



Høgskolen i Telemark

Fakultet for allmennvitenskapelige fag

Eksamen (Konte)

6002

MARKEDSFØRING/MARKETING

01.06.2015

Tid: 4 timar

Målform: Bokmål/Nynorsk

Sidetal: 5 (inkl. framsida)

Hjelpemiddel: Ingen.

Merknader: Alle oppgavene teller likt. Husk å disponere tida i tråd med vektleggingen.

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

Vedlegg: Ingen

Eksamensresultata blir offentliggjort på Studentweb.

OPPGAVE. (Bokmål)

I Kråkevik, i bunnen av en av fjordarmene på Vestlandet, ligger laboratoriet Biodyn. De har spesialisert seg på fôr og medisiner til fiskeoppdrettsnæringa. En av de medisinene de har funnet virksomme på mange sykdommer på fisk, er en naturmedisin basert på såkalte glukaner. Denne medisinen har også vist seg å ha en klar helsemessig effekt på mennesker. De har derfor utvikla et produkt de kaller Glukoid som er retta mot det vanlige medisin-/naturmedisinmarkedet. Glukanene som er et stoff en finner i enkelte sopparter, har evne til å styrke immunforsvaret hos folk. Særlig viktig kan Glukoid bli i samband med større influensaepidemier. Det er dessuten kjent innen alternativmedisinen at stoffet kan ha virkning i forebygging mot kreft. Trass i omfattende laboratorietester har en ikke funnet alvorlige bivirkninger av Glukoid.

Biodyn blir sett på som et godt eksempel på hvordan en kan kople moderne bioteknologi med tradisjoner fra folkemedisin/naturmedisin. På grunn av de strenge reglene bl.a. i EU på eksport av norsk laks har laboratoriet lagt vekt på å skaffe seg alle relevante internasjonale sertifikat med hensyn til kvalitetskontroll (ISO-standarder). De er derfor sikre på at produktet teknisk sett til alle tider holder mål. De har medisinske tester som stadfester forbedring av immunforsvar hos mennesker, men kreftforebygging er det vanskelig å bevise medisinsk. Leverandørene av de råstoffa som skal til for å produsere Glukoid, er i hovedsak utenlandske. En av de viktigste er et russisk firma, som leverer råvarene langt billigere enn konkurrentene. Men de råstoffa en trenger, utgjør en relativt liten del av verdien av sluttproduktet.

De siste par åra har Biodyn gått med overskudd, men laboratoriet har fått kjenne de samme svingningene som oppdrettsnæringa. Overskuddet har blitt brukt i bedriften, bl.a. til produktutviklinga av Glukoid. Likevel har en greid å bygge opp en egenkapital på ca. 30 % av totalkapitalen. Den finansielle situasjonen er således ganske god. Selv om Biodyn har en relativt høg omsetning (NOK 45 mill. siste år) og har relativt mange erfarne og dyktige tilsatte (ca 20 årsverk), har de lite erfaring med markedsføring på andre markeder enn oppdrettsnæringa. Markedsdirektøren, Magnhild Fjærevoll, som er utdanna biokjemiker fra NTNU, har bakgrunn fra en fiskeoppdrettsbedrift på Mørekyten. I den sammenhengen fikk hun en viss kjennskap til internasjonale markeder for fiskeprodukt, men hun var like mye knytta til produksjonen som til markedsføringa. Hun arbeider nå for å styrke kompetansen innen markedsføringsfunksjonen i Biodyn med tanke på de nye utfordringene Glukoid vil føre med seg.

I den sammenheng skal du gjøre følgende:

1. Gjennomføre en SWOT-analyse for Biodyn.

For de fleste bedrifter vil strategiene de satser på, variere med den posisjonen de har i markedet(markedsandelen). Størrelsen i forhold til konkurrentene (markedsstrukturen) gir sterke føringer for strategivalget.

- 2a. Grei ut om de fire hovedtypene av markedsføringsstrategier en vanligvis opererer med ut fra den rolle bedriftene har i markedet. (Hypothetical Market Structure)
- 2b. Hvilken rolle/strategitype mener du Biodyn bør satse på? Grunngi svaret; eventuelt ut fra egne forutsetninger om mulige konkurrenter.

Glukoid er et resultat av en målretta prosess for å finne nye bein å stå på i Biodyn.

- 3a. Grei ut om de ulike fasene i en produktutviklingsprosess. (The phases of a New-Product Development Decision Process)
- 3b. Når nye produkter er ferdig utvikla og blir sendt ut på markedet, starter en prosess i markedet som blir kalt adopsjonsprosessen. Gjør greie for trinna i en slik prosess. (The steps in the Adoption Process)

Du kan ta utgangspunkt i Biodyn eller svare generelt på både a.- og b.-delen.

For å "hjelp" kundene gjennom en slik prosess er det viktig å bruke ulike former for markedskommunikasjon.

- 4a. Grei ut om de viktigste trinna i utviklingen av et program for markedskommunikasjon. (Steps in Developing Effective Communications).
- 4b. Med utgangspunkt i et slikt program skal du vise hvordan du mener Biodyn bør legge opp markedskommunikasjonen for Glukoid. Du kan om du vil, svare på 4a og 4b under ett.

HUSK Å TA DE FORUTSETNINGER DU FINNER NØDVENDIG OG DISPONER TIDA DI PÅ ALLE DE FIRE OPPGAVENE!!!

OPPGÅVE. (Nynorsk)

I Kråkevik, i botnen av ein av fjordarmene på Vestlandet ligg laboratoriet Biodyn. Dei har spesialisert seg på fôr og medisinar til fiskeoppdrettsnæringa. Ein av dei medisinane dei har funne verksame på mange sjukdomar på fisk, er ein naturmedisin basert på såkalla glukonar. Denne medisinen har også vist seg å ha ein klar helsemessig effekt på menneske. Dei har difor utvikla eit produkt dei kallar Glukoid som er retta mot den vanlege medisin-/naturmedisinmarknaden. Glukanane som er eit stoff ein finn i einskilde soppartar, har evne til å styrke immunforsvaret hos folk. Det er dessutan kjent innan alternativmedisinen at stoffet kan ha verknad i førebygging mot kreft.

Biodyn blir sett på som eit godt døme på korleis ein kan kople moderne bioteknologi med tradisjonar frå folkemedisin/naturmedisin. På grunn av dei strenge reglane m.a. i EU på eksport av norsk laks, har laboratoriet lagt vekt på å skaffe seg alle relevante internasjonale sertifikat med omsyn til kvalitetskontroll (ISO-standardar). Dei er difor sikre på at produktet teknisk sett til alle tider held mål. Dei har medisinske testar som stadfest forbetring av immunforsvar hos menneske, men kreftførebygging er det vanskeleg å bevise medisinsk. Leverandørane av dei råstoffa som skal til for å produsere Glukoid, er i hovudsak utanlandske. Ein av dei viktigaste er eit russisk firma, som leverer råvarene langt billigare enn konkurrentane. Men dei råstoffa ein treng, utgjør ein relativt liten del av verdien av sluttproduktet.

Dei siste par åra har Biodyn gått med overskot, men laboratoriet har fått kjenne dei same svingingane som oppdrettsnæringa. Overskotet har blitt brukt i bedrifta, m.a. til produktutviklinga av Glukoid. Likevel har ein greidd å byggje opp ein eigenkapital på ca. 30 % av totalkapitalen. Den finansielle situasjonen er soleis ganske god. Sjølv om Biodyn har ein etter måten høg omsetning (NOK 25 mill. siste år) og har relativt mange røynde og dyktige tilsette (ca 20 årsverk), har dei lite røynsle med marknadsføring på andre marknader enn oppdrettsnæringa. Marknadsdirektøren, Magnhild Fjærevoll, som er utdanna biokjemikar frå NTNU, har bakgrunn frå ei fiskeoppdrettsbedrift på Mørkysten. I den samanhengen fekk ho ei viss kjennskap til internasjonale marknader for fiskeprodukt, men ho var like mykje knytt til produksjonen som til marknadsføringa. Ho arbeider no for å styrke kompetansen innan marknadsføringsfunksjonen i Biodyn.

I den samanheng skal du gjøre følgjande:

1. Gjennomføre ein SWOT-analyse for Biodyn.

For dei fleste bedrifter vil strategiane dei satsar på, variere med den posisjonen dei har i marknaden (marknadsandelen). Storleiken i høve til konkurrentane (marknadsstrukturen) gir sterke føringar for strategivalet.

- 2a. Grei ut om dei fire hovudtypane av marknadsføringsstrategiar ein vanlegvis opererer med ut frå den rolle bedriftene har i marknaden. (Hypothetical Market Structure)
- 2b. Kva rolle/strategitype meiner du Biodyn bør sate på? Grunngi svaret; eventuelt ut frå eigne føresetnader om moglege konkurrentar.

Glukoid er eit resultat av ein målretta prosess for å finne nye bein å stå på i Biodyn.

3a. Grei ut om de ulike fasane i ein produktutviklingsprosess. (The phases of a New-Product Development Decision Process)

3b. Når nye produkt er ferdig utvikla og blir sende ut på marknaden, startar ein prosess i marknaden som blir kalla adopsjonsprosessen. Gjør greie for trinna i ein slik prosess. (The steps in the Adoption Process)

Du kan ta utgangspunkt i Biodyn eller svare generelt på både a- og b-delen.

For å "hjelp" kundane gjennom ein slik prosess er det viktig å bruke ulike former for marknadskommunikasjon.

4a. Grei ut om de viktigaste trinna i utviklinga av eit program for marknadskommunikasjon, (Steps in Developing Effective Communications)

4b. Med utgangspunkt i eit slikt program skal du vise korleis du meiner Biodyn bør leggje opp marknadskommunikasjonen for Glukoid. Du kan, om du vil, svare på 4a og 4b under eitt.

HUGS Å TA DEI FØRESETNADER DU FINN NAUDSYNT OG DISPONER TIDA DI PÅ ALLE DEI FIRE OPPGÅVENE!!!