

## Voorwoord

Groningen, 23 mei 2016

Geachte lezer,

Voor u liggen de beleidsstukken van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen, de MARUG, van het jaar 2016-2017. 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 recruitmentfunctie flink versterkt en is er een huishoudelijk reglement opgesteld. Daarnaast is de betrokkenheid van de MSc Marketing vergroot en is de dekkingsgraad van bijna 100% gerealiseerd onder de MSc Marketing studenten. 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 2016-2017. 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.

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 MARUG bestuur 2016-2017

Nick van de Gevel

*Voorzitter*



Maaïke van Os

*Secretaris*



Loy Löwik

*Penningmeester*



Martijn Diekmann

*Externe Betrekkingen*



Maylen de Koning

*Interne Betrekkingen*



Miranda Leijen

*PR & Promotie*



## Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b> .....	<b>4</b>
<b>1. MARUG Basisvoorwaarden</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Beleidsplan MARUG Bestuur 2016-2017</b> .....	<b>6</b>
2.1. Digitale uitstraling en administratie van de MARUG versterken .....	6
2.1.1. Website vernieuwen .....	6
2.1.2. Actualiseren van de ledenadministratie.....	6
2.1.3. Nieuwe promotievideo.....	7
2.2. Internationalisering van de MARUG.....	7
2.2.1. International Ambassadors aanstellen.....	7
2.2.2. Recruitement voor internationale leden.....	7
2.2.3. Waarde van het MARUG lidmaatschap vergroten voor internationale studenten .....	8
2.3. De betrokkenheid van bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten 8	
2.3.1. De betrokkenheid van de bachelor studenten bij de MARUG vergroten .....	8
2.3.2. De betrokkenheid van de pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten.....	8
2.3.3. Informatiefolders aanbieden.....	9
<b>3. Beleidsplan omtrent de commissies en evenementen MARUG Bestuur 2016-2017</b> .....	<b>10</b>
3.1. MARUG Marketing Conference.....	10
3.2. Marug.nl Media Team .....	10
3.3. Promotie en Activiteiten Commissie .....	11
3.4. Mind over Marketing.....	12
3.5. MARUG International Marketing Experience.....	12
3.6. Master Marketing Team.....	13
3.7. Battle of Marketeers .....	14
3.8. MARUG Inhousedagen .....	14
3.9. Dublin Inhousetour.....	14
3.10. MARUG Marketing Classes.....	14
3.11. Plus Inhoudelijk Evenement .....	15
3.12. Recruitement Days .....	15
3.13. ComMa Congres .....	16
3.14. MARUG Commercial Night .....	16
3.15. MARUG cursussen .....	16
3.16. MARUG Campus Recruiters.....	17

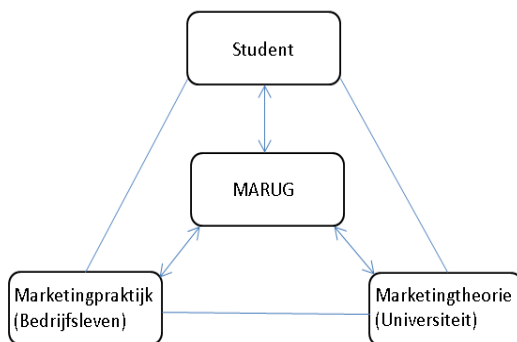
<b>4. Begroting 2016-2017</b> .....	<b>18</b>
4.1. Voorwoord.....	18
4.2 Begroting bestuur 2016-2017 .....	19
4.3 Toelichting begroting bestuur 2016-2017 .....	20
4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2016-2017.....	21
4.5 Toelichting begroting activiteiten/evenementen .....	22
4.6 Goedkeuring .....	23
<b>5. Jaarplanning 2016-2017</b> .....	<b>24</b>

## Inleiding

Voor u ligt het beleidsplan van het MARUG bestuur 2016-2017. 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 2016-2017 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 commissiekeuze 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 marketingkennis, -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 2016-2017 zullen de vier basisvoorwaarden van het jaar 2014-2015 aangehouden worden. De basisvoorwaarden zijn als volgt geformuleerd:

1. De recruitmentfunctie van de MARUG benadrukken en versterken
2. Standaardiseren en optimaliseren van processen en communicatie van de MARUG
3. Waarde vergroten van het lidmaatschap en de betrokkenheid bij de MARUG
4. MSc Marketing

Deze basisvoorwaarden 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 basisvoorwaarden is voor komend jaar een aantal speerpunten gedefinieerd, welke specifieke aandacht verdienen in de strategie van de vereniging:

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

## 1. MARUG Basisvoorwaarden

*De beste keuze voor marketingstudenten 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 master studenten aan de Rijksuniversiteit Groningen en MARUG alumni. De leden worden vertegenwoordigd door de vereniging die te allen tijde zo veel 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 2016-2017

### 2.1. Digitale uitstraling en administratie van de MARUG versterken

#### 2.1.1. Website vernieuwen

In 2013 is de website voor het laatst volledig vernieuwd. Websites zijn tegenwoordig al snel verouderd, in het bijzonder voor een marketingvereniging. Een vereniging als de MARUG hoort voorop te lopen op marketinggebied en het hebben van een representatieve website speelt daarin een sleutelrol. Aankomend jaar komt er in samenwerking met de softwareleverancier een nieuwe lay-out voor zowel de MARUG website als voor de MARUG Conference website. Het is belangrijk dat het een *responsive* website wordt, zodat op ieder apparaat dezelfde webervaring wordt gecreëerd die naar de buitenwereld onze passie voor én expertise in marketing uitstraalt. Ook zal op de nieuwe website de wettelijk verplichte cookie melding worden getoond. De nieuwe evenementenmodule die dit jaar op de website is ingevoerd, zorgt ervoor dat studenten gelijk via iDeal kunnen betalen in plaats van via de automatische incasso aan het eind van de maand. Om (internationale) betalingen nog gemakkelijker te maken zal er ook een mogelijkheid komen om te betalen met creditcard. Hiervoor is een nieuw privacy beleid nodig op de website.

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

#### 2.1.2. Actualiseren van de ledenadministratie

Op het moment dat nieuwe leden zich aanmelden, wordt er eenmalig om alle relevante persoonlijke informatie gevraagd. Het is momenteel echter lastig om deze informatie actueel te houden. Omdat de actualiteit van de ledenadministratie erg belangrijk is, worden er aankomend jaar een aantal veranderingen doorgevoerd om deze ledenadministratie zo optimaal mogelijk te houden. Dit jaar zal bij alle inschrijvingen voor evenementen de mogelijkheid komen om de huidige studie en het studiejaar te vermelden, zodat er meer inzicht komt in de studiefase waarin leden zich bevinden. Ook komt er bij inschrijvingen voor MARUG Plus evenementen de optie voor Plussers om aan te geven bij welk bedrijf ze momenteel werkzaam zijn. Dit is interessante informatie die een beeld geeft van waar MARUG leden na hun afstuderen terecht komen. Bovendien kan deze informatie een waardevolle rol spelen met betrekking tot de acquisitie voor de functionaris Externe Betrekkingen van het bestuur en voor evenementen zoals de Dublin Inhousetour. Samen met de softwareleverancier zal er ook gekeken worden naar de mogelijkheid om een kopje toe te voegen in bepaalde mails, waar automatisch de huidige gegevens van de ontvanger aan worden toegevoegd. Hier zou gelijk de vraag worden gesteld of de getoonde informatie nog actueel is. Ook komt er dan een snelkoppeling naar de persoonlijke pagina van de desbetreffende persoon op de website, waar gegevens gemakkelijk aangepast kunnen worden.

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

### **2.1.3. Nieuwe promotievideo**

Voor bachelor studenten zijn over het algemeen minder bekend met de MARUG. Om die groep en andere nieuwe studenten te bereiken is besloten een promotievideo in te zetten om op een creatieve en beeldende wijze informatie te verschaffen. De huidige promotievideo is verouderd en daarom zal er nieuwe algemene promotiefilm gemaakt worden. Als marketingvereniging is het van groot belang dat de promotie-uitingen van hoge kwaliteit zijn. Daarom is er besloten een externe partij in te schakelen voor het maken van de video om op die manier de professionaliteit en kwaliteit van de video te garanderen. Deze externe partij zal zowel nieuwe beelden schieten als de video monteren. Hierbij zal het nieuwe materiaal in combinatie met het bestaande beeldmateriaal dienen als waardevolle input. De vernieuwde video zal ingezet worden tijdens de collegepraatjes en zal bovendien zichtbaar zijn op de online kanalen van de MARUG. Het uiteindelijke doel van de promotiefilm is het enthousiasmeren van studenten en het realiseren van ledenwerving.

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

## **2.2. Internationalisering van de MARUG**

### **2.2.1. International Ambassadors aanstellen**

Internationalisering is een belangrijk speerpunt van de universiteit en de faculteit, en kan met het grote en toenemende aantal internationale studenten op de faculteit niet genegeerd worden. Onze huidige internationale actieve leden hebben in gesprekken aangegeven enthousiast te zijn over hun ervaringen bij de MARUG en over wat het voor hen heeft toegevoegd. Ze hebben echter ook feedback gegeven om een aantal punten te verbeteren. Om de internationalisering van de MARUG en de voordelen van actief lidmaatschap verder te promoten worden dit jaar één of twee International Ambassadors benoemd. Voor deze functie worden internationale studenten die lid zijn bij de MARUG aangesteld. Via bijvoorbeeld blogs, collegepraatjes en vooral mond-tot-mond zullen zij vertellen wat de MARUG kan betekenen voor internationale studenten. Op die manier zullen meer internationale studenten enthousiast gemaakt worden voor een (actief) lidmaatschap bij de MARUG.

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

### **2.2.2. Recruitement voor internationale leden**

Internationale studenten hebben tijdens de gesprekken tevens aangegeven dat het bedrijfsleven in Nederland bij hen hoog in het vaandel staat. Deze internationale studenten zijn vaak actief op zoek naar een stage of vacature in Nederland. Het stage en vacatureaanbod van de MARUG bevat momenteel weinig mogelijkheden voor Engelstalige studenten. Er is echter wel veel vraag naar vacatures geschikt voor internationale studenten. Om de MARUG nog aantrekkelijker te maken voor deze studenten gaan er aankomend jaar meer stages en vacatures aan de vacaturebank toegevoegd worden die vervuld kunnen worden door internationale studenten. Ook zal de MARUG buitenlandse bedrijven en Nederlandse bedrijven die ook in het buitenland opereren benaderen voor stages en vacatures. Deze zullen zowel open zijn voor zowel Nederlandse studenten als internationale studenten.

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

### **2.2.3. Waarde van het MARUG lidmaatschap vergroten voor internationale studenten**

Afgelopen jaar waren er twee commissies open voor internationale studenten, te weten het Master Marketing Team en Commercial Night. In het kader van internationalisering zal aankomend jaar ook het Marug.nl Media Team worden opengesteld voor internationale studenten. Om de waarde van het algemene lidmaatschap te vergroten zal de Promotie en Activiteiten Commissie rond oktober een activiteit organiseren. Deze activiteit zal laagdrempelig zijn en toegankelijk voor zowel Nederlandse als internationale studenten. Het doel van dit evenement is meer betekenen voor de algemene leden in combinatie met internationale studenten. Daarnaast is het streven om aankomend jaar een aantal cursussen binnen het cursusaanbod van de MARUG in het Engels aan te bieden, waardoor deze ook toegankelijk zullen zijn voor de internationale studenten.

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

## **2.3. De betrokkenheid van bachelor en pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten**

### **2.3.1. De betrokkenheid van de bachelor studenten bij de MARUG vergroten**

In het afgelopen jaar heeft de focus vooral gelegen op de groep MSc Marketing studenten. Aankomend jaar zal de focus hierop blijven liggen. Daarnaast is het streven de naamsbekendheid van de MARUG en de betrokkenheid van marketing geïnteresseerde studenten in de bachelor fase bij de MARUG te vergroten. Om deze studenten kennis te laten maken met de MARUG zal er een samenwerking worden aangegaan met marketingvakken in de bachelor fase. De MARUG zal een actieve rol spelen in het vak door middel van bijvoorbeeld het aanleveren van cases uit het bedrijfsleven. Naast de vakkoppeling zal er rond oktober een laagdrempelige activiteit georganiseerd worden door de Promotie en Activiteiten Commissie. Deze activiteit zal toegankelijk zijn voor zowel internationals als algemene leden. Het streven is hiermee ook het sociale aspect van de MARUG onder bachelor studenten te benadrukken.

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

### **2.3.2. De betrokkenheid van de pre-master Marketing studenten bij de MARUG vergroten**

In het afgelopen jaar is er een aanzienlijk aantal verbeteringen doorgevoerd wat betreft het bedienen van de MSc Marketing studenten. Aankomend jaar zal de MARUG niet alleen focussen op MSc Marketing studenten, maar ook op de groep pre-master Marketing studenten. Momenteel vormen zij een belangrijke, echter onderbelichte doelgroep. Aankomend jaar is het streven deze groep beter te bedienen door onder andere een Facebook groep aan te maken en te beheren. Dit moet hét online platform vormen voor pre-master Marketing studenten om kennis te delen en vragen uit te wisselen. Ook worden alle pre-master Marketing studenten aankomend jaar uitgenodigd voor de MSc Marketing borrels. Op deze manier kunnen de pre-master Marketing studenten integreren met de vakgroep Marketing en met studenten die volgend jaar nog de MSc Marketing volgen. De Facebook groep zal ingezet worden om deze en andere relevante



evenementen onder de aandacht te brengen en de studenten uit te nodigen voor de MSc Marketing borrels. Bovendien zal de MARUG aanwezig zijn tijdens het introductiecollege voor de pre-master Marketing studenten aan het begin van het collegejaar. Hier zal een collegepraatje worden gegeven om op die manier de bekendheid van de MARUG te vergroten onder deze doelgroep. Ook zullen er inschrijfformulieren aanwezig zijn waardoor studenten zich gelijk in kunnen schrijven bij de MARUG.

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

### **2.3.3. Informatiefolders aanbieden**

Het brochureaanbod van de MARUG bestaat momenteel uitsluitend uit een commissie- en een bedrijvenfolder. Voor aankomend jaar is het de bedoeling het huidige aanbod aan te vullen met een algemene informatiebrochure over de MARUG. Deze brochure zal gericht zijn op studenten die nog niet goed weten wat de MARUG precies inhoudt, en zal dus een informatieve rol vervullen. In de brochure zal worden uitgelegd wat de MARUG doet en wat de vereniging aan studenten te bieden heeft. De focus zal liggen op het evenementen- en cursusaanbod van de MARUG. Wat betreft het commissieaanbod en het actief lidmaatschap zal worden doorverwezen naar de functionaris Interne Betrekkingen om op die manier de overlap tussen de verschillende brochures te voorkomen.

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

## 3. Beleidsplan omtrent de commissies en evenementen MARUG

### Bestuur 2016-2017

#### 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 paradepaardje 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. Er zal naar gestreefd worden om ook dit jaar weer de Leeflang Scriptieprijs uit te reiken tijdens de MARUG Marketing Conference. De MARUG Marketing Conference zal komend jaar op dinsdag 7 maart 2017 plaatsvinden.

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

#### 3.2. Marug.nl Media Team

Het Marug.nl Media Team is verantwoordelijk voor een aantal taken. Zij dragen marketing gerelateerde artikelen aan die om de dag worden gepubliceerd op de website. De onderwerpen van de artikelen zijn actueel en/of wetenschappelijk. Dankzij de hoge kwaliteit van de artikelen en de professionele lay-out zet het Marug.nl 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.

De bijdrage van de vakgroep marketing zal dit jaar wederom voortgezet worden, waarbij de nadruk ligt op een wetenschappelijke inhoud. Hierbij valt te denken aan artikelen van leden van de vakgroep zelf, of artikelen van scriptieprijswinnaars. Bovendien kan de vakgroep vanwege haar grote netwerk auteurs aanleveren voor artikelen op de website. Ook kan de vakgroep relevante en actuele onderwerpen aanleveren voor nieuwe artikelen.

Naast artikelen levert het Marug.nl Media Team beeldmateriaal aan dat gebruikt kan worden ter promotie van de MARUG. De commissie organiseert daarnaast drie keer in het jaar themaweken, na elke tentamenweek. In deze weken wordt een bepaald thema uitgelicht en worden er twee keer per dag blogs gepubliceerd over het thema van die week.

Het Marug.nl Media Team is een doorlopende commissie. De werving van studenten voor het Marug.nl Media Team zal komend jaar gebeuren door zowel het Marug.nl Media Team als het

MARUG Bestuur. In overleg met het huidige Marug.nl Media Team is besloten om vanaf dit jaar de commissie ook open te stellen 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 Marug.nl Media Team zal zijn dat ze actief nieuwe commissiegenoten aan kunnen dragen bij het MARUG Bestuur. Met betrekking tot CIW-studenten zal het Marug.nl 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, en/of design. Om de kwaliteit van het Marug.nl 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 Marug.nl 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 elk 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 Marug.nl 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 Grote Baasz. 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. Bovendien zal de Promotie en Activiteiten Commissie aankomend jaar een extra activiteit organiseren, toegankelijk voor zowel algemene leden als internationale studenten. Hierdoor levert de commissie eveneens een belangrijke bijdrage aan de internationalisering 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. Bovendien zal er gezocht worden naar een grotere locatie, zodat er meer studenten deel kunnen nemen aan het evenement. 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. Mind over Marketing blijft dit jaar een evenement van de MARUG. Afgelopen jaar is het evenement verplaatst naar februari, omdat in dat blok psychologievakken worden gegeven die relevant zijn voor het thema. Dit is goed bevallen, en daarom wordt dit jaar gekozen voor dezelfde aanpak. Door het evenement tijdens dit blok te laten plaatsvinden, zal het evenement een aanvulling zijn voor de geïnteresseerden. Verder zal het niet voorkomen dat psychologiestudenten informatie te horen krijgen op het evenement waarvan ze al op de hoogte zijn omdat ze de vakken net hebben afgerond. Om de commissie genoeg tijd te geven voor het organiseren, zal de commissie ook dit jaar eerder gevormd worden zodat de totale looptijd van de commissie gelijk blijft. Dat betekent dat de Mind over Marketing commissie in september geworven zal worden.

*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 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 wordt dit jaar extra 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 PR & Promotie (eindverantwoordelijke) en Penningmeester 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 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 commissieperiode 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 Brand Experience, en de eerste twee MSc Marketing borrels. 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, en kunnen zij eerder focussen op de Brand Experience.

*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, het Master Marketing Seminar, en de laatste drie MSc Marketing borrels. Er wordt gekeken naar de mogelijkheid om het Intelligence Event aankomend jaar te koppelen aan een MSc Marketing vak in het vierde blok. Het Intelligence Event was afgelopen jaar het hoogst gewaardeerde MSc Marketing evenement tot nu toe. Een vakkoppeling zou voor zowel de MARUG als voor de vakgroep marketing veel waarde toe kunnen voegen, en het zou het evenement naar een nog hoger niveau kunnen tillen. Dit zou betekenen dat het Intelligence Event en het Master Marketing Seminar worden omgewisseld.

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

### **3.7. Battle of Marketeers**

De Battle of Marketeers is een strijd om de titel 'Grootste Marketingtalent van Groningen'. Het competitieve karakter is hier een sleutelement en wordt gewaarborgd door de strijd om de eervolle titel te bemachtigen. Gedurende de dag zijn er door groepen studenten cases van deelnemende bedrijven uitgewerkt, waarbij de beste teams doorgingen naar een volgende ronde. Tussen de beste teams werd er een finaleronde gespeeld om zodoende de titel te kunnen bemachtigen. De Battle of Marketeers voegt een competitief karakter en een spelelement toe aan het evenementenportfolio van de MARUG. Het evenement zal plaatsvinden in mei 2017.

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

### **3.8. 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. Dit jaar zal er gestreefd worden om een inhousetour te organiseren waarbij meerdere bedrijven worden bezocht binnen twee dagen.

*De MARUG Inhousedagen worden georganiseerd door de functionarissen Externe Betrekkingen en Penningmeester van het MARUG Bestuur.*

### **3.9. 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 en Externe Betrekkingen van het MARUG Bestuur.*

### **3.10. 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 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.

De hoofddoelstelling van de MARUG is het intermediair zijn tussen de marketingwetenschap 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 Interne Betrekkingen en PR & Promotie van het MARUG Bestuur.*

### **3.11. 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 en Voorzitter uit het MARUG Bestuur.*

### **3.12. Recruitment Days**

In samenwerking met de EBF zal dit jaar voor de 23<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 12, 13, 14 en 15 december 2016. 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.*

### **3.13. 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 22 september 2016 plaatsvinden.

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

### **3.14. MARUG 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 discussiemogelijkheden 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 Secretaris (eindverantwoordelijke) en Voorzitter van het MARUG Bestuur.*

### **3.15. 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 Online Business Assessment 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 zullen de Online Business Course en de Online



Business Assessment samengevoegd worden, waardoor er ruimte vrij komt voor een nieuwe cursus. Er zal de komende tijd gekeken worden naar een relevante invulling voor deze cursus.

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

### **3.16. MARUG Campus Recruiters**

Afgelopen jaar zijn er vier Campus Recruiters aangesteld. Dit zijn vier 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 enigszins aangepast worden. Het streven is om meer bekendheid te creëren voor de Campus Recruiters en ze meer verantwoordelijkheid te geven. Campus Recruiters kunnen bijvoorbeeld intakegesprekken gaan voeren met de studenten om te ontdekken op welk vlak de MARUG wat voor hen kan betekenen. Tot nu toe heeft de functionaris Externe Betrekkingen dit opgepakt, en waren de Campus Recruiters alleen een schakel tussen de student en de functionaris. Komend jaar wordt de functionaris Externe Betrekkingen hierbij ontlast, en gaan er meer taken naar de Campus Recruiters. Hiervoor hebben we ook een RvT opgesteld.

*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.*

## 4. Begroting 2016-2017

### 4.1. Voorwoord

Geachte lezer,

Voor u ligt de jaarbegroting van de Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen voor het boekjaar 2016-2017. Hierin vindt u de begroting voor zowel het bestuur als de commissies. Een aantal veranderingen zijn doorgevoerd ten opzichte van het vorige jaar. In het afgelopen jaar zijn voor zowel bestuur als commissies de baten en lasten aanzienlijk veranderd en vooral toegenomen, ook los van het zevende lustrum. Een voorbeeld hiervan is een aanzienlijke stijging in de acquisitiegelden. Daarnaast vielen de IME en de Dublin Inhousetour beide tweemaal in het afgelopen boekjaar. In ons boekjaar zal dit niet het geval zijn.

Het gegroeide bedrag aan zowel de baten- als de lastenzijde zullen wij dit jaar niet evenaren. Dit komt doordat de hoge bedragen gemoeid met de organisatie van het zevende lustrum weer wegvallen. Daarnaast zullen zoals gezegd de IME en Dublin Inhousetour beide weer gewoon éénmaal in het komend boekjaar vallen.

Naast investeringen in onze bestaande activiteiten zullen wij aankomend boekjaar geld vrijmaken voor een investering in een nieuwe front-end voor de website en een verbetering van het cursusportfolio.

Aankomend jaar zal ik met veel enthousiasme en toewijding mijn best doen om het financiële beleid van mijn voorgangers te continueren, en aan te vullen en verbeteren waar mogelijk. Coen wil ik ontzettend bedanken voor de leuke en leerzame overdrachtsperiode.

Met vriendelijke groet,

Namens het MARUG bestuur 2016-2017,



Loy Löwik  
*Penningmeester*  
Bestuur 2016-2017

## 4.2 Begroting bestuur 2016-2017

MARUG BESTUUR 2016-2017					
Begroting					
		Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot
	Omschrijving	4/30/2015	5/1/2015	4/30/2016	5/1/2016
		€	€	€	€
	<b>Baten</b>				
1	Acquisitie	14.268	20.000	23.799	25.000
2	Acquisitie MAN	-	-	-	-
3	Contributie leden	16.944	16.900	19.640	19.700
4	Subsidies	2.873	2.873	873	873
5	Interestopbrengsten	570	600	707	500
6	Incidentele Baten bestuur	3	-	2.785	-
	<b>Totaal baten</b>	<b>34.658</b>	<b>40.373</b>	<b>47.804</b>	<b>46.073</b>
	<b>Lasten</b>				
7	Afschrijvingen	2.450	-	602	1.935
8	Telefoonkosten	312	400	342	400
9	Portokosten	267	300	280	280
10	Druk- en kopieerkosten	1.847	1.900	1.907	1.950
11	Kantoorkosten	270	200	396	300
12	Verzekeringskosten	272	300	445	385
13	Bankkosten	423	350	363	374
14	Kosten ICT	5.721	4.000	6.377	3.704
15	Reiskosten	649	1.000	1.041	1.000
16	Borrelkosten	7.026	7.000	6.720	7.000
17	Promotiekleding	617	1.000	1.166	1.000
18	Promotiekosten	3.173	3.700	3.843	3.700
19	Kennismaking commissies	1.271	1.300	1.150	1.150
20	Commissie bedankdiners	2.958	3.000	3.135	3.000
21	Kosten vergadering	907	1.000	1.105	1.500
22	Kosten Cadeaus	241	400	438	400
23	Overige kosten	1.853	2.100	1.983	2.000
24	Voorziening auditoren	1.500	1.500	1.500	1.500
25	Voorziening lustrum 7	1.500	-	-	-
26	Extra verenigingsbijdrage lustrum 7	-	-	4.500	-
27	Voorziening promotiefilm	-	-	1.300	-
28	Voorziening lustrum 8	-	-	2.500	2.500
29	Voorziening NMS	1.500	1.500	1.500	1.500
30	Onvoorzien kosten	0	2.000	-	2.000
31	Incidentele lasten bestuur	100	-	1.113	-
	<b>Totaal lasten</b>	<b>34.857</b>	<b>32.950</b>	<b>43.703</b>	<b>37.578</b>
	<b>Resultaat MARUG bestuur</b>	<b>(199)</b>	<b>7.423</b>	<b>4.101</b>	<b>8.495</b>

## 4.3 Toelichting begroting bestuur 2016-2017

### 1. Acquisitie

Afgelopen jaar is dit bedrag sterk gegroeid. Wij verwachten veel van deze contracten te verlengen en daarnaast nieuwe partners binnen te halen.

### 4. Subsidies

Voorheen viel er onder deze post een subsidie waarover we belasting moeten afdragen. Dit is dus eigenlijk gewoon een partner. Om deze reden valt dit bedrag vanaf nu onder acquisitie.

### 7. Afschrijvingen

Dit betreft een tweede afschrijving op de camera en boekhoudlaptop en een eerste afschrijving op de nieuwe website (1/3).

### 12. Verzekeringskosten

Deze kosten kunnen nog oplopen met kosten voor een rechtsbijstandsverzekering.

### 14. Kosten ICT

De kosten voor ICT zijn samengesteld uit de maandelijkse gebruikerskosten voor het boekhoudprogramma Exact Online, de kosten van Genkgo, de netwerkkosten en de jaarlijkse kosten van de app.

De hoge kosten van afgelopen jaar zijn te verklaren door de kosten voor de vacaturebank op de website, de licentie voor exact online en de evenementenapplicatie op de website. Deze kosten zijn allemaal in het vorig boekjaar gevallen en verwerkt.

### 21. Kosten vergadering

Afgelopen jaar was er een voorziening voor de ALV en die is er dit jaar niet. Om die reden hebben wij een hoger bedrag begroot voor de ALV.

#### 4.4 Begroting MARUG Activiteiten 2016-2017

MARUG Activiteiten 2016-2017				
Begroting				
Omschrijving	Gerealiseerd	Begroot	Gerealiseerd	Begroot
	30-4-2015	1-5-2015	30-4-2016	1-5-2016
	€	€	€	€
<b>Baten</b>				
1 MARUG Plus	681	750	960	1.000
2 MARUG PAC	774	650	570	680
3 MARUG Battle of Marketeers	2.300	3.900	3.797	3.900
4 MARUG IME	12.721	11.000	24.294	12.950
5 MARUG Master Team	1.395	2.000	3.465	3.000
6 MARUG/Commotie Comma	1.385	1.400	1.098	1.200
7 MARUG/EBF Recruitment Days	11.000	11.000	11.037	11.000
8 MARUG Inhousedagen/tours NL	2.000	2.000	1.500	2.000
9 Dublin Inhousetour	-	-	13.292	6.000
10 MARUG Commercial Night	1.143	1.100	-	2.000
11 MARUG Marketing Classes	-	-	-	-
12 MARUG Media Team	-	-	-	-
13 MARUG Mind over Marketing	-	1.200	3.097	1.200
14 MARUG Cursussen	4.857	6.500	7.649	4.800
15 MARUG Lustrum VII	-	11.613	24.331	-
16 Incidentele baten commissies	-	-	-	-
<b>Totaal baten</b>	<b>38.256</b>	<b>53.113</b>	<b>95.089</b>	<b>49.730</b>
<b>Lasten</b>				
1 MARUG Plus	4.572	4.500	3.853	4.375
2 MARUG PAC	3.352	3.500	3.699	4.000
3 MARUG Battle of Marketeers	2.586	3.900	3.837	3.900
4 MARUG IME	13.501	11.000	24.737	13.200
5 MARUG Master Team	2.300	5.500	7.022	6.500
6 MARUG/Commotie Comma	1.811	1.900	1.531	1.750
7 MARUG/EBF Recruitment Days	-	-	-	-
8 MARUG Inhousedagen/tours NL	1.750	3.000	593	3.000
9 Dublin Inhousetour	-	-	15.091	7.500
10 MARUG Commercial Night	1.382	2.000	-	3.000
11 MARUG Marketing Classes	-	500	-	500
12 MARUG Media Team	1.703	2.000	668	1.000
13 MARUG Mind over Marketing	572	1.200	3.298	2.000
14 MARUG Cursussen	5.674	8.000	10.148	7.500
15 MARUG Lustrum VII	-	13.536	24.637	-
16 Incidentele baten/lasten commissies	-	-	-	-
<b>Totaal lasten</b>	<b>39.203</b>	<b>60.536</b>	<b>99.112</b>	<b>58.225</b>
<b>Totale baten</b>	<b>72.914</b>	<b>93.486</b>	<b>142.893</b>	<b>95.803</b>
<b>Totale lasten</b>	<b>74.060</b>	<b>93.486</b>	<b>142.815</b>	<b>95.803</b>
<b>Resultaat</b>	<b>(1.146)</b>	<b>-</b>	<b>78</b>	<b>-</b>

## 4.5 Toelichting begroting activiteiten/evenementen

### 2. MARUG PAC

Het budget voor de PAC is verhoogd om ruimte te creëren voor de organisatie van een evenement voor algemene leden en internationale studenten.

### 4. MARUG IME

Hierbij uitgegaan van de gemiddelde deelnemersbijdrage, acquisitie en subsidie van de afgelopen IME's. In het afgelopen boekjaar vielen twee IME's en in het komend jaar één.

### 5. MARUG Master Team

De MMT evenementen zijn afgelopen jaar ontzettend gegroeid wat betreft acquisitie. Wat betreft de lasten: hier is rekening gehouden met allerlei extra catering en borrels die afgelopen jaar zijn geïntroduceerd.

### 8. MARUG Inhousedagen/tours NL

Het verschil met de gerealiseerde lasten van afgelopen jaar zit in het streven dit jaar weer een inhousetour binnen Nederland te organiseren. Dat is de afgelopen jaren niet gebeurd en zal veel kosten met zich meebrengen.

### 9. Dublin Inhousetour

De Dublin Inhousetour viel tweemaal in het vorig boekjaar en éénmaal in het komend jaar.

### 10. MARUG Commercial Night

De Commercial Night van afgelopen jaar en die van aankomend jaar vallen beide in het komend boekjaar.

### 13. MARUG Mind over Marketing

Afgelopen jaar is dit evenement naar een hoger niveau getild met onder andere een fantastische locatie: de bovenkamer van Groningen (Watertoren Noord). Het succes van dit evenement willen wij graag voortzetten en uitbreiden. Juist vanwege haar populariteit willen we de MoM naar een nóg hoger niveau tillen, met bijvoorbeeld meer deelnemers aangezien dit evenement altijd snel vol is. Het evenement is al twee jaar op rij uitverkocht.

De kosten liggen desondanks lager dan afgelopen jaar doordat het evenement tweemaal in het afgelopen boekjaar viel en éénmaal in het komend boekjaar.

### 14. MARUG Cursussen

De baten voor de cursussen bestaan enkel uit deelnemersbijdrage. De Online Business Course (OBC) en Online Business Assessment (OBA) van afgelopen jaar worden samengevoegd onder één cursus. De begroting gaat uit van de toevoeging van één nieuwe cursus. Het verschil in lasten met afgelopen jaar valt te verklaren door hoge opstartkosten van de OBA en het feit dat de OBC twee keer in het afgelopen boekjaar is gevallen.

## 4.6 Goedkeuring

### Verklaring van de Kascontrolecommissie

Ingevolge de opdracht van de Algemene Ledenvergadering d.d. 23 mei 2016 hebben wij de begroting voor het boekjaar 2016-2017, begonnen op 1 mei 2016 en eindigend op 30 april 2017, 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, 8 mei 2016

De kascontrolecommissie 2016-2017,



Michel Koldenhof  
Penningmeester  
MARUG Bestuur 2014-2015



Coen Zweers  
Penningmeester  
MARUG Bestuur 2015-2016

## 5. Jaarplanning 2016-2017

### 2016

#### Augustus

15-19 Let's KEI together

#### September

5 Introweek

6 Introweek

7 Introweek

8 MARUG Openingsfeest

9 Introweek

22 MARUG/Commotie ComMa Congres

26 Cursus

26-30 Promotieweek

#### Oktober

3 Cursus

4 MARUG/FEB MSc Marketing Career Day

6 MARUG Borrel

10 Cursus

14 Optie Plus Borrel

17 Cursus

#### November

3 Plus Inhoudelijk evenement (CIC Seminar)

10 MARUG Borrel

11 MSc Marketing Borrel

14 MARUG HALV

19-20 Optie MARUG Actieve Leden Weekend

21 Cursus

26-27 Optie MARUG Actieve Leden Weekend

28 Cursus

#### December

1 Grote Baas, MARUG Borrel

5 Cursus

8 Master Brand Experience

12 Cursus

12-15 EBF/MARUG Recruitment Days

19 Cursus



**2017****Januari**

12 MARUG Nieuwjaarsborrel

**Februari**

2 MARUG Borrel

3 MSc Marketing Borrel

6 Cursus

10 Optie MARUG Plusborrel

13 Cursus

14 Mind over Marketing

20 Cursus

21 Battle of Marketeers

27 Cursus

**Maart**

2 MARUG Borrel: Voorzitter bekendmaking

6 Cursus

7 MARUG Marketing Conference

13 Cursus

14 MSc Marketing Intelligence Event

**April**

13 MARUG Borrel: Bekendmaking kandidaatsbestuur 2017-2018

14 MSc Marketing Borrel

15-22 MARUG International Marketing Experience (IME)

24 Cursus

**Mei**

1 Cursus

2 Commercial Night

4 MARUG Borrel

8 Cursus

15 Cursus

18 MSc Marketing Seminar

26 Actieve leden BBQ

29 MARUG ALV

**Juni**

1 MARUG Borrel

24 Optie Plus Grachtenborrel

**Juli**

1 Optie Plus Grachtenborrel