

Voorwoord

Groningen, 28 mei 2018

Geachte lezer,

Voor u liggen de beleidsstukken van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen, de MARUG, van het jaar 2018-2019. De afgelopen maanden heeft het kandidaatsbestuur hard gewerkt om het beleid en de speerpunten vorm te geven en op te stellen.

Afgelopen jaar heeft veel goede dingen gebracht voor de vereniging. De zichtbaarheid van de MARUG is verbeterd door het aanbrengen van een standaard format in de promotionele uitingen, er is een basis gelegd voor het kunnen maken van beslissingen op basis van data analyse en de MARUG heeft meer internationale actieve leden dan ooit. Daarnaast bereikt de MARUG een groot percentage van de MSc Marketing studenten en wordt er steeds meer in samenspraak met bedrijven een originele invulling aan evenementen gegeven. In het komende jaar zal op het gevoerde beleid worden voortgebouwd. Daarnaast zal er opnieuw gestreefd worden om het evenementenaanbod van de MARUG en de MARUG als vereniging verder te verbeteren aan de hand van enkele vernieuwingen. Wij zijn ervan overtuigd dat komend jaar weer een succes zal worden en dat de speerpunten die in dit beleid worden voorgedragen zullen helpen om de MARUG naar een nog hoger niveau te tillen en haar doelgroepen nog beter te bedienen.

Deze stukken zijn bedoeld om de lezer in te lichten over het beleid en de speerpunten voor het bestuursjaar 2018-2019. In het eerste hoofdstuk zullen de basisvoorwaarden van de MARUG worden besproken. In het tweede hoofdstuk worden de speerpunten van ons beleid gepresenteerd en toegelicht, waarna in hoofdstuk drie het beleid omtrent de verschillende commissies en evenementen aan bod zal komen. Ten slotte komen de begroting en de jaarplanning voor komend jaar aan bod.

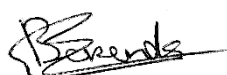
Met hartelijke groet,

Namens het 38ste MARUG Bestuur,

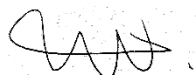
Frank Oude Avenhuis
Voorzitter



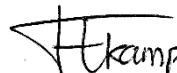
Bob Berends
Penningmeester



Julia Weekenstroo
Interne Betrekkingen



Fleur Kamp
Secretaris



Job Wentink
Externe Betrekkingen



Claudia de Boer
PR & Promotie



Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Inleiding	4
1. MARUG Basisvoorwaarden	6
2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2018-2019	7
2.1 Het uitbreiden van cv-building mogelijkheden vanuit de MARUG	7
2.1.1 Commissiebegeleiding professionaliseren	7
2.1.2 Marketing Consultancy Group	7
2.2 Communicatie vanuit de MARUG optimaliseren	7
2.2.1 Voertaal van de website veranderen naar het Engels en de mobiele website optimaliseren	7
2.2.2 Datacollectie uitbreiden en gericht communiceren naar verschillende doelgroepen	8
2.3 Beheer van externe relaties innoveren	8
2.3.1 Acquisitie CRM systeem vernieuwen	8
2.3.2 Internationalisering recruitment initiatieven	8
3. Beleidsplan omtrent de commissies en evenementen MARUG Bestuur 2018-2019	10
3.1 MARUG Marketing Conference	10
3.2 Media Team	10
3.3 Promotie en Activiteiten Commissie	11
3.4 Mind over Marketing	11
3.5 MARUG International Marketing Experience	12
3.6 Master Marketing Team	12
3.6.1 Master Marketing Team Fall	13
3.6.2 Master Marketing Team Spring	13
3.7 MARUG Inhousedagen	13
3.8 Dublin Inhousetour	13
3.9 MARUG Marketing Classes	14
3.10 Plus Inhoudelijk Evenement	14
3.11 Recruitment Days	15
3.12 ComMa Congres	15
3.13 Commercial Night	15
3.14 MARUG cursussen	16
3.15 MARUG Campus Recruiters	16
3.16 Nationale Marketing Strijd	17

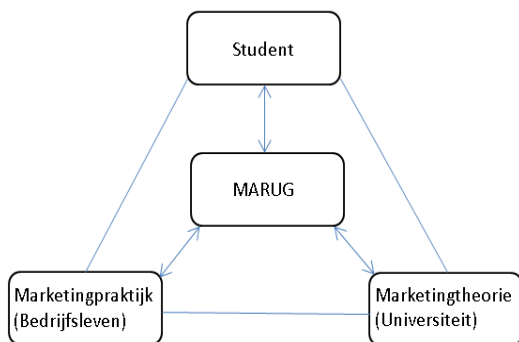
4. Begroting 2018-2019	18
4.1 Voorwoord	18
4.2 Begroting Bestuur 2018-2019	19
4.3 Toelichting Begroting Bestuur 2018-2019	20
4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2018-2019	21
4.5 Toelichting Begroting MARUG Activiteiten 2018-2019	22
4.6 Goedkeuring	23
5. Jaarplanning 2018-2019	24

Inleiding

Voor u ligt het beleidsplan van het MARUG Bestuur 2018-2019. 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, bouwt het beleidsplan voor 2018-2019 voort op het beleid van voorgaande jaren. Hierbij wordt rekening gehouden met veranderingen in de interne en externe omgeving. Hierbij kan gedacht worden aan 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

In het MARUG jaar 2018-2019 zal worden voortgebouwd op de drie beleidspunten van het jaar 2017-2018. De beleidspunten zijn als volgt geformuleerd:

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

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

Aanvullend zijn voor komend jaar een aantal speerpunten gedefinieerd, welke specifieke aandacht verdienen in de strategie van de vereniging:

1. Het uitbreiden van cv-building mogelijkheden vanuit de MARUG
2. Communicatie vanuit de MARUG optimaliseren
3. Beheer van externe relaties innoveren

Deze punten zullen verder worden toegelicht in hoofdstuk twee.

Tenslotte is het goed om te benoemen dat dit jaar de zogenaamde 'agile' manier van werken zal worden geïntroduceerd. Dit is een structuur waarbij doelstellingen en acties zeer regelmatig worden geëvalueerd aan de hand van verzamelde data. Op deze manier kan de besluitvorming snel worden bijgestuurd en kunnen de doelstellingen op korte termijn worden bijgesteld wanneer dit nodig blijkt.

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 tussen commissies onderling en tussen commissies en het bestuur is.

De MARUG onderscheidt zich ook 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 2018-2019

2.1 Het uitbreiden van cv-building mogelijkheden vanuit de MARUG

2.1.1 Commissiebegeleiding professionaliseren

In de huidige situatie is de persoonlijke ontwikkeling en de relevante ervaring die wordt opgedaan bij het vervullen van een commissieplek onderbelicht. Het opdoen van relevante ervaring bij de MARUG zal worden benadrukt door een vaste feedback structuur te introduceren. Concreet zal iedere functionaris van een commissie individuele begeleiding ontvangen van de RvT, waarbij persoonlijke leerdoelen worden opgesteld. De overeenkomende functionaris van het MARUG Bestuur zal hierin een aanvullende rol spelen door functie specifieke begeleiding te bieden. Daarnaast zal er in de externe communicatie meer nadruk worden gelegd op de vaardigheden die worden ontwikkeld bij het vervullen van een commissieplek. Dit zal bijdragen aan de professionaliteit van de vereniging en tevens het actief lidmaatschap bij de MARUG aantrekkelijker maken.

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

2.1.2 Marketing Consultancy Group

Een universitaire studie biedt over het algemeen weinig mogelijkheden om praktijkervaring op te doen. De MARUG zal komend jaar de Marketing Consultancy Group oprichten die studenten de kans biedt om aan marketingvraagstukken te werken. Uit een enquête onder de actieve leden is gebleken dat 100% van de respondenten hier de meerwaarde van inziet. Ook blijkt uit ervaring bij andere evenementen dat de input van MSc Marketing studenten en hun inzichten erg waardevol zijn voor bedrijven. Het streven is om business cases binnen te halen waar studenten in teamverband gedurende een langere periode aan kunnen werken. Bedrijven krijgen zo een frisse blik op problemen waar ze tegenaan lopen van getalenteerde studenten, en studenten krijgen de kans om ervaring op te doen in het bedrijfsleven. Er zal worden gezocht naar een passende invulling voor deze Consultancy Group. Daarbij wordt rekening gehouden met de wensen van zowel de student als het desbetreffende bedrijf. Er zal gekeken worden naar mogelijkheden in het binnen- en buitenland.

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

2.2 Communicatie vanuit de MARUG optimaliseren

2.2.1 Voertaal van de website veranderen naar het Engels en de mobiele website optimaliseren

Het aantal internationale studenten op de Rijksuniversiteit Groningen groeit sterk en Nederlandse studenten spreken steeds beter Engels. Om de MARUG website toegankelijker te maken voor een breder publiek zal de landingspagina Engelstalig worden. De bedoeling is om op korte termijn te onderzoeken of er volledig overgeschakeld kan worden naar een Engelstalige website. De Nederlandse versie zal in eerste instantie beschikbaar blijven. Aan de hand van data analyse zal getest worden of hier nog behoefte aan is. Bovendien zal de Engelstalige versie van de website worden geoptimaliseerd.

Daarnaast is afgelopen jaar gebleken dat, ondanks de vele inspanningen, de MARUG app niet voldoende aanslaat. De voordelen wegen niet op tegen de kosten. Daarom is er besloten om de MARUG app offline te halen. Daar staat tegenover dat de mobiele website zal worden geoptimaliseerd, zodat de MARUG mobiel toegankelijk blijft. Hierbij zal ook worden gekeken naar hoe de huidige functionaliteiten van de app optimaal in de mobiele website kunnen worden geïntegreerd. Dit alles zal bijdragen aan de professionele uitstraling van de MARUG.

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

2.2.2 Datacollectie uitbreiden en gericht communiceren naar verschillende doelgroepen

Sinds afgelopen jaar gaat de MARUG bewuster om met data en is er een begin gemaakt aan het opstellen van individuele profielschetsen van MARUG-leden. Komend jaar zal de MARUG de datacollectie verder uitbreiden. Aan de hand daarvan worden benaderingsstrategieën per doelgroep opgesteld, zodat studenten nog beter kunnen worden getarget. Afgelopen jaar werd de datacollectie met name ingezet voor interne doeleinden. Dit jaar zal begonnen worden met het verzamelen van meer data op het gebied van websiteverkeer. Er zullen verschillende vormen van de website worden getest, zodat deze geoptimaliseerd kan worden. Daarnaast zal er meer kwalitatieve data verzameld worden, door vaker in gesprek te gaan met MARUG-leden over meerdere relevante onderwerpen omtrent het MARUG lidmaatschap. Aan de hand van die data krijgt de MARUG een nog beter beeld van de wensen van de student, waardoor daar op meerdere vlakken beter op ingespeeld kan worden.

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

2.3 Beheer van externe relaties innoveren

2.3.1 Acquisitie CRM systeem vernieuwen

Om de professionaliteit van de MARUG te waarborgen en het contact met bedrijven te stroomlijnen zal het acquisitie CRM systeem van de MARUG vernieuwd worden. Het huidige CRM systeem biedt onvoldoende mogelijkheden om het acquisitieproces overzichtelijk in kaart te brengen. Daarom zal er komend jaar een samenwerking worden aangegaan met een andere partij. Op dit moment wordt gekeken naar de verschillende mogelijkheden. Wanneer er een passend systeem gevonden is, zal de functionaris Externe Betrekkingen een handleiding schrijven voor het gebruik van dit systeem. Hiermee zal erop worden toegezien dat het systeem door alle externen van de commissies wordt begrepen en op de juiste manier wordt gebruikt.

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

2.3.2 Internationalisering recruitment initiatieven

Met een stijgend aantal internationale MSc Marketing Studenten stijgt ook de vraag naar Engelstalige vacatures. Eén van de functies van de MARUG is het vormen van de schakel tussen de student en het bedrijfsleven. Daarom zal de MARUG beter in deze vraag moeten voorzien. Komend jaar zal hier meer prioriteit aan worden gegeven en zullen internationale bedrijven actiever worden benaderd. Het doel

is om meer startersfuncties en stageplekken voor Engelssprekenden, zowel binnen als buiten Nederland, in de vacaturebank op te nemen. In het verlengde hiervan zal er naar gestreefd worden om de recruitment evenementen die worden georganiseerd door de MARUG te internationaliseren, met onder andere meer workshops die open zijn voor internationale studenten.

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 2018-2019

3.1 MARUG Marketing Conference

De MARUG Marketing Conference is het grootste evenement van de MARUG en staat bekend als een kwalitatief hoogstaand evenement. De MARUG Marketing Conference is gericht op studenten, leden van de vakgroep en bedrijfsdeelnemers die geïnteresseerd zijn in marketing. Een succesvolle MARUG Marketing 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 parapedaardje van de MARUG is het voor de MARUG Marketing 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 kunnen van pas komen bij het aantrekken van sprekers en deelnemers en het continueren van de inhoudelijke kwaliteit van de MARUG Marketing Conference.

Afgelopen jaar heeft de MARUG Marketing Conference voor het eerst in het Engels plaatsgevonden. Dit is goed ontvangen en zal komend jaar worden doorgezet. De volgende editie van de MARUG Marketing Conference zal op dinsdag 26 februari 2019 plaatsvinden.

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

3.2 Media Team

Het Media Team is verantwoordelijk voor een aantal taken. Een van deze taken is het aanleveren van marketing gerelateerde artikelen en video's die worden gepubliceerd op de website. Het grootste deel van de artikelen en video's wordt in het Engels gepubliceerd. De onderwerpen van de artikelen en video's zijn actueel en/of wetenschappelijk. Dankzij de hoge kwaliteit van de artikelen en de professionele lay-out zet het Media Team een representatief beeld van de MARUG neer op de website en op social media. Hierdoor is het zowel richting studenten als bedrijven een visitekaartje van de MARUG. Voor de faculteit 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 jaarlijks een themaweek. In deze week wordt een bepaald thema uitgelicht en wordt er dagelijks content gepubliceerd over het thema van de week.

Het Media Team is een doorlopende commissie die ook open is voor internationale studenten. 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 video's en/of tekst.

Aankomend jaar zal er extra aandacht worden besteed aan hoe het bereik van het Media Team kan worden vergroot. In samenspraak met de functionaris PR & Promotie van het bestuur zal er meer aandacht worden besteed aan de beschikbare data en zal er een promotieplan worden opgesteld voor het sponsoren van content op social media. Daarnaast zal een aantal commissieleden van het Media Team een cursus videobewerking aangeboden krijgen. Dit zal tijdens het werven van commissieleden worden benadrukt.

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 tot 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 de actieve leden. Ook dient de Promotie en Activiteiten Commissie bij elk 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 deze 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. Zoals benoemd is een ander deel van het takenpakket van de Promotie en Activiteiten Commissie het organiseren van activiteiten voor de actieve leden van de MARUG. Voorbeelden hiervan zijn de Actieve Leden Barbecue, het Actieve Leden Weekend en 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 Promotie en Activiteiten Commissie organiseert één keer per jaar een promotiestunt. Er is besloten zij deze komend jaar halverwege het academisch jaar zullen organiseren, in plaats van aan de start van het academisch jaar. Daarnaast zal het Actieve Leden Diner in februari worden vervangen door een nader te bepalen activiteit voor actieve leden in maart. Hierdoor zullen de evenementen en de werkdruk voor de Promotie en Activiteiten Commissie beter over het jaar worden verspreid.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Promotie en Activiteiten Commissie zal worden gevormd door de functionarissen PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Secretaris 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 de Mind over Marketing afgelopen jaar wederom succesvol en groeiend is gebleken, zal deze aanpak worden voortgezet. Afgelopen jaar is besloten om in februari, direct na het evenement,

de nieuwe Mind over Marketing commissie te vormen. Komend jaar bestaat de commissie opnieuw uit studenten van zowel de Faculteit Economie en Bedrijfskunde als van de Faculteit Gedrags- en Maatschappijwetenschappen. Ook is deze commissie open voor internationale studenten.

Door een verschuiving in de jaarplanning zal het evenement dit jaar in december plaatsvinden, waardoor de MARUG evenementen beter over het jaar verspreid zijn en er meer mogelijkheden zijn om in februari een commissie te gaan doen bij de MARUG.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Mind over Marketing commissie zal worden gevormd door de functionarissen Penningmeester (eindverantwoordelijke) en Interne Betrekkingen 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 evenementenportfolio 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 zal dit jaar opnieuw worden benadrukt dat het evenement tevens toegankelijk is voor internationale studenten. Om de professionaliteit van de reis te waarborgen zal een voortraject plaatsvinden waarin gastcolleges passend bij het thema worden gegeven door externe partijen. Met behulp van dit voortraject zullen de deelnemers kennis vergaren 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 Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie 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 MSc Marketing student 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 Marketing studenten omdat zij in direct contact staan met de doelgroep. Daarnaast is de commissie 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. 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 organiseert de Career Day, de Management Tour en de eerste twee MSc Marketing borrels. De Management Tour is een informeel recruitment evenement dat het Master Marketing Team afgelopen jaar voor het eerst heeft georganiseerd. Dit evenement is erg goed ontvangen en zal daarom komend jaar opnieuw plaatsvinden. Daarnaast zal er gekeken worden naar mogelijkheden om dit evenement uit te breiden. Het Master Marketing Team Fall wordt gevormd in juni zodat er voldoende tijd is voor de acquisitie van de Career Day, die vrij snel na de zomervakantie plaatsvindt.

De Raad van Toezicht (RvT) van het Master Marketing Team Fall zal worden gevormd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Penningmeester van het MARUG Bestuur.

3.6.2 Master Marketing Team Spring

Het Master Marketing Team Spring organiseert het Intelligence Event en de laatste drie MSc Marketing borrels. Het Intelligence Event is ieder jaar een hooggewaardeerd MSc Marketing evenement dat het unieke karakter van de MSc Marketing Intelligence goed belicht. Er is besloten om het Master Marketing Seminar komend jaar niet te organiseren. In voorgaande jaren is namelijk gebleken dat er in het laatste blok van de MSc Marketing te veel evenementen plaatsvinden, die voor studenten lastig te combineren zijn met de studielast tijdens hun afstudeerfase. Dit betekent dat het MMT Spring een evenement minder organiseert. Er zal daarom worden gekeken of het takenpakket van het MMT Spring moet worden uitgebreid.

Om de werkdruk voor de organisatie van het Intelligence Event voor het MMT Spring beter te verspreiden, is er besloten om het Master Marketing Team Spring komend jaar eerder te werven. Dit verlengt ook de overdrachtsperiode tussen het MMT Fall en het MMT Spring, wat zorgt voor een betere kennisoverdracht.

De Raad van Toezicht (RvT) van het Master Marketing Team Spring zal worden gevormd door de functionarissen Secretaris (eindverantwoordelijke) en Penningmeester 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. 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 Airbnb. 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 er zijn ook deelnemers naar aanleiding van de Inhousetour aangenomen bij de bedrijven. Dit evenement versterkt de recruitment functie 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 om ze kennis te laten maken met het vakgebied marketing en de MARUG. Dit wordt gedaan door het verzorgen van een gastcollege of door het aanleveren van een business case voor eerste- of tweedejaars marketing vakken van de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB). Deze colleges en cases worden verzorgd door sprekers uit het bedrijfsleven om studenten een inzicht te geven in de marketingpraktijk.

Afgelopen jaren heeft er een samenwerking plaatsgevonden met het vak Marketing BDK van de BSC Bedrijfskunde. Aankomend jaar wordt er naar gestreefd om het aantal vakkoppelingen te vergroten. Er zal worden gewerkt aan samenwerkingen met de overige marketing vakken aan de Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB).

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 concept gericht is op promotie van de MARUG, waarbij de waarden van de MARUG belicht 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 Secretaris (eindverantwoordelijke) en Externe Betrekkingen 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 de samenwerking met het Customer Insights Centre worden doorgezet. Het seminar 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 Interne Betrekkingen van het MARUG Bestuur.

3.11 Recruitment Days

In samenwerking met de EBF zal dit jaar voor de 25^{ste} 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 met een deelnemersaantal van ongeveer 550 studenten. Het is een van de grotere studieactiviteiten van Groningen. Daarnaast geniet het evenement grote naamsbekendheid en heeft een goede reputatie onder zowel studenten als bedrijven.

Dit jaar zullen de Recruitment Days plaatsvinden op 10, 11, 12, en 13 december 2018. 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 Externe Betrekkingen 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. 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 het 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. Komend jaar zal de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen vanaf het eerste jaar in het Engels aangeboden worden. Er is daarom besloten dat het komende ComMa Congres een Engelstalig evenement wordt. Deze commissie is open voor internationale studenten. Dit jaar zal het ComMa congres op 11 oktober 2018 plaatsvinden.

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. Dit jaar zal de Commercial Night op 30 april 2019 plaatsvinden.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Commercial Night commissie zal worden gevormd door de functionarissen Interne Betrekkingen (eindverantwoordelijke) en PR & Promotie 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 uit te breiden en te verbeteren. Afgelopen jaar hebben er vier cursussen plaatsgevonden: 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.

Komend jaar zal kritisch worden gekeken naar de invulling van de cursussen en de momenten waarop deze cursussen worden aangeboden. Op deze manier zal worden geprobeerd om het cursusaanbod beter te laten aansluiten op de behoeften van de student. Zo zal de R cursus op twee momenten in het jaar gegeven gaan worden om zowel de studenten die in september als in februari starten met de MSc Marketing beter te kunnen ondersteunen. Daarnaast wordt er gekeken naar de mogelijkheden voor het aanbieden van een cursus in dashboarding tools en zal de invulling van de Online Business Course aangepast worden. De SPSS cursus en InDesign & Photoshop cursus worden komend jaar wederom aangeboden. Ook zullen, net als vorig jaar, alle cursussen in het Engels gegeven worden om de internationalisering van de MARUG voort te zetten.

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

3.15 MARUG Campus Recruiters

De Campus Recruiters bestaan nu uit vier studenten uit de MSc Marketing die mede MSc Marketing studenten peilen voor interesse in stages en vacatures en die geïnteresseerden doorspelen naar de functionaris Externe Betrekkingen. Daarnaast zullen zij nieuwe leden van de MARUG benaderen om hun wensen wat betreft recruitment in kaart te brengen. De onderlinge samenwerking tussen de Campus Recruiters is afgelopen jaar verbeterd. Voor komend jaar is het streven om meer bekendheid te creëren voor de Campus Recruiters en ze meer verantwoordelijkheid te geven. De Campus Recruiters zullen dit jaar in september en in februari geworven worden zodat de kennisoverdracht tussen de Campus Recruiters soepeler verloopt en de overdrachtsperiode langer is. Ook zal het takenpakket van de Campus Recruiters verduidelijkt worden ten opzichte van afgelopen jaar in een helder plan van aanpak.

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

3.16 Nationale Marketing Strijd

De Nationale Marketing Strijd is een initiatief van de Marketing Associatie Nederland (MAN). 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 is het grootste marketing evenement voor universitaire studenten van de Marketing Associatie Nederland (MAN). 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, cv en aantal gewonnen punten tijdens de Inhousedagen. 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. Net als vorig jaar zal de Nationale Marketing Strijd georganiseerd worden vanuit Groningen. In tegenstelling tot vorig jaar zal de Raad van Toezicht van de Nationale Marketing Strijd samengesteld worden vanuit de organiserende stad en niet vanuit de MAN. Updates over het evenement worden maandelijks gecommuniceerd naar de MAN.

De Raad van Toezicht (RvT) van de Nationale Marketing Strijd zal worden gevormd door de functionaris Voorzitter (eindverantwoordelijke), Interne Betrekkingen en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.

4. Begroting 2018-2019

4.1 Voorwoord

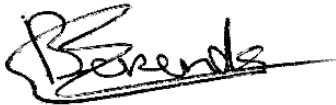
Geachte lezer,

Voor u ligt de jaarbegroting van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen voor het boekjaar 2018-2019. 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. De Germany inhousetour valt niet in het huidige boekjaar en dit jaar organiseert de MARUG een oud-besturendag waardoor de baten en lasten van de MARUG plus hoger zijn. De baten en lasten van het bestuur zijn vergelijkbaar met het afgelopen jaar.

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

Met vriendelijke groet,

Namens het MARUG Bestuur 2018-2019

A handwritten signature in black ink that reads 'Berends'.

Bob Berends

Penningmeester

MARUG Bestuur 2018-2019

4.2 Begroting Bestuur 2018-2019

MARUG BESTUUR 2017-2018					
Omschrijving	Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot	
	30-4-2017	1-5-2017	30-4-2018	1-5-2018	
	€	€	€	€	€
Baten					
1 Acquisitie	25.800	27.000	25.550	26.000	
2 Contributie leden	19.967	20.000	18.315	18.500	
3 Subsidies	873	873	873	873	
4 Interestopbrengsten	388	350	197	200	
5 Incidentele Baten bestuur	849	-	3.408	-	
Totaal: Baten	47.876	48.223	48.344	45.573	
Lasten					
6 Afschrijvingen	1.934	1.934	2.656	2.055	
7 Telefoonkosten	411	400	398	520	
8 Portokosten	229	250	352	300	
9 Druk- en kopieerkosten	1.917	1.600	1.228	1.400	
10 Kantoorkosten	234	275	224	275	
11 Verzekeringskosten	339	340	385	250	
12 Bankkosten	336	350	392	375	
13 Kosten ICT	5.220	5.200	4.707	4.775	
14 Reiskosten	1.014	1.000	1.241	1.100	
15 Borrelkosten	7.094	7.000	7.011	7.000	
16 Promotiekleding	1.021	1.000	711	1.000	
17 Promotiekosten	3.723	4.200	3.200	3.700	
18 Kennismaking commissies	1.374	1.400	1.625	1.400	
19 Commissie bedankdiners	3.090	3.000	3.656	3.500	
20 Kosten vergadering	1.557	1.600	1.353	1.500	
21 Kosten Cadeaus	436	525	441	500	
22 Overige kosten	2.045	2.000	2.094	2.000	
23 Voorziening auditoren	1.500	1.500	1.500	1.500	
24 Voorziening lustrum VIII	2.500	2.500	2.500	2.500	
25 Voorziening data driven creativity	1.000	-	-	-	
26 Voorziening NMS	1.500	1.500	-	-	
27 Extra vereningsbijdrage NMS	1.500	-	-	-	
28 Onvoorziene kosten	-	2.000	-	2.000	
29 Incidentiele lasten Bestuur	1.359	-	149	-	
Totaal: Lasten	41.333	39.574	35.822	37.650	
Resultaat	6.544	8.649	12.523	7.923	

4.3 Toelichting Begroting Bestuur 2018-2019

1. Acquisitie

De acquisitie is lager begroot dan de begroting van vorig jaar. Dit naar aanleiding van het gerealiseerde resultaat van het afgelopen jaar.

6. Afschrijvingen

Het plan bestaat om een MARUG mobiel aan te schaffen. Deze zal in 3 jaar worden afgeschreven. De website en de steadycam worden dit jaar voor de derde en laatste keer afgeschreven. Verder worden de IMAC en de bureaus voor de tweede keer afgeschreven.

7. Telefoonkosten

De telefoonkosten zijn hoger begroot, omdat er een telefoonabonnement zal worden afgesloten voor de MARUG mobiel.

11. Verzekeringskosten

De camera is afgeschreven en daarom wordt de verzekering opgezegd.

13. Kosten ICT

Volgend jaar wordt de app verwijderd. Het geld dat vrijkomt zal mede worden gebruikt om over te gaan op een nieuw CRM systeem.

17. Promotiekosten

De promotiekosten zijn afgelopen jaar aanzienlijk lager uitgevallen dan begroot. De begrote promotiekosten zijn daarom naar beneden bijgesteld.

19. Commissie bedankdiners

De kosten voor de bedankdiners vielen afgelopen jaar hoger uit en zijn daarom voor komend jaar hoger begroot.

4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2018-2019

MARUG ACTIVITEITEN 2017-2018				
Omschrijving	Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot
	30-4-2017	1-5-2017	30-4-2018	1-5-2018
	€	€	€	€
Baten				
1 MARUG Plus	520	1.000	721	2.100
2 MARUG PAC	645	600	588	600
3 MARUG Battle of Marketeers	6.000	-	-	-
4 MARUG IME	14.646	13.000	13.125	13.000
5 MARUG Master Team	2.992	6.300	6.400	7.250
6 MARUG/Commotie ComMa	1.275	1.100	1.922	1.500
7 MARUG/EBF Recruitment Days	11.758	11.000	12.991	12.000
8 MARUG Inhousedagen	1.000	1.500	1.500	1.500
9 Germany Inhousetour	-	1.200	1.200	-
10 Dublin Inhousetour	7.182	7.000	6.785	7.000
11 MARUG Commercial Night	1.164	1.150	1.136	1.303
12 Marketing Classes	-	-	-	-
13 MARUG Media Team	-	-	-	-
14 MARUG Mind over Marketing	1.552	1.500	1.829	1.750
15 MARUG Cursussen	4.057	4.000	3.144	4.000
Totaal: Baten activiteiten	52.792	49.350	51.343	52.004
Lasten				
1 MARUG Plus	5.148	5.500	5.712	7.500
2 MARUG PAC	4.802	4.400	4.939	4.800
3 MARUG Battle of Marketeers	6.222	-	-	-
4 MARUG IME	14.935	13.500	13.867	13.500
5 MARUG Master Team	5.416	8.400	10.245	9.750
6 MARUG/Commotie ComMa	1.781	1.850	2.423	2.000
7 MARUG/EBF Recruitment Days	-	-	-	-
8 MARUG Inhousedagen	506	550	478	500
9 Germany Inhousetour	-	3.000	5.186	-
10 Dublin Inhousetour	8.862	8.500	7.977	8.500
11 MARUG Commercial Night	1.269	1.700	1.780	1.977
12 Marketing Classes	-	-	-	-
13 MARUG Media Team	447	600	498	1.000
14 MARUG Mind over Marketing	2.117	2.000	2.843	2.400
15 MARUG Cursussen	7.815	8.000	8.115	8.000
Totaal: Lasten activiteiten	59.321	57.999	64.063	59.927
Totale baten	100.668	97.573	99.687	97.577
Totale lasten	100.653	97.573	99.885	97.577
Resultaat	15	0	(198)	(0)

4.5 Toelichting Begroting MARUG Activiteiten 2018-2019

1. MARUG Plus

De baten en de lasten zijn hoger begroot omdat er een oud besturendag wordt georganiseerd.

2. MARUG PAC

Het Actief Leden Diner zal worden vervangen door een nader te bepalen activiteit. De baten en lasten van deze activiteit zullen naar verwachting gelijk zijn.

5. MARUG Master Team

De baten van het MARUG Master Team zijn hoger begroot aangezien er nu al meer acquisitie binnen is gekomen voor het Intelligence event. De Career Day viel vorig jaar erg duur uit. Er zal op worden toegezien dat er dit jaar kosten worden bespaard op de Career Day.

9. Germany Inhousetour

Hiervoor is niets begroot aangezien er geen Germany Inhousetour plaatsvindt in het aankomende boekjaar.

11. Commercial Night

De Commercial Night heeft dit jaar al plaatsgevonden en de bedragen die zijn begroot zijn de exacte baten en lasten voor het boekjaar 2018-2019.

13. MARUG Media Team

Aankomend jaar is het de bedoeling om het bereik van het Media Team te vergroten. Daarom is er meer begroot dan voorgaande jaren. Verder is het doel om een cursus editen aan te bieden aan een aantal leden van het Media Team. Om de content meer zichtbaar te maken zal er meer geld uitgaan naar gesponsorde content.

14. Mind over Marketing

De locaties worden duurder, vandaar dat de lasten hoger zijn begroot.

4.6 Goedkeuring

Verklaring van de Kascontrolecommissie

Ingevolge de opdracht van de Algemene Ledenvergadering d.d. 28 mei 2018 hebben wij de begroting voor het boekjaar 2018-2019, begonnen op 1 mei 2018 en eindigend op 30 april 2019, 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 2018

De kascontrolecommissie 2018-2019,



Loy Lowik
Penningmeester
MARUG Bestuur 2016-2017



Robin Schoonveld
Penningmeester
MARUG Bestuur 2017-2018

5. Jaarplanning 2018-2019

2018

Augustus

13-17 KEI-week

September

3 Introdag MSc Marketing studenten

3 MSc Marketing Borrel

6 MARUG Openingsfeest

17-21 Promotieweek

Oktober

3 MARUG/FEB MSc Marketing Career Day

4 MARUG Borrel

11 MARUG/Commotie ComMa Congres

19 MARUG Plus Borrel

November

9 MSc Marketing Borrel

12 MARUG HALV

15 MARUG Borrel

17-18 Actieve Leden Weekend

20-24 MARUG Dublin Inhousetour

December

4 Mind over Marketing

6 PACjesavond, MARUG Borrel

10-13 EBF/MARUG Recruitment Days

17-18 MARUG Management Tour

2019**Januari**

- 10 MARUG Nieuwjaarsborrel
- 31 MARUG Borrel

Februari

- 1 MSc Marketing Borrel
- 7-8 Nationale Marketing Strijd
- 15 MARUG Plus Borrel
- 26 MARUG Marketing Conference

Maart

- 7 MARUG Borrel: Voorzitter Bekendmaking
- 13 MARUG Intelligence Event
- 15 MARUG Actieve Leden Activiteit

April

- 11 MARUG Borrel: Bekendmaking kandidaatsbestuur 2019-2020
- 12 MSc Marketing Borrel
- 13-21 MARUG International Marketing Experience (IME)
- 30 Commercial Night

Mei

- 2 MARUG Borrel
- 24 Actieve Leden BBQ
- 27 MARUG ALV
- 30 MARUG Borrel

Juni

- 22 Optie Plus Grachtenborrel
- 29 Optie Plus Grachtenborrel