

Sensorveiledning Markedsføring, 2020 (Høst)

Eksamensoppgave for SFB10519-1 20H Markedsføring

Velg en bedrift eller en organisasjon i «gamle Østfold» (området fra Moss til Svinesund) som du har kjennskap til.

Du er markedsjef i den bedriften/organisasjonen. Bedriften står foran ambisiøse planer om å utvide sin virksomhet, og nye lokaler i utkanten av Halden på Remmen er funnet. Du får flere viktige oppgaver fra ledelsen i forbindelse med nye planer i bedriften/organisasjonen. I tillegg til det må du ta stilling til noen viktige saker i din avdeling.

1. Avdelingen din er liten - hver person teller. Du fikk vite om at en av dine viktigste ansatte har hørt om at Høgskolen i Østfold (Hiof) ønsker å etablere et masterstudium som gir studentene kunnskap om hvordan digitale løsninger, nye forretningsmodeller og FNs bærekraftsmål påvirker organisasjoner, bedrifter og økonomien. Foreløpig navn på masterstudiet er Master of Science in Digital Economy and Sustainability (MADS). Personen ønsker å begynne på masterstudiet. Du har fått en søknad til behandling og må finne en god løsning både for din ansatt og for avdelingen

a.) Ta først stilling til MADS. Hva synes du personlig om et slikt studietilbud og hvorfor? Er det interessant for organisasjonen at en av dine ansatte skal ta en slik masterutdannelse? Hvorfor? Begrunn svaret.

b.) Hva skal du som leder gjøre i en krevende situasjon når en av nøkkelpersoner i avdelingen har lyst til å begynne med studiene? Begrunn svaret, gjerne med hjelp av teoretiske modeller du lærte i Markedsføringskurs relatert til organisasjonskulturen.

Totalt: 10% - 10 points

2. Ledelsen har bedt deg som markedsjef om å lage en markedsplan for 1 år ang. bedriftens/organisasjonens planer om å utvide virksomheten til Remmen. Ledelsen har bedt om at det legges spesiell vekt på markedskommunikasjon. Lag markedsplan, argumenter godt for dine valg. Det skal brukes teoretiske verktøy som finnes i pensumbøkene og kursmaterialet. Markedsplanen skal utformes som akademisk tekst med akademisk struktur. (60%) – 60 points

3. Et av styremedlemmene i din bedrift/organisasjon er veldig fasinert av scenario-metode i økonomiske fag, også i markedsføring. Styret har bedt deg om å lage 3 scenarioer for utviklingen av bedriften/organisasjonen for 5 år fremover. Styret ønsker å legge vekt på grensehandelen som en av de viktigste faktorene i Østfold, spesielt i Remmen som er så nær Svinesund. Scenario-metodikken skal benyttes. Oppgaven skal ikke utformes i akademisk struktur, men det er viktig at det blir godt argumentert alle påstandene. Du kan bestemme selv om du skal bruke i tillegg «finger print»-diagrammet eller ikke. (30%) – 30 points

FORMELLE KRAV

Her er formelle krav til 72 timers hjemmeeksamen.

Hjemmeeksamen skal løses individuelt og selvstendig. Samarbeid mellom flere om utarbeidelse av besvarelsen blir betraktet som fusk eller forsøk på fusk og rammes av Studiereglementet for Hiof som det forutsettes at studentene er kjent med.

Forsiden skal inneholde:

- Kandidatnummer (studentenes navn skal IKKE stå på forsiden av besvarelsen)
- Eksamenskode, kursnavn og tittel på bevarelsen
- Innleveringsdato
- Studiested
- Merkes eventuelt konfidensielt

Veiledende retningslinjer for layout:

- Ca 2 cm venstremarg og 2 cm høyre, topp- og bunnmarg
- Sidene SKAL NUMMERERES

-Besvarelsen skal være på minimum 2300 ord og maksimum 2600 ord. Studenter må bruke et ordentlig kildereferansesystem, eksempelvis APA 7. Oppgavens struktur bør følge formen for vitenskapelige fremstillinger. Utfylt og undertegnet egenerklærings skjema må vedlegges. Studentene skal bruke Times Roman skrifttype, font 12 og linjeavstand 1,5, marg på 2,5. Forsiden, innholdsfortegnelse, kilder og diverse vedlegg kommer i tillegg til hovedteksten.

Det skal utarbeides en forside og en innholdsfortegnelse først i besvarelsen og en litteraturliste bakerst i besvarelsen. Disse sidene kommer i tillegg til selve eksamensbesvarelsen som skal ha en akademisk struktur som inneholder: Introduksjon; Teori, Metode, Presentasjon av case/data/empiriske delen; Diskusjon og Konklusjon – deler. Det er lov å slå delene sammen (f.eks. Datapresentasjon, Diskusjon og Konklusjon).

En utførlig forklaring om sitering og referanseteknikk, finner dere på bibliotekets hjemmeside: www.hiof.no/bibliotek

Besvarelsen skal leveres innen fastsatt dato og klokkeslett.

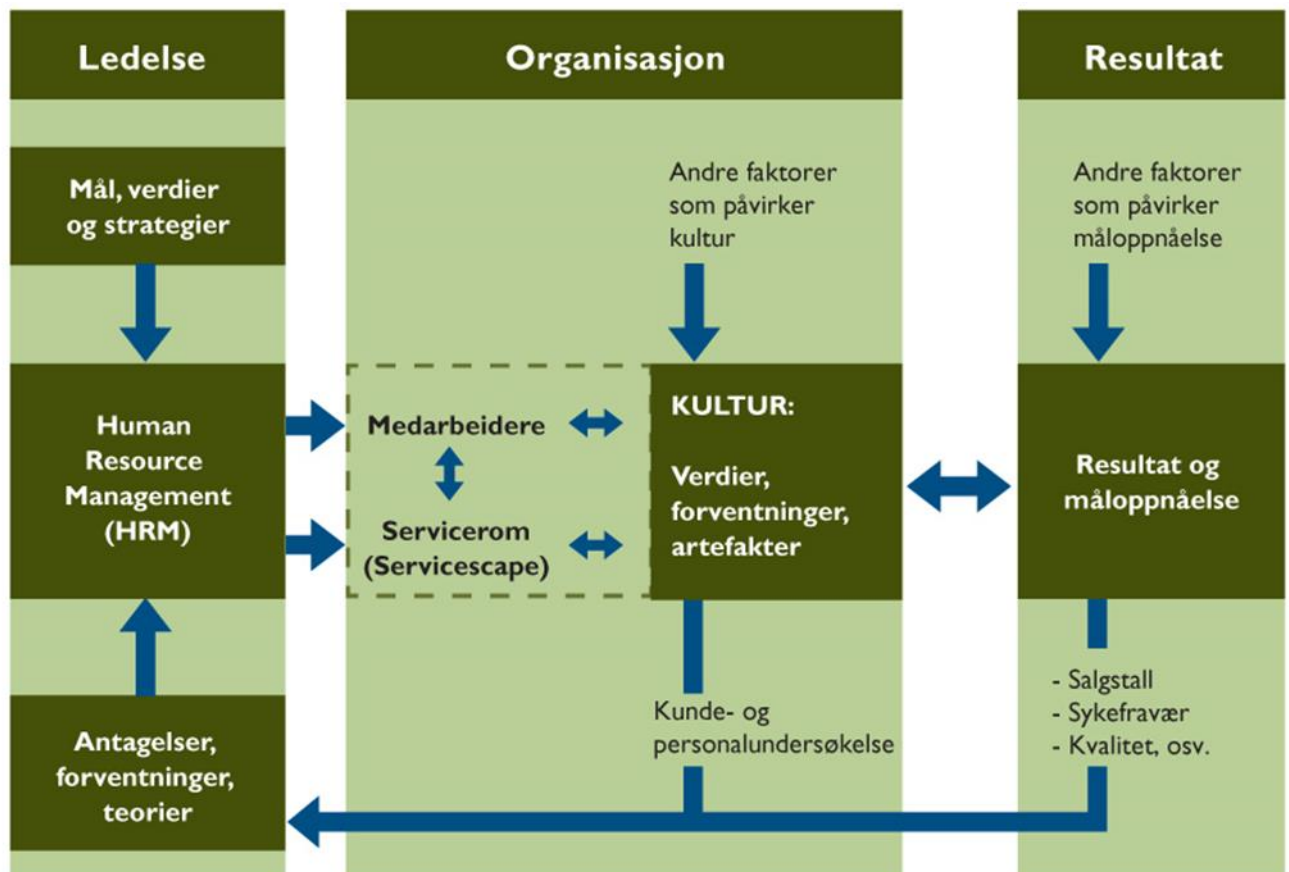
Innleveringsfristen er ufravikelig. For sent innleverte besvarelser blir ikke sensurert! Husk å levere egenerklæring.

1. Totalt 10 % - 10 poits

a.) Studenter skal reflektere over MADS og gi egne vurderinger om relevansen av masterstudien. Det forventes en kort, men godt argumentert svar og selvstendige refleksjoner. Ferdigheter i argumentasjon og allmennkunnskap relatert til utviklingen av økonomiske fag er viktig i oppgaven;

b.) Studenter skal vise kunnskap relatert til verdiskapning i organisasjoner: verdier og organisasjonskultur, organisasjonens mål, verdier og markedsstrategier, ledelsesteorier og prinsipper. Hovedbudskap er med lavt konfliktnivå og lykkelige medarbeidere øker jobbtillfredshet som påvirker organisasjonskultur i en positiv retning. Kvalifikasjoner hos

ansatte er viktig del av organisasjons verdiskapning og strategi. Det har en stor betydning for organisasjonsutvikling, for «hvilke verdier bedriften leverer til kundene, og er viktigere.. mer samhandling som finner mellom kunder og ansatte» (Supphellen, Thorbjørnsen,2016). Det forventes at «A» / «B» oppgaver skal referere til noen av teoretiske modeller fra pensumboken (se 3 foreslåtte modeller fra pensumboken) eller modeller fra forelesninger relatert til organisasjonskultur og ledelse.



Avdeling	Verdier og mål	Forventninger/ antagelser	Artefakter og væremåter
Produksjon	Høy produksjon Store serier Enkle produkter Teknisk kvalitet Lave kostnader	Høy produksjon →	Kontroll og inspeksjon
Produktutvikling	Kreativitet	Nye produkter →	Tilrettelegging for nytenkning
Salg	Store salgsvolum	Store salgsvolum →	Bruk av prisrabatter og overtalelseskunst
Marketing	Kundetilfredshet	Kundetilfredshet →	Bygge relasjoner til kunden over tid
Personal/HRM	Lavt konfliktnivå og lykkelige medarbeidere	Jobbtilfredshet →	Medarbeidersamtaler
Økonomi	Lønnsomhet og tilfredse eiere	Lønnsomhet →	Kontroll og budsjetter

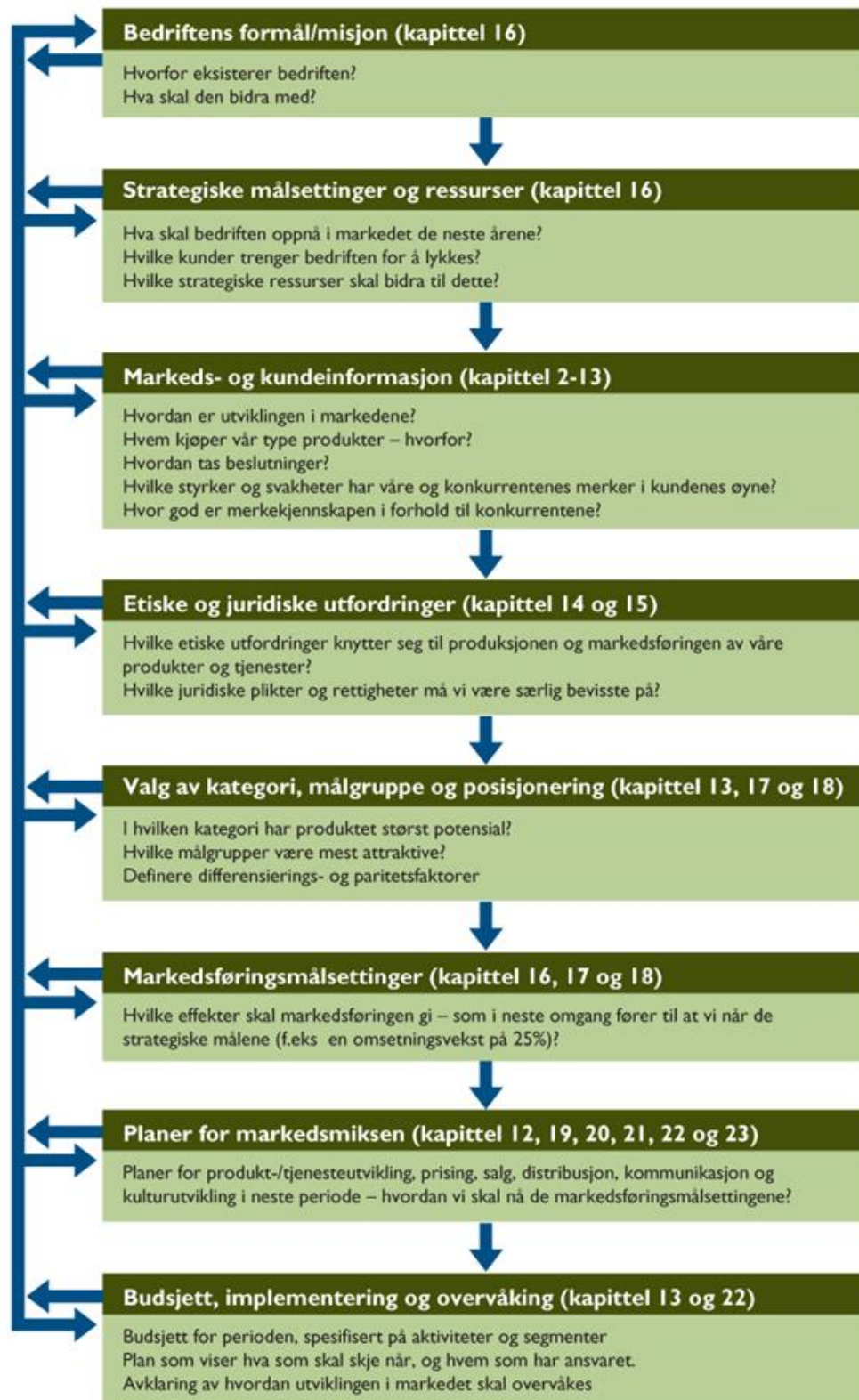
	Fleksibilitet	Kontroll og styring
Indre fokus Indre prosesser, arbeidsforhold, kommunikasjon, samhandling	Klan/human relations Tilhørighet, tillit, deltakelse og gode arbeidsforhold	Byråkrati Arbeidsdeling, styring, formell kontroll Prosedyrer, stabilitet og kontroll
Eksternt fokus Konkurrenter, kunder, samfunn	Ad-hoc Vekst, kreativitet, fleksibilitet, omstilling og respons Tilpasning og innovasjon	Marked/Rasjonelle mål Sikre ressurstilgang Effektivitet og produktivitet Evaluering og oppfølging

(Tabeller er fra pensumboken (Supphellen, Thorbjørnsen, 2016)

2. (60%) – 60 points

Studenter skal presentere markedsplan for bedriften/ organisasjonen som de kjenner godt og skal forholde seg til modellen fra pensumboken. Oppgaven er basert på studentenes arbeidskrav. Studenter kan bruke data, funn og konklusjoner fra arbeidskravet for å svare på oppgaven, men de må bruke nye faktorer som utvidelse av virksomheten til Remmen, og at ledelsen vil legge vekt på markedskommunikasjon. Det som er viktig at studenter kommer med gode argumenter av valg av div. teoretiske modeller som kan fungere som bevis til påstander i alle led i markedsplanen.

Her er markedsplan- modellen som studenter skal forholde seg til, og de må referere at modellen er tatt fra pensumboken (tabellen er fra pensumboken).



Krav til besvarelsens form – akademisk struktur:

- Innledning
- Teori
- Metode
- Hoveddel: presentasjon av data og diskusjon: presentasjon av markedsplan-modellen og diskusjoner
- Konklusjon
- God referanseteknikk (APA 7)

Bemerkninger til akademisk struktur.

- Introduksjon: kort – problemstilling, aktualisering, motivasjon, meget kort om oppgaven
- Teoretiske delen: kort, men den MÅ VISE at studentene vet at den delen finnes, fortelle hvilke teoretiske modeller de skal bruke og hvorfor.
- Metode-delen: hvordan de samlet data
- Data-presentation: secondary data (Internett-kilder, rapporter, årsrapporter, avisartikler, etc), primærdata. Studenter har nok data i deres arbeidskrav. Studentene bør være veldig nøye med Å SKRIVE ALLE KILDENE PÅ LITTERATURLISTE
- Diskusjon- hoveddel hvor markedsplan skal presenteres: data og teoriene skal «møte» hverandre i diskusjonen.
- Konklusjon – oppsummeringen av oppgaven
- Referanseliste

Det er viktig at markedsplan har fokus på markedskommunikasjon (studenter hadde en fin gjesteforelesning om det).

Vurderingsgrunnlaget:

- kunnskap i markedsføring og div teoretisk modeller som kan brukes som verktøy som gir grunnlag til en markedsanalyse av varemerker og bedrifter, kunnskap om markedsplanlegging, kunnskap om scenario-metoden. Kunnskap av akademisk struktur og referanseteknikk er viktig. Selvstendig tenkning, originale ideer, god argumentasjon, påstand-bevis teknikk, riktig referering er viktig for besvarelsen
- bruken av markedsplanmodellen og bruk av div modeller: SWOT/PESTEL/PORTER/BCG, Kundeanalyse –modell/ produkt-analyse-modell, andre relevante modeller fra pensumboken som kan bli aktuelle for å bevise egne påstander.
- oppgaven som skrives i akademisk struktur.
- å ha brede kunnskap om Østfold og Halden som marked. Studenter bør ha gode lokale kunnskap, har selvstendige tanker om grensehandelens impact på næringslivet i Østfold.
- det er viktig å skille 2 ting: markedsanalyse-delen som er basert på arbeidskravet som studentene skrev som gruppearbeid og markedsplanen som studenter presenterer. Studentene kan ikke «låne» for mye for arbeidskravet sitt som de skrev sammen med de

andre. De må ha hovedfokus på markedsplanen med gode teoretiske bevis, men de kan bruke data og funn fra arbeidskravet.

- totalt skal studenter bruke minst 2300 ord, og max 2600 ord. Det betyr at besvarelsen på spørsmål 2 må være absolutt mer omfattende.

3. (30%) – 30 points

Her skal presenteres skisse/ kort presentasjon av scenario (ikke akademisk tekst i akademisk struktur). Studenter kan base seg på data, funn, konklusjon i hoveddel.

Det er viktig at studenter bruker alle deler i scenario: impact, antagelser, usikkerhet, wild cards/ black swans/ presentasjon av 3 forskjellige scenarios

Data-presentasjon er å presentere case/story/ situasjon NÅ (impact).

Basert på impact/ situasjon nå, lager studenten antagelser, skriver ned usikkerheter, og setter inn "wild cards"/"black swans" (definisjoner kan bli skrevet på engelsk).

Studentene rangerer alle momentene med 3 nivåer: Høyt/ Lavt/ Medium; og Lager diagram (diagrammet er ikke obligatorisk). De som har problemer med å lage diagram, kan lage tabell.

Studentene lager 3 scenario (positiv/negativt/ balansert). Scenarioer levers som en kort tekst/skisse. Det er viktig med små overskrifter/ konklusjoner er viktig, "påstand"- "bevis"/ kilder/ referanser må være med.

Studentene bør avslutte oppgaven med en oppsummering/ konklusjon.

Det er viktig å skille 2 ting: markedsanalyse-delen (arbeidskravet), markedsplan (hoveddel) og scenario-delen. Markedsanalyse-delen/ markedsplan skal gi grunnlaget til IMPACT. Det betyr at den delen kan ikke være stor og dominerende. Studentene kan ikke «låne» for mye fra hoveddelen. De må ha hovedfokus på scenario. Oppgave som består av kun markedsanalyser og som presenterer scenarioer uten «påstand-bevis teknikken» og uten forklaringer/argumenter om hvorfor akkurat disse scenarioer har blitt laget kan ikke bli regnet som en gjennomført oppgave.

Studenter har fått beskjed om å vise til de delene fra arbeidskravet som de kopierer til eksamensoppgaven for å unngå plagiat %.

4) ECTS-karakterskala:

A fremragende

Fremragende prestasjon som klart utmerker seg. Kandidaten viser svært god vurderingsevne og stor grad av selvstendighet.

B meget god

Meget god prestasjon. Kandidaten viser meget god vurderingsevne og selvstendighet.

C god

Jevnt god prestasjon som er tilfredsstillende på de fleste områder. Kandidaten viser god

vurderingsevne og selvstendighet på de viktigste områdene.

D nokså god

En akseptabel prestasjon med noen vesentlige mangler. Kandidaten viser en viss grad av vurderingsevne og selvstendighet.

E tilstrekkelig

Prestasjonen tilfredsstillende minimumskravene, men heller ikke mer. Kandidaten viser liten vurderingsevne og selvstendighet.

F ikke bestått

Prestasjon som ikke tilfredsstillende de faglige minimumskravene. Kandidaten viser både manglende vurderingsevne og selvstendighet.

Information on grading and pass/fail decisions

A	Ranging from 95 to 100 points	Passed
B	Ranging from 85 to 94,5 points	Passed
C	Ranging from 75 to 84,5 points	Passed
D	Ranging from 65 to 74,5 points	Passed
E	Ranging from 50-64,5 points	Passed
F	< 50 points	Failed