

## Voorwoord

Groningen, 29 mei 2017

Geachte lezer,

Voor u liggen de beleidsstukken van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen, de MARUG, van het jaar 2017-2018. De afgelopen maanden heeft het kandidaatsbestuur hard gewerkt om het beleid en de speerpunten vorm te geven en op te stellen.

In het afgelopen jaar zijn er grote successen behaald. Zo is bijvoorbeeld de digitale uitstraling van de MARUG versterkt en is er gewerkt aan de internationalisatie van de MARUG. Daarnaast is de betrokkenheid van de bachelor en pre-master Marketing vergroot door middel van verschillende actiepunten. In het aankomende jaar zal dit gevoerde beleid verder worden voortgezet. Daarnaast zullen de MARUG evenementen en de MARUG als vereniging geoptimaliseerd worden, mede door enkele vernieuwingen. Wij hebben er alle vertrouwen in dat komend jaar een succes gaat worden en dat de speerpunten die in dit beleid worden voorgedragen zullen bijdragen aan de optimalisatie van de MARUG en de bediening van haar doelgroepen.

Het doel van dit verslag is om de lezer in te lichten over het beleid en de speerpunten voor het bestuursjaar 2017-2018. In het eerste hoofdstuk zal worden ingegaan op de basisvoorwaarden van de MARUG. In het tweede hoofdstuk worden de speerpunten gepresenteerd en toegelicht, waarna in hoofdstuk drie het beleid omtrent de verschillende commissies en evenementen aan bod komen. Als laatst komen de begroting en de jaarplanning voor komend jaar aan bod.

Wij wensen u veel plezier met het lezen van dit verslag. Met vragen, opmerkingen of suggesties kunt u altijd bij ons terecht.

Met hartelijke groet,

Namens het 37ste MARUG bestuur,

Nienke Kroes

*Voorzitter*



Robin Schoonveld

*Penningmeester*



Britt Piket

*Interne Betrekkingen*



Roelof Takens

*Secretaris*



Freek van Haarlem

*Externe Betrekkingen*



Annejet van der Vegte

*PR & Promotie*



## Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	1
<b>Inleiding</b>	3
<b>1. MARUG Basisvoorwaarden</b>	5
<b>2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2017-2018</b>	6
2.1. Communicatiesysteem personaliseren en informatieverwerking moderniseren	6
2.1.1. MARUG App integreren in de communicatie	6
2.1.2. Consistentie van promotionele uitingen verhogen	6
2.1.3. Data Driven Creativity	6
2.2. Vergroten en beter benutten van kennis over interne en externe stakeholders	7
2.2.1. MARUG Pool herstructureren	7
2.2.2. Betrokkenheid MARUG Plussers vergroten	7
2.2.3. Activiteitsaanbod personaliseren op aanvraag van bedrijven	7
2.3. MSc Marketing positie versterken	8
2.3.1. Zichtbaarheid van Marketing Intelligence vergroten bij externe partijen	8
2.3.2. Betrokkenheid MSc Marketing studenten vergroten bij de MARUG	8
<b>3. Beleidsplan omtrent de commissies en evenementen MARUG Bestuur 2017-2018</b>	9
3.1. MARUG Marketing Conference	9
3.2. Media Team	9
3.3. Promotie en Activiteiten Commissie	10
3.4. Mind over Marketing	11
3.5. MARUG International Marketing Experience	11
3.6. Master Marketing Team	12
3.6.1. Master Marketing Team Fall	12
3.6.2. Master Marketing Team Spring	12
3.7. MARUG Inhousedagen	12
3.8. Dublin Inhousetour	13
3.9. MARUG Marketing Classes	13
3.10. Plus Inhoudelijk Evenement	13
3.11. Recruitment Days	14
3.12. ComMa Congres	14
3.13. Commercial Night	15
3.14. MARUG cursussen	15
3.15. MARUG Campus Recruiters	15
3.16. Nationale Marketing Strijd	16
<b>4. Begroting 2017-2018</b>	17
4.1. Voorwoord	17
4.2. Begroting bestuur 2016-2017	18
4.3. Toelichting begroting bestuur 2017-2018	19

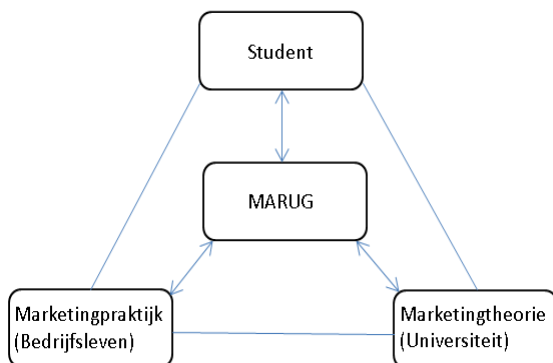
4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2017-2018	20
4.5 Toelichting begroting activiteiten/evenementen	21
4.6 Goedkeuring	22
<b>5. Jaarplanning 2017-2018</b>	<b>23</b>

## Inleiding

Voor u ligt het beleidsplan van het MARUG bestuur 2017-2018. In dit beleidsplan staan de basisvoorwaarden en speerpunten voor komend jaar beschreven. Deze vormen de basis van de strategie die doorgevoerd zal worden door het dagelijkse bestuur van de vereniging. Om een consistent beleid binnen de vereniging te waarborgen, borduurt het beleidsplan van 2017-2018 voort op het beleid van voorgaande jaren. Hierbij wordt rekening gehouden met veranderingen in de interne en externe omgeving. Hierbij kan gedacht worden aan de overheidsmaatregelen die van invloed zouden kunnen zijn op de studie- en commissie keuze van studenten. Bij de formulering is rekening gehouden met de statutair bepaalde hoofddoelstelling van de MARUG. Deze luidt als volgt:

*De Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen is een interfacultaire studievereniging voor eenieder die op wetenschappelijk niveau geïnteresseerd is in marketing of commerciële aspecten van zowel profit als non-profit organisaties.*

De MARUG is de universitaire intermediair tussen marketingtheorie en marketingpraktijk. Zij stelt zich ten doel de uitwisseling van marketing kennis, -kunde, en -ervaring te bevorderen. Hiervoor onderhoudt zij enerzijds contacten met universiteiten en anderzijds met het bedrijfsleven. Daarnaast wenst de MARUG het marketing vakgebied in het algemeen te promoten.



*Figuur 1: de MARUG als intermediair*

Voor het MARUG jaar 2017-2018 zullen de drie beleidspunten van het jaar 2016-2017 aangehouden worden. De beleidspunten zijn als volgt geformuleerd:

1. Digitale uitstraling en administratie van de MARUG versterken
2. Internationalisering van de MARUG
3. De betrokkenheid van bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten

Deze beleidspunten vormen de kern van het beleid en moeten gezien worden als een samenhangend geheel. Verder dienen zij binnen de vereniging te allen tijde in acht genomen te worden, zodat de continuïteit van de MARUG gewaarborgd blijft.

Door middel van bovengenoemde beleidspunten zijn voor komend jaar een aantal speerpunten gedefinieerd, welke specifieke aandacht verdienen in de strategie van de vereniging:

1. Communicatiesysteem personaliseren en informatieverwerking moderniseren
2. Vergroten en beter benutten van kennis over interne en externe stakeholders
3. MSc Marketing positie versterken

## 1. MARUG Basisvoorwaarden

*De beste keuze voor marketing studenten én marketing geïnteresseerden.*

MARUG evenementen richten zich op een specifieke doelgroep waar passende sprekers en bedrijven voor worden aangetrokken. De evenementen dienen studenten en bedrijven op een professionele en sociale manier kennis met elkaar te laten maken. Het evenementenaanbod wordt elk jaar geëvalueerd en aangepast waar nodig.

De interne organisatie van de MARUG onderscheidt zich van andere verenigingen om het zo aantrekkelijk te maken voor studenten om actief te worden binnen de MARUG. De MARUG is een gezellige en sociale vereniging waar studenten de kans krijgen zich te ontwikkelen naast hun studie en er veel interactiviteit is tussen commissies onderling en tussen commissies en het bestuur.

De MARUG onderscheidt zich ten opzichte van andere studieverenigingen in Groningen en Marketing Associaties in Nederland. De MARUG is aantrekkelijk en vernieuwend voor (marketing)bedrijven in Nederland.

Het ledenbestand van de MARUG bestaat uit MSc Marketing studenten, marketing geïnteresseerde bachelor- en masterstudenten aan de Rijksuniversiteit Groningen en MARUG alumni. De leden worden vertegenwoordigd door de vereniging die te allen tijde zoveel mogelijk waarde toevoegt aan het MARUG lidmaatschap.

In haar communicatie is de MARUG zo vooruitstrevend en effectief mogelijk. De communicatie van de MARUG is onafhankelijk van derden en de verschillende media van de vereniging stralen haar visie op marketing uit.

In de samenwerking met universitaire partijen staat het belang van de MARUG leden centraal. In deze samenwerking behoudt de MARUG te allen tijde haar unieke cultuur en karakter.

## 2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2017-2018

### 2.1. Communicatiesysteem personaliseren en informatieverwerking moderniseren

#### 2.1.1. MARUG App integreren in de communicatie met leden

De huidige MARUG app is verouderd en werkt niet optimaal. Een marketingvereniging als de MARUG hoort voorop te lopen in het gebruik van nieuwe media, en het hebben van een representatieve app is hier onderdeel van. Om dit te realiseren wordt er samengewerkt met Almanapp. Met het vernieuwen van de MARUG app zal de gebruiksvriendelijkheid voor leden vergroot worden en zal er meer interactie met de leden gecreëerd worden. Via de nieuwe app zal het in de toekomst mogelijk worden om je via de app in te schrijven voor evenementen en evaluaties van evenementen in te vullen. Ook zullen er vanuit het bestuur of vanuit commissies pushberichten gestuurd kunnen worden om leden te informeren over belangrijke zaken zoals werving voor commissies. Daarnaast zal de app voor leden aantrekkelijk worden doordat zij via de app onder andere foto's van evenementen kunnen bekijken, en wist-je-datjes voor de actieve ledenmail kunnen insturen.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen PR & Promotie en Secretaris verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

#### 2.1.2. Consistentie van promotionele uitingen verhogen

Op dit moment ontwerpt elk bestuur en elke commissie binnen de MARUG haar eigen promotie uitingen zoals flyers en posters. Dit heeft als gevolg dat het voor studenten soms moeilijk te zien is dat een evenement of activiteit van de MARUG is. Om de promotionele uitingen van de MARUG herkenbaarder te maken zal het promotiemateriaal consistent gemaakt worden door een vaste structuur aan te houden. Hierbij blijft er vrijheid over voor de commissies om er een eigen invulling aan te geven. Deze consistentie biedt houvast voor commissies en zal bijdragen aan de professionele uitstraling van de MARUG. Daarnaast wordt er ook een kleine aanpassing gedaan in de huidige huisstijl met betrekking tot de lettertypen die gebruikt worden in externe uitingen.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen PR & Promotie en Interne Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

#### 2.1.3. Data Driven Creativity

Binnen organisaties wordt data een steeds belangrijker instrument om beslissingen te nemen en strategieën te bepalen. Binnen de MARUG zal er komend jaar bewuster om worden gaan met de data die beschikbaar is. Op dit moment wordt er verschillende soorten data verzameld, maar er valt nog veel winst te behalen op de analyse hiervan. De data wordt voor lange termijn bruikbaar gemaakt zodat dit ingezet kan worden voor bijvoorbeeld vergelijkingen door de jaren heen. Door de feedback van evenementen te vertalen in data kunnen we evenementen op deze manier beter evalueren en verbeteren. Daarnaast kunnen we ook op intern gebied de wensen van leden omzetten in bruikbare data, zodat er een individuele profielschets gemaakt kan worden. Hierdoor kan er beter ingespeeld worden op de wensen van de leden en wat ze verwachten van de vereniging. Doordat we

een duidelijke profielschets van onze leden kunnen maken, kunnen we ook beter inspelen op de wensen van externe relaties. De communicatie kan zo beter getarget worden en daardoor ook veel effectiever zijn. Data zal een grotere rol gaan spelen in de externe en interne communicatie en evaluatie van evenementen en commissies.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Penningmeester en Secretaris verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

## **2.2. Vergroten en beter benutten van kennis over interne en externe stakeholders**

### **2.2.1. MARUG Pool herstructureren**

Door de jaren heen is het ledenbestand van de MARUG sterk gegroeid. Hierdoor is er steeds meer relevante informatie over de leden beschikbaar om op in te spelen. Na de actualisatie van het ledenbestand van het MARUG bestuur 2016-2017 is er behoefte om een volgende stap te zetten richting het optimale ledenbestand. Op dit moment worden de leden die geïnteresseerd zijn in recruitment mogelijkheden hiervan op de hoogte gehouden via de MARUG pool en de Campus Recruiters. De MARUG Pool zal uitgebreid worden door ook alle nieuwe leden hierin te verwerken, en de wensen van deze leden duidelijk in kaart te brengen. Hierdoor wordt verduidelijkt wat de leden willen en verwachten met/van de MARUG en kan hierop beter worden ingespeeld. De informatievoorziening richting de MARUG leden kan hierdoor gericht worden uitgevoerd. De Campus Recruiters zullen verantwoordelijk zijn om de MARUG Pool zoveel mogelijk te integreren met de MARUG leden, en de MARUG Pool actueel te houden.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Secretaris en Interne Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

### **2.2.2. Betrokkenheid van MARUG Plussers vergroten**

Naast studentleden heeft de MARUG een erg groot alumni netwerk: de MARUG Plussers. In deze groep Plussers zijn een aantal Ambassadeurs aangesteld om als stem van de plussers te fungeren. Deze Plussers worden gebruikt als adviesraad voor interne zaken en evenementen, waar ze ondersteuning bieden in de acquisitie. Het huidige takenpakket van de Ambassadeurs is te vaag en zal daarom worden geherdefinieerd, waardoor er duidelijke communicatie plaats gaat vinden tussen de Ambassadeurs en het bestuur. Daarnaast zullen de Plussers ook persoonlijker betrokken raken met de studentleden door deze een kijkje in het bedrijfsleven te geven. Ook zullen Plus-intro leden worden geïntegreerd in de MARUG Pool, waardoor de MARUG ook waarde toevoegt voor net afgestudeerde MARUG leden.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Secretaris en Voorzitter verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

### **2.2.3. Activiteitsaanbod personaliseren op aanvraag van bedrijven**

Op dit moment wordt bij de meeste evenementen in eerste instantie naar de wensen van studenten gekeken. Vervolgens wordt de doelgroep aangesproken en daarna worden bedrijven benaderd voor

een eventuele bijdrage. Vooraf staat vaak al vast hoe het evenement wordt ingevuld en waar de ruimte gecreëerd wordt voor bedrijven om hun verwachtingen invulling te geven en op welke manier. Door deze volgorde om te draaien en eerst met een bedrijf om tafel te gaan kan de MARUG beter voldoen aan de wensen en behoeften van externe partijen. In deze gesprekken kan besproken worden hoe het bedrijf een evenement voor zich ziet, waar zij denken dat kansen liggen en wat verwachten ze van de samenwerking met onze vereniging. Komend jaar zal met huidige en potentiële partners gekeken worden naar nieuwe invullingen van evenementen en zal in overleg met de desbetreffende commissies ook gekeken worden naar realisatie hiervan. Door het inspelen op veranderende wensen en behoeften van zowel studenten als externe partijen zal er meer waarde worden toegevoegd aan het huidige evenementen portfolio van de MARUG.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Voorzitter en Externe Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

## **2.3. MSc Marketing positie versterken**

### **2.3.1. Zichtbaarheid van MSc Marketing Intelligence vergroten (versterken) bij externe partijen**

De Rijksuniversiteit Groningen is op dit moment de enige universiteit in Nederland die de MSc Marketing Intelligence aanbiedt. Daarbij volgen steeds meer masterstudenten de track Marketing Intelligence of kiezen studenten ervoor om beide tracks binnen de MSc Marketing te volgen. Deze ontwikkeling biedt in combinatie met het unieke karakter van de MSc Marketing Intelligence kansen voor de recruitment functie van de MARUG. In de afgelopen jaren is deze track van de MSc Marketing nog onderbelicht gebleven bij externe partijen. Door deze positie beter uit te dragen naar externe partijen zal beter ingespeeld kunnen worden op de toenemende vraag naar startersfuncties en stageplekken in dit vakgebied. Het doel is om de vacaturebank uit te breiden met meer passende vacatures voor MSc Intelligence studenten. Dit kan bewerkstelligd worden door de bedrijfsfolder te actualiseren en actief op zoek te gaan naar nieuwe partnerships met bedrijven.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Externe Betrekkingen en Penningmeester verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*

### **2.3.2 Betrokkenheid MSc Marketing studenten vergroten bij de MARUG**

Het doel voor aankomend jaar is om 100% dekking te realiseren van MSc Marketing studenten die lid zijn bij de MARUG. We hopen dit onder andere te bewerkstelligen door de MSc Marketing Introduction Day grootser aan te pakken in samenwerking met de vakgroep marketing. De dag zal bestaan uit zowel informele als formele activiteiten die worden georganiseerd om de naamsbekendheid te vergroten van de MARUG. Daarbij wordt de waarde van de MARUG voor MSc Marketing studenten extra benadrukt en hopen we veel studenten te kunnen enthousiasmeren over een (actief) lidmaatschap bij de MARUG. Deze dag zal georganiseerd worden in samenwerking met het Master Marketing Team Fall.

*Vanuit het MARUG Bestuur zijn de functionarissen Voorzitter en Externe Betrekkingen verantwoordelijk voor de uitvoering van dit speerpunt.*



## **3. Beleidsplan omtrent de commissies en evenementen MARUG Bestuur 2017-2018**

### **3.1. MARUG Conference**

De MARUG Conference is het grootste evenement van de MARUG en staat bekend als een kwalitatief hoogstaand evenement. De MARUG Conference is gericht op studenten, leden van de vakgroep Marketing en bedrijfsdeelnemers die geïnteresseerd zijn in marketing. Een succesvolle MARUG Conference heeft een aantal grote voordelen. Ten eerste zorgt het evenement elk jaar weer voor een groot aantal nieuwe leden. Daarnaast draagt het evenement bij aan het positieve imago van de vereniging.

Als paradepaardje van de MARUG is het voor de MARUG Conference noodzaak een onderscheidend karakter te hebben, van hoge kwaliteit te zijn en in te spelen op actuele en interessante thema's binnen het vakgebied. De goede banden met de vakgroep en MARUG Plussers kunnen van pas komen bij het aantrekken van sprekers en deelnemers en het continueren van de inhoudelijke kwaliteit van de MARUG Conference. Er zal er naar gestreefd worden om ook dit jaar weer de Leeflang Scriptieprijs uit te reiken tijdens de MARUG Conference. De MARUG Conference zal komend jaar op dinsdag 6 maart 2017 plaatsvinden.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de MARUG Conference zal worden gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke), Penningmeester, Externe Betrekkingen en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.2. Media Team**

Het Media Team is verantwoordelijk voor een aantal taken. Zij dragen marketing gerelateerde artikelen en video's aan die twee keer in de week worden gepubliceerd op de website. Vanaf dit jaar wordt er ook eens in de twee weken een special gemaakt. De onderwerpen van de artikelen zijn actueel en/of wetenschappelijk. Dankzij de hoge kwaliteit van de artikelen en de professionele layout zet het Media Team een representatief beeld van de MARUG neer op de website. Hierdoor is het zowel richting studenten als bedrijven een visitekaartje van de MARUG. Voor de faculteiten en de leden van de vakgroep is het belangrijk dat ook de wetenschappelijke relevantie van de artikelen gewaarborgd blijft.

Naast artikelen levert het Media Team beeldmateriaal aan dat gebruikt kan worden ter promotie van de MARUG. De commissie organiseert daarnaast twee keer in het jaar een themaweek. In deze weken wordt een bepaald thema uitgelicht en worden er twee keer per dag blogs gepubliceerd over het thema van die week. Minimaal de helft van de blogs zal, in verband met de blijvende focus op internationalisering, in het Engels worden gepubliceerd.

Het Media Team is een doorlopende commissie. De werving van studenten voor het Media Team zal komend jaar gebeuren door zowel het Media Team als het MARUG Bestuur. In overleg met het huidige Media Team is besloten om de commissie open te houden voor internationals. Dit komt ten goede aan de internationalisering van de MARUG, en op deze manier hebben internationals weer een extra kans om actief te worden bij de MARUG. De rol van het Media Team zal zijn dat ze actief

nieuwe commissiegenoten aan kunnen dragen bij het MARUG Bestuur. Met betrekking tot CIW-studenten zal het Media Team zich richten op het werven van studenten met een journalistieke interesse.

De commissie zal bestaan uit functionarissen die verantwoordelijk zijn voor beeld, tekst, video en/of design. Om de kwaliteit van het Media Team te waarborgen krijgen de commissieleden één keer per jaar een beeldcursus en één keer per jaar een tekstcursus.

*De Raad van Toezicht (RvT) van het Media Team zal worden gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Secretaris van het MARUG Bestuur.*

### **3.3. Promotie en Activiteiten Commissie**

De Promotie en Activiteiten Commissie (PAC) heeft de looptijd van een academisch jaar. De taken van de Promotie en Activiteiten Commissie hebben betrekking op het operationele deel van het promotie- en wervingsbeleid van de MARUG. Daarnaast is de Promotie en Activiteiten Commissie verantwoordelijk voor het organiseren van evenementen voor actieve leden.

In samenspraak met de functionaris PR & Promotie van het bestuur zal een promotieplan voor komend jaar opgesteld worden. Deze zal erop gericht zijn om naast het vergroten van de naamsbekendheid van de MARUG ook de positionering van de MARUG als onderscheidende marketingvereniging te ondersteunen. Dit is van groot belang, met name omdat de MARUG een ondervereniging van de EBF is en zo haar eigen identiteit zal blijven behouden. Zowel inhoudelijke promotie als opvallende promotieacties sluiten aan bij het creatieve en innovatieve karakter van de MARUG. Hierbij hoort het organiseren van de promotieweek in september. Tevens heeft de commissie een ondersteunende functie bij het promotiebeleid van andere commissies. Hierbij is het essentieel dat de communicatie tussen de commissies, de functionaris PR & Promotie van het bestuur, en de Promotie en Activiteiten Commissie goed verloopt. Dit houdt in dat alle communicatie over de promotie van evenementen via de functionaris PR & Promotie van het bestuur gaat, zodat de Promotie en Activiteiten Commissie niet direct wordt benaderd door verscheidene commissies. Dit zorgt ervoor dat de Promotie en Activiteiten Commissie niet voor onvoorziene werkdruk zal staan. Daarnaast dient de Promotie en Activiteiten Commissie bij zowel elk bachelor evenement als informeel evenement aanwezig te zijn, om zich daar bezig te houden met de werving van nieuwe leden. Tevens kan de Promotie en Activiteiten Commissie in samenwerking met het Media Team foto's maken tijdens de evenementen.

Door een constante verantwoordelijkheid voor diverse activiteiten zal de Promotie en Activiteiten Commissie zich meer betrokken voelen bij de MARUG en tot de andere actieve leden. Dit komt de kwaliteit van de promotie ten goede. Een ander deel van het takenpakket van de Promotie en Activiteiten Commissie is het organiseren van activiteiten voor de actieve leden van de MARUG. Voorbeelden hiervan zijn de Actieve Leden Barbecue, het Actieve Leden Weekend en de PACjesavond. De sfeer en gezelligheid op deze dagen dragen bij aan een informele uitstraling van de MARUG en zorgen voor een toename van de betrokkenheid en waardering van de actieve leden. De Promotie en Activiteiten Commissie draagt hierdoor een steentje bij aan zowel het intensiveren van bestaande interne contacten, als de versterking van het imago van de MARUG.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Promotie en Activiteiten Commissie zal worden gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.4. Mind over Marketing**

Het doel van het evenement Mind over Marketing is om interesse voor marketing te wekken bij studenten van de Faculteit Gedrags- en Maatschappijwetenschappen. Daarnaast heeft dit evenement een verdiepend karakter doordat het de relatie tussen marketing en psychologie weergeeft.

Aangezien Mind over Marketing afgelopen jaar wederom succesvol en groeiend is gebleken, zal deze aanpak voortgezet worden. De commissie zal gevormd worden door het MARUG Bestuur. Omdat de samenstelling afgelopen jaar goed is ervaren, zal er opnieuw gestreefd worden naar een diverse groep met zowel studenten van de Faculteit Economie en Bedrijfskunde als studenten van de Faculteit Gedrags- en Maatschappijwetenschappen. Afgelopen jaar is het evenement verplaatst naar februari, omdat in dat blok psychologie vakken worden gegeven die relevant waren voor het thema. Dit is goed bevallen. Echter is er besloten om volgend jaar in februari, direct na het evenement, de nieuwe Mind over Marketing commissie te gaan vormen, en het evenement volgend jaar in december plaats te laten vinden. Hierdoor zullen de evenementen meer over het jaar verspreid worden en zullen er meer mogelijkheden zijn om in februari een commissie te doen bij de MARUG.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Mind over Marketing commissie zal worden gevormd door de functionarissen Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.*

### **3.5. MARUG International Marketing Experience**

Het doel van de International Marketing Experience is het bieden van een professioneel reisconcept, waarbij studenten marketing gerelateerde buitenlandervaring op kunnen doen. Tevens voegt dit evenement een internationaal aspect toe aan het evenement portfolio van de MARUG.

Om de kwaliteit van de International Marketing Experience te waarborgen, worden studenten geselecteerd op basis van hun cv. Op die manier kan de MARUG de bedrijven enthousiaste deelnemers bieden met inzicht in marketing. Het is hiervoor belangrijk over voldoende kennis van de Engelse taal te beschikken. Dit zal dan ook benadrukt worden bij de werving en selectie. Ook wordt dit jaar opnieuw benadrukt dat het evenement tevens toegankelijk is voor internationale studenten. Om de professionaliteit van de reis te waarborgen zal een voortraject plaatsvinden waarin gastcolleges bijpassend bij het thema worden gegeven door externe partijen. Met behulp van dit voortraject zullen de deelnemers kennis verkrijgen die ze kunnen gebruiken tijdens de reis. De International Marketing Experience (IME) zal komend jaar in april plaatsvinden.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de International Marketing Experience commissie zal worden gevormd door de functionarissen Penningmeester (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.6. Master Marketing Team**

Het Master Marketing Team (MMT) richt zich op het aanbieden van Master Marketing gerelateerde activiteiten. De activiteiten voorzien in de behoeften van de Master Marketingstudent en zijn van hoogstaande kwaliteit. Tevens vervult het Master Marketing Team een belangrijke klankbordfunctie voor zowel de vakgroep marketing als de MARUG. De voorzitter van het Master Marketing Team zal dan ook deelnemen aan de vergaderingen met de vakgroep. De commissie bestaat enkel uit MSc Marketingstudenten. De reden hiervoor is dat zij in direct contact staan met de doelgroep. De commissie is ook open voor internationale studenten. Het Master Marketing Team heeft twee commissies gedurende het jaar, het Master Marketing Team Fall en het Master Marketing Team Spring, en is verantwoordelijk voor vier evenementen en vijf borrels. Het is belangrijk om deze opsplitsing in de commissie voort te zetten. De MSc Marketing studenten hebben een hoge studiedruk. Op deze manier wordt de druk tijdens de commissie periode verlaagd en daarmee ook de drempel om deze commissie te gaan doen.

#### **3.6.1. Master Marketing Team Fall**

Het Master Marketing Team Fall wordt gevormd in juni en is verantwoordelijk voor de organisatie van de Career Day, de Master Marketing Seminar en de eerste twee MSc Marketing borrels. Daarnaast is het Master Marketing Team Fall ook verantwoordelijk voor de Master Marketing Introduction Day, een actieve invulling van de eerste collegedag voor Master Marketing Studenten. Hierna vindt de overdrachtsperiode plaats in december tussen het MMT Fall en het MMT Spring. Het MMT Fall heeft gelijk na de zomervakantie de Career Day, waar veel acquisitie bij bedrijven voor nodig is. Daarom begint het MMT Spring voor de zomer al met de acquisitie, zodat het MMT Fall genoeg tijd heeft om de acquisitie voor de Career Day rond te krijgen.

*De Raad van Toezicht (RvT) van het Master Marketing Team Fall zal worden gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

#### **3.6.2. Master Marketing Team Spring**

Het Master Marketing Team Spring start in december en organiseert het Intelligence Event, een informeel recruitment evenement, en de laatste drie MSc Marketing borrels. Het Intelligence Event is elk jaar een hoogwaardig MSc Marketing evenement, dus dit willen we komend jaar dan ook doorzetten.

*De Raad van Toezicht (RvT) van het Master Marketing Team Spring zal worden gevormd door de functionarissen Voorzitter (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.7. MARUG Inhousedagen**

Komend jaar zullen wederom meerdere MARUG Inhousedagen plaatsvinden. Deze dagen bestaan uit bedrijfsbezoeken bij de partners van de MARUG, maar kunnen ook een andere invulling krijgen als deze wens er is vanuit het bedrijf. De deelnemers zullen op basis van hun cv geselecteerd worden. De inhousedagen geven MARUG leden de kans om bedrijven beter te leren kennen en zich zo te oriënteren op de arbeidsmarkt.

*De MARUG Inhousedagen worden georganiseerd door de functionarissen Externe Betrekkingen*

*(eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.*

### **3.8. Dublin Inhousetour**

De Dublin Inhousetour biedt Nederlandse en internationale studenten de kans om bedrijfsbezoeken te brengen aan hoofdkantoren van vooruitstrevende bedrijven die zich richten op de online wereld. Tijdens de afgelopen edities zijn er bezoeken gebracht aan kantoren van onder andere Google, Facebook, en LinkedIn. Voor deze inhousetour worden op basis van een cv-selectie 30 studenten geselecteerd om deel te nemen aan de reis. De Dublin Inhousetour is een mooie kans voor studenten om deze bedrijven beter te leren kennen, maar vooral ook om zich te oriënteren in het werkveld. Vanuit de bedrijven was er de afgelopen jaren veel interesse in recruitment en zijn er ook deelnemers naar aanleiding van de inhousetour aangenomen bij de bedrijven. Dit evenement versterkt de recruitmentfunctie van de MARUG en zal aankomend jaar weer georganiseerd worden.

*De Dublin Inhousetour wordt georganiseerd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.9. MARUG Marketing Classes**

De MARUG organiseert Marketing Classes met als doel om studenten in een vroeg stadium van hun studie te bereiken en ze kennis te laten maken met het vakgebied marketing en de MARUG. Dit wordt gedaan door middel van bijvoorbeeld het verzorgen van een gastcollege bij een eerste- of tweedejaars marketingvak(ken) bij de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) en de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen (CIW). Deze colleges worden verzorgd door sprekers uit het bedrijfsleven om inzicht te geven in de marketingpraktijk. Voor aankomend jaar staat er een vakkoppeling vast met het BSc Bedrijfskunde vak Marketing, en worden de mogelijkheden onderzocht om een vakkoppeling op te zetten met het BSc Bedrijfskunde vak Marktcontext en Marktonderzoek, het BSc International Business vak International Marketing for IB en tot slot het BSc Economics and Business Economics vak Marketing Research. Ook is er het plan om meer vakkoppelingen op te zetten in samenwerking met de vakgroep Marketing en eventueel andere mogelijkheden bij studies buiten de FEB. Dit zou de naamsbekendheid van de MARUG kunnen vergroten.

De hoofddoelstelling van de MARUG is het intermediair zijn tussen de marketing wetenschap en de marketingpraktijk. Het concept van de MARUG Marketing Classes sluit goed aan bij deze doelstelling. Het is een evenement dat gericht is op promotie van de MARUG, waarbij de waarden van de MARUG uitgelegd worden. Het zal voor de deelnemende studenten duidelijk moeten zijn dat het evenement door de MARUG wordt georganiseerd.

*De Marketing Classes worden georganiseerd door de functionarissen Externe Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.*

### **3.10. Plus Inhoudelijk Evenement**

Het Plus Inhoudelijk Evenement wordt komend jaar op dezelfde manier opgezet als vorig jaar, aangezien het seminar bij een externe partij afgelopen jaar wederom positief ontvangen is. Dit

betekent dat het Plus Inhoudelijk Evenement aankomend jaar weer een verbredend karakter zal krijgen. De inhoud van het seminar zal bestaan uit actuele onderwerpen uit het bedrijfsleven. Voor het seminar zal opnieuw een samenwerking met het Customer Insights Centre worden aangegaan, en het zal worden aangeboden tegen een gereduceerd tarief. Er zal worden gestreefd naar een groeiende opkomst van Plusleden. Dit zal onder andere gedaan worden door de datum van het evenement zo vroeg mogelijk vast te stellen, zodat er op basis daarvan bijtijds naar de Plusleden kan worden gecommuniceerd wanneer het evenement plaatsvindt.

*Het Plus Inhoudelijk Evenement wordt georganiseerd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Penningmeester uit het MARUG Bestuur.*

### **3.11. Recruitment Days**

In samenwerking met de EBF zal dit jaar voor de 24<sup>ste</sup> keer de Recruitment Days georganiseerd worden. De Recruitment Days behoort tot de meest succesvolle activiteiten van de MARUG. Er zal dit jaar weer naar worden gestreefd om het evenement vier dagen te laten duren. Aankomend jaar zal er ook gestreefd worden om het deelnemersaantal te verhogen. Voorgaande jaren was er een deelname van ongeveer 550 studenten aan het evenement. Het is een van de grotere studieactiviteiten van Groningen. Het evenement geniet grote naamsbekendheid en heeft een goede reputatie onder zowel studenten als bedrijven.

Dit jaar zullen de Recruitment Days plaatsvinden op 11, 12, 13, en 14 december 2017. Deze dagen zijn voornamelijk bedoeld om studenten van de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) te laten oriënteren op de arbeidsmarkt en inzicht te laten krijgen in de deelnemende bedrijven. Daarnaast hebben studenten de gelegenheid stage- en afstudeermogelijkheden binnen het bedrijfsleven te verkennen. De Recruitment Days draagt bij aan de naamsbekendheid, het positieve imago van de MARUG en het intensiveren van de banden van de MARUG met studenten, bedrijven en de EBF.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Recruitment Days commissie zal worden gevormd door de functionaris Secretaris van het MARUG Bestuur en twee functionarissen van het EBF Bestuur.*

### **3.12. ComMa Congres**

Dit jaar zal er eveneens een samenwerking plaatsvinden tussen de MARUG en de studievereniging Commotie voor het organiseren van het ComMa Congres. De commissie bestaat uit zowel leden van de MARUG als leden van Commotie. Net als vorig jaar zal het congres bestaan uit een avondprogramma om het animo onder de studenten te vergroten. Het doel van dit evenement is om de raakvlakken tussen communicatie en marketing te belichten. Op deze manier zullen de deelnemers kennis maken met beide vakgebieden. Het streven is een deelnemersaantal van 80 tot 100 studenten. Omdat vorig jaar de meeste deelnemers van de Faculteit der Letteren kwamen, is het dit jaar ook het streven om meer studenten van de FEB naar het evenement te trekken. Er zal hiervoor gekeken worden naar een nog actiever promotieplan onder FEB studenten.

Vanuit MARUG perspectief is dit evenement interessant omdat de doelgroep van CIW studenten beter bediend kan worden. Bovendien kunnen er nieuwe leden geworven worden en wordt de belangstelling voor de MSc Marketing onder deze doelgroep vergroot. Het ComMa Congres zal dit

jaar op 12 oktober 2017 plaatsvinden. Er is gekozen om het ComMa congres twee weken later te laten plaatsvinden ten opzichte van vorig jaar in verband met hoop op een makkelijkere promotie en meer aanmeldingen.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de ComMa commissie zal worden gevormd door de functionaris Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur en een functionaris uit het Commotie Bestuur.*

### **3.13. Commercial Night**

De Commercial Night is een evenement waarbij de nadruk ligt op reclame die via verschillende media de consument bereikt. Reclame is één van de eerste dingen waar men aan denkt wanneer het over marketing gaat en vormt hierdoor een basis voor het aantrekken van een breed publiek. Aanwezig worden voorzien van een gevarieerd avondprogramma in de vorm van colleges en discussie mogelijkheden waarin de kracht van commercie centraal staat. Er wordt gestreefd naar aanwezigheid van zowel Nederlandse als internationale studenten. Daarnaast is ook de organiserende commissie toegankelijk voor internationale studenten. Dit bevordert het internationale en open karakter van de MARUG. Het streven ligt dit jaar weer bij ongeveer 50 deelnemers, maar er wordt wel geprobeerd om nog meer internationale studenten naar het evenement te trekken.

De vraag naar commissiewerk onder internationale studenten is dermate groot dat de Commercial Night een goede uitkomst biedt voor deze studenten om ook actief bezig te kunnen zijn binnen de MARUG. Daarom wordt er gestreefd naar minstens twee internationale studenten in de commissie.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Commercial Night commissie zal worden gevormd door de functionarissen PR en Promotie (eindverantwoordelijke) en Secretaris van het MARUG Bestuur.*

### **3.14. MARUG cursussen**

Vanaf het academisch jaar 2014-2015 is de MARUG begonnen met het aanbieden van verschillende cursussen. Deze kunnen studenten helpen hun academische vaardigheden te verbeteren. Afgelopen jaar zijn er vier cursussen geweest: de SPSS cursus in blok 1, de Online Business Course in blok 2, de R cursus in blok 3, en de InDesign en Photoshop cursus in blok 4. De vier cursussen met verschillende onderwerpen en lengtes vullen de stof van de reguliere vakken aan en verbreden de kennis van studenten. Aankomend jaar zal gekeken worden of de capaciteit van de SPSS cursus vergroot kan worden naar twee groepen omdat de vraag afgelopen jaar groot was. Ook zullen we aankomend jaar alle cursussen in het engels aanbieden om de internationalisering van de MARUG voort te zetten.

*De MARUG cursussen worden georganiseerd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.15. MARUG Campus Recruiters**

De Campus Recruiters bestaan nu uit vijf studenten uit de MSc Marketing die mede MSc Marketing studenten peilen voor interesse in stages en vacatures en geïnteresseerden doorspelen naar de functionaris Externe Betrekkingen. Zij doen dit momenteel onafhankelijk van elkaar. Komend jaar zal

dit aangepast worden en zullen de Campus Recruiters meer samen op gaan pakken. Het streven is om meer bekendheid te creëren voor de Campus Recruiters en ze meer verantwoordelijkheid te geven. Komend jaar wordt de functionaris Externe Betrekkingen hierbij ontlast, en zullen de Campus Recruiters daarnaast nieuwe leden van de MARUG benaderen om hun wensen wat betreft recruitment in kaart te brengen.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Campus Recruiters zal worden gevormd door de functionarissen Externe Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.16. Nationale Marketing Strijd**

De Nationale Marketing Strijd is een initiatief van de Marketing Associatie Nederland (M.A.N.). De MAN is opgericht in 1992 en heeft als doel om het gat tussen marketing theorie en praktijk voor studenten te overbruggen op landelijk niveau. De MAN bestaat uit: MAEUR (Rotterdam), Scope|3MA (Maastricht), Asset Marketing (Tilburg), MAA (Amsterdam) en de MARUG. De Nationale Marketing Strijd 2018 zal worden gecoördineerd door de MARUG aangezien het bestuur gevormd is in Groningen. De Nationale Marketing Strijd is het grootste marketing evenement voor universitaire studenten van de Marketing Associatie Nederland (M.A.N.). Het evenement is gericht op studenten van Nederlandse topuniversiteiten in de laatste fase van hun studie die affiniteit hebben met marketing. 100 studenten zullen worden geselecteerd op basis van hun motivatiebrief en hun cv. De Nationale Marketing Strijd is uniek, omdat het de interactiviteit tussen bedrijven en studenten als uitgangspunt heeft. De bedrijven krijgen de kans om studenten "in actie" te zien met real-life cases in teams met andere studenten die ze nog niet kennen. Dit kan zijn tijdens de door onze partners georganiseerde inhousedagen voorafgaand aan de Nationale Marketing Strijd, maar ook gedurende één van de cases tijdens de finaledagen in Utrecht.

*De Raad van Toezicht (RvT) van de Nationale Marketing Strijd zal worden gevormd door de functionaris Voorzitter (eindverantwoordelijke) van het MARUG Bestuur.*



## 4. Begroting 2017-2018

### 4.1. Voorwoord

Geachte lezer,

Voor u ligt de jaarbegroting van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen voor het boekjaar 2017-2018. Hierin vindt u de begroting voor zowel het bestuur als de commissies. Ten opzichte van vorig jaar zijn er een aantal veranderingen doorgevoerd met betrekking tot de posten van de commissies/activiteiten. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om veranderingen in het evenementen- en activiteitsaanbod. Met name het budget van het MSc Marketing Team is aanzienlijk veranderd. De baten en lasten van het bestuur zijn vergelijkbaar met die van het afgelopen jaar.

Voor alle begrote activiteiten geldt dat deze eenmaal in het aankomende boekjaar zullen vallen. Dit betekent dat iedere post een realistische weergave geeft van de daadwerkelijke baten en lasten gekoppeld aan een specifiek evenement of activiteit.

Met veel enthousiasme kijk ik ernaar uit om het financiële beleid van mijn voorgangers te continueren, en te verbeteren waar mogelijk. Tot slot wil ik Loy heel erg bedanken voor de leerzame, maar ook mooie overdrachtsperiode.

Met vriendelijke groet,

Namens het MARUG bestuur 2017-2018,

A handwritten signature in black ink, consisting of a dense, circular scribble of lines with a long horizontal line extending to the right.

Robin Schoonveld  
*Penningmeester*  
MARUG Bestuur 2017-2018

## 4.2 Begroting Bestuur 2017-2018

MARUG BESTUUR 2016-2017				
Omschrijving	Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot
	30-4-2016	1-5-2016	30-4-2017	1-5-2017
	€	€	€	€
<b>Baten</b>				
1 Acquisitie	23.799	25.000	25.800	27.000
2 Contributie leden	19.640	19.700	19.967	20.000
3 Subsidies	873	873	873	873
4 Interestopbrengsten	707	500	388	350
5 Incidentele Baten bestuur	2.785	-	849	-
<b>Totaal: Baten</b>	<b>47.804</b>	<b>46.073</b>	<b>47.876</b>	<b>48.223</b>
<b>Lasten</b>				
6 Afschrijvingen	602	1.935	1.934	1.934
7 Telefoonkosten	342	400	411	400
8 Portokosten	280	280	229	250
9 Druk- en kopieerkosten	1.907	1.950	1.917	1.600
10 Kantoorkosten	396	300	234	275
11 Verzekeringskosten	445	385	339	340
12 Bankkosten	363	374	336	350
13 Kosten ICT	6.377	3.704	5.220	5.200
14 Reiskosten	1.041	1.000	1.014	1.000
15 Borrelkosten	6.720	7.000	7.094	7.000
16 Promotiekleding	1.166	1.000	1.021	1.000
17 Promotiekosten	3.843	3.700	3.723	4.200
18 Kennismaking commissies	1.150	1.150	1.374	1.400
19 Commissie bedankdiners	3.135	3.000	3.090	3.000
20 Kosten vergadering	1.105	1.500	1.557	1.600
21 Kosten Cadeaus	438	400	436	525
22 Overige kosten	1.983	2.000	2.045	2.000
23 Voorziening auditoren	1.500	1.500	1.500	1.500
24 Extra verenigingsbijdrage lustrum VII	4.500	-	-	-
25 Voorziening promotiefilm	1.300	-	-	-
26 Voorziening lustrum VIII	2.500	2.500	2.500	2.500
27 Voorziening data driven creativity	-	-	1.000	-
28 Voorziening NMS	1.500	1.500	1.500	1.500
29 Extra verenigingsbijdrage NMS	-	-	1.500	-
30 Onvoorziene kosten	-	2.000	-	2.000
31 Incidentiele lasten Bestuur	1.113	-	1.359	-
<b>Totaal: Lasten</b>	<b>43.703</b>	<b>37.578</b>	<b>41.333</b>	<b>39.574</b>
<b>Resultaat</b>	<b>4.101</b>	<b>8.495</b>	<b>6.544</b>	<b>8.649</b>

### **4.3 Toelichting Begroting Bestuur 2017-2018**

#### **1. Acquisitie**

Het afgelopen jaar is de acquisitie wederom gegroeid ten opzichte van vorig jaar. We verwachten dit jaar weer een groei te kunnen realiseren.

#### **6. Afschrijvingen**

De afschrijvingen bestaan uit de derde en laatste afschrijving op de camera en de boekhoudlaptop, en de tweede afschrijving op de website, borrelcamera en steadycam.

#### **9. Druk- en kopieerkosten**

Vanaf de HALV willen we overgaan naar het digitaal communiceren van de stukken. Daarom zitten de gebruikelijke druk- en kopieerkosten voor de HALV hier niet meer in.

#### **17. Promotiekosten**

Het komende jaar willen we onze marketing een nieuwe impuls geven. Daarom hebben we hier ruimte voor gecreëerd.

#### 4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2017-2018

MARUG ACTIVITEITEN 2017-2018					
Omschrijving	Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot	
	30-4-2016	1-5-2016	30-4-2017	1-5-2017	
	€	€	€	€	
<b>Baten</b>					
1 MARUG Plus	960	1.000	520	1.000	
2 MARUG PAC	570	680	645	600	
3 MARUG Battle of Marketeers	3.797	3.900	6.000	-	
4 MARUG IME	24.294	12.950	14.646	13.000	
5 MARUG Master Team	3.465	3.000	2.992	6.300	
6 MARUG/Commotie ComMa	1.098	1.200	1.275	1.100	
7 MARUG/EBF Recruitment Days	11.037	11.000	11.758	11.000	
8 MARUG Inhousedagen	1.500	2.000	1.000	1.500	
9 Germany Inhousetour	-	-	-	1.200	
10 Dublin Inhousetour	13.292	6.000	7.182	7.000	
11 MARUG Commercial Night	-	2.000	1.164	1.150	
12 Marketing Classes	-	-	-	-	
13 MARUG Media Team	-	-	-	-	
14 MARUG Mind over Marketing	3.097	1.200	1.552	1.500	
15 MARUG Cursussen	7.649	4.800	4.057	4.000	
16 MARUG Lustrum VII	24.331	-	-	-	
17 Incidentele baten commissies	-	-	-	-	
<b>Totaal: Baten activiteiten</b>	<b>95.089</b>	<b>49.730</b>	<b>52.792</b>	<b>49.350</b>	
<b>Lasten</b>					
1 MARUG Plus	3.853	4.375	5.148	5.500	
2 MARUG PAC	3.699	4.000	4.802	4.400	
3 MARUG Battle of Marketeers	3.837	3.900	6.222	-	
4 MARUG IME	24.737	13.200	14.935	13.500	
5 MARUG Master Team	7.022	6.500	5.416	8.400	
6 MARUG/Commotie ComMa	1.531	1.750	1.781	1.850	
7 MARUG/EBF Recruitment Days	-	-	-	-	
8 MARUG Inhousedagen	593	3.000	506	550	
9 Germany Inhousetour	-	-	-	3.000	
10 Dublin Inhousetour	15.091	7.500	8.862	8.500	
11 MARUG Commercial Night	-	3.000	1.269	1.700	
12 Marketing Classes	-	500	-	-	
13 MARUG Media Team	668	1.000	447	600	
14 MARUG Mind over Marketing	3.298	2.000	2.117	2.000	
15 MARUG Cursussen	10.148	7.500	7.815	8.000	
16 MARUG Lustrum VII	24.637	-	-	-	
17 Incidentele lasten commissies	-	-	-	-	
<b>Totaal: Lasten activiteiten</b>	<b>99.112</b>	<b>58.225</b>	<b>59.321</b>	<b>57.999</b>	
<b>Totale baten</b>	<b>142.893</b>	<b>95.803</b>	<b>100.668</b>	<b>97.573</b>	
<b>Totale lasten</b>	<b>142.816</b>	<b>95.803</b>	<b>100.653</b>	<b>97.573</b>	
<b>Resultaat</b>	<b>78</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	

### **4.3 Toelichting Begroting MARUG Activiteiten 2017-2018**

#### **1. MARUG PLUS**

Voor de PLUS grachtenborrel worden dit jaar meer deelnemers verwacht. Hierdoor zullen de kosten hoger zijn.

#### **2. MARUG PAC**

Dit jaar wordt er geen PACTIVITY meer georganiseerd.

#### **5. MARUG Master Team**

De baten voor het MARUG Master Team zijn een stuk hoger begroot dan vorig jaar. De subsidie die op de BoM zat zal verplaats worden naar de Master Seminar. Voor de lasten geldt tevens een stijging. Dit is te verklaren door een grote geplande investering in de Master Marketing Introduction Day.

#### **6. MARUG/Commotie ComMa**

Voor de editie van het afgelopen jaar heeft een sponsor dubbel betaald.

#### **9. Germany Inhousetour**

De hier weergegeven baten en lasten betreffen de verwachte realisatie van de Germany Inhousetour in mei 2017.

## 4.6 Goedkeuring

### Verklaring van de Kascontrolecommissie

Ingevolge de opdracht van de Algemene Ledenvergadering d.d. 29 mei 2017 hebben wij de begroting voor het boekjaar 2017-2018, begonnen op 1 mei 2017 en eindigend op 30 april 2018, van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen gecontroleerd.

Op grond van de door ons uitgevoerde controle is niets gebleken waaruit wij zouden moeten concluderen dat de cijfers geen getrouw beeld geven.

Groningen, 17 mei 2017

De kascontrolecommissie 2017-2018,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke at the bottom.

Coen Zweers  
*Penningmeester*  
MARUG Bestuur 2015-2015

A handwritten signature in black ink, featuring a long horizontal stroke with a loop above it and a shorter horizontal stroke below it.

Loy Löwik  
*Penningmeester*  
MARUG Bestuur 2016-2017

## 5. Jaarplanning 2017-2018

### 2017

#### Augustus

14-18 One's upon a KEI

#### September

4 Introweek

5 Introweek

6 Introweek

7 MARUG Openingsfeest

8 Introweek

18 Cursus

18 -22 MARUG Promotieweek

25 Cursus

#### Oktober

2 Cursus

4 MARUG MSc Marketing Career Day

5 MARUG Borrel

9 Cursus

12 MARUG/Commotie ComMa Congres

13 Optie Plus Borrel

18 Inhousedag Aegon

#### November

9 MARUG Borrel

10 MSc Marketing Borrel

10-11 MARUG Actieve Leden Weekend

13 MARUG HALV

27 Cursus

#### December

4 Cursus

7 PACjesavond, MARUG Borrel

11-14 EBF/MARUG Recruitment Days

18 Cursus

**2018****Januari**

- 2 Cursus
- 11 MARUG Nieuwsjaarsborrel
- 15 Cursus

**Februari**

- 1 MARUG Borrel
- 2 MSc Marketing Borrel
- 7-9 Nationale Marketing Strijd
- 13 Mind over Marketing
- 19 Cursus
- 26 Cursus

**Maart**

- 1 MARUG Borrel: Voorzitter bekendmaking
- 5 Cursus
- 6 MARUG Marketing Conference
- 12 Cursus
- 13 MSc Marketing Seminar
- 19 Cursus

**April**

- 12 MARUG Borrel: Bekendmaking kandidaatsbestuur 2018-2019
- 13 MSc Marketing Borrel
- 14-21 MARUG International Marketing Experience (IME)
- 23 Cursus

**Mei**

- 1 Commercial Night
- 3 MARUG Borrel
- 7 Cursus
- 20 Cursus
- 17 MSc Marketing Intelligence Event
- 25 Actieve leden BBQ
- 28 MARUG ALV
- 31 MARUG Borrel

**Juni**

- 23 Optie Plus Grachtenborrel
- 30 Optie Plus Grachtenborrel