidra til å utvikle reiselivet i Norge på en bærekraftig måte. Ta utgangspunkt i regionen Fjord-Norge, som er den regionen med størst vekst i antall cruise-anløp. Ta egne forutsetninger ved behov og begrunn alle valg du tar.



[www.vigoiks.no/eksamen](http://www.vigoiks.no/eksamen)