



The Marketing Experience



Marketing Associatie
ERASMUS UNIVERSITEIT ROTTERDAM



Marketing Associatie EUR

De Marketing Associatie EUR is sinds 1969 dé studievereniging voor studenten aan de Erasmus Universiteit Rotterdam die geïnteresseerd zijn in marketing.

De doelstelling van de Marketing Associatie EUR is om studenten in contact te brengen met de alledaagse marketingpraktijk. Door het organiseren van gevarieerde, leerzame en spraakmakende activiteiten stelt de Marketing Associatie EUR studenten in de gelegenheid om in contact te komen met het bedrijfsleven. Jaarlijks terugkerende evenementen zijn de Reclamedag, de Commercial Break, het Speeddating-event, Business-2-Business evenement en het International Research Project. Daarnaast bieden de terugkerende activiteiten van de Career Cycle studenten de mogelijkheid om bij verschillende bedrijven een kijkje in de keuken te krijgen.

De Marketing Associatie EUR onderhoudt nauwe contacten met de vakgroepen Marketing van de Erasmus School of Economics (ESE) en Marketing Management van de Rotterdam School of Management (RSM). Samen met acht andere studieverenigingen en de Economische Faculteitsvereniging Rotterdam (EFR) is de Marketing Associatie EUR verenigd in het studieverenigingen convent.

Samen met de Marketing Associaties uit Amsterdam, Eindhoven, Groningen, Maastricht en Tilburg vormt de Marketing Associatie EUR de Marketing Associatie Nederland (MAN).



Marketing Associatie EUR organiseert de Marketing Experience

Als kick-off van het academische jaar organiseert de Marketing Associatie EUR in de derde week van september in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam (EUR) het kick-off evenement van het jaar: de Marketing Experience. Het thema van dit evenement is Sense & Experience. De organisatie wordt ondersteund door de gemeente Rotterdam in de vorm van het Chief Marketing Office (CMO).

Gedurende deze dag kunnen bedrijven kennis maken met ongeveer 250 nieuwe Master Marketing studenten van zowel de faculteiten Rotterdam School of Management (RSM) als de Erasmus School of Economics (ESE). Beide faculteiten ondersteunen dit evenement en bij beide is het opgenomen in het curriculum.

De Marketing Experience is een evenement voor alle Master Marketing studenten van de Erasmus Universiteit. Dit houdt in dat er zowel Nederlandse als internationale studenten aanwezig zullen zijn. Dit betekent dat de complete dag, waaronder de aangeboden workshops, Engels als voertaal zal hebben.

De studenten bevinden zich in de laatste fase van hun studie en de ervaring leert dat zij steeds meer behoefte hebben aan praktische kennismaking met hun vakgebied en potentiële werkgevers. Zij hebben allen de achtergrond Bedrijfskunde of Economie en willen hun kennis uitbreiden door zich te specialiseren in het vakgebied Marketing.

Voor u als bedrijf is dit evenement een erg effectieve manier om naamsbekendheid als werkgever te creëren, meer 'awareness' rondom een product te creëren en wellicht krijgt u een gouden tip van één van de deelnemers! Als bedrijf kunt u deze studenten een lezing, case of workshop aanbieden en deze naar eigen inzicht inrichten.

In deze brochure vindt u meer informatie over de Marketing Experience, het thema en de mogelijkheden die u geboden worden om in contact te komen met de Master studenten van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Tevens vindt u in deze brochure het voorlopige dagprogramma.



Thema: Sense & Experience

Het thema Sense & Experience hebben wij als Marketing Associatie EUR gekozen omdat experiences steeds belangrijker worden voor consumenten. Producten worden niet langer gezien als commodities en bij services willen mensen nét dat beetje meer. Consumenten zijn steeds meer geïnteresseerd in het beleven van nieuwe ervaringen en willen graag geëntertaind worden. Vandaar dat wij voor onze marketing studenten dit evenement willen organiseren waarbij ze leren hoe belangrijk de zintuigen en de belevenis zijn bij het kopen en verkopen van producten en diensten.

De theorie van de “experience economy” is geïntroduceerd door Pine & Gilmore (1998). Zij hebben een raamwerk ontwikkeld waarin verschillende stadia van experiences zijn gedefinieerd. Deze zijn gedefinieerd aan de hand van twee dimensies, namelijk ‘customer participation’ en de band tussen de consument en de belevenis. Customer participation kan actief of passief zijn en de band tussen consument en de belevenis kan verschillende niveaus van intensiteit hebben. Ervaringen die het consumenten mogelijk maakt om de zintuigen te activeren, te voelen, te denken, te doen en te relateren zijn ervaringen die als uniek zullen worden ervaren door consumenten.

Aan de hand van dit evenement willen wij onze Marketing studenten een unieke ervaring meegeven. Door middel van het geven van een lezing of een workshop kunt u de studenten laten voelen en beleven waar u als bedrijf voor staat en kunt u de studenten kennis laten maken met uw product(en) of service(s). Tegelijkertijd kunt u gebruik maken van de inzichten van de studenten om bepaalde problemen op te lossen (de workshop of lezing kunt u geheel zelf invullen) en kunt u ze op informele wijze ontmoeten tijdens de afsluitende borrel.



Dagprogramma

Het programma voor de Marketing Experience ziet er als volgt uit (onder voorbehoud):

Marketing Experience: Sense & Experience

12.00 – 12.30

Ontvangst bedrijven

12.30 - 13.00

Ontvangst studenten

13.00 – 13.30

Plenaire opening (1 lezing)

13.30 – 14.00

Tweede lezing

14.00 – 14.30

Pauze

14.30 – 17.00

Workshop I Workshop II Workshop III Workshop IV Workshop V

17.00 – 17.30

Afsluitende lezing

17.30 – 19.00

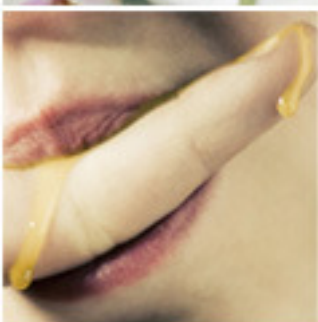
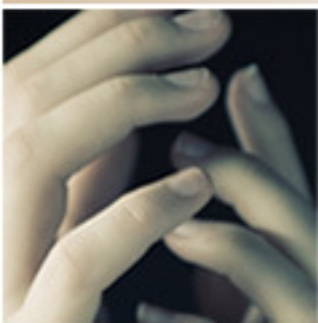
Borrel



Sponsormogelijkheden

De Marketing Associatie EUR is een non-profitorganisatie. Aan alle deelnemende bedrijven wordt dan ook een sponsorbedrag gevraagd om dit evenement mogelijk te kunnen maken. Hieronder worden de verschillende opties aan u gepresenteerd.

Gouden Pakket	Zilveren Pakket	Overige mogelijkheden:
Hoofdsponsor: € 1500,00	Subsponsor: € 1250,00	
<p>Plenaire sessie: een lezing van 20 minuten voor alle 250 studenten</p> <p>Mogelijkheid tot het plaatsen van een advertentie in het verenigingsblad MarkeEUR oplage 1200</p> <p>Het aanbieden van een workshop voor een subgroep van 40 – 50 studenten</p> <p>Website: de mogelijkheid tot het plaatsen van een uitgebreid bedrijfsprofiel op de website van de Marketing Experience</p> <p>Prominente vermelding van uw naam en logo alle op alle promotie-uitingen: poster, programmaboekje en website</p> <p>Mogelijkheid tot prominente promotie-uitingen op het evenement zelf: banners, flyers, posters etc</p> <p>Mogelijkheid tot het leveren van items voor de goodiebag (voor alle 250 studenten)</p>	<p>Het aanbieden van een workshop voor een subgroep van 40 – 50 studenten</p> <p>Website: de mogelijkheid tot het plaatsen van een uitgebreid bedrijfsprofiel op de website van de Marketing Experience</p> <p>Prominente vermelding van uw naam en logo alle op alle promotie-uitingen: poster, programmaboekje en website</p> <p>Mogelijkheid tot prominente promotie-uitingen op het evenement zelf: banners, flyers, posters etc</p> <p>Mogelijkheid tot het leveren van items voor de goodiebag (voor alle 250 studenten)</p>	<p>Plenaire sessie: een lezing van 20 minuten voor alle 250 studenten</p> <p>Sponsorbedrag: € 350,00</p> <p>Plaatsing van een full color A4 editorial in het marketing magazine MarkeEUR. Dit magazine wordt uitgegeven door de Marketing Associatie EUR, verschijnt 4x per jaar en heeft een oplage van 1200 stuks.</p> <p>Sponsorbedrag: € 500,00</p>



The
Marketing
Experience

Interesse?

Contactgegevens:

Nina Djavakhadze
Marketing Associatie EUR
Burgemeester Oudlaan 50
Kamer H15-26
Postbus 1738
3000 DR Rotterdam

Tel: 010 4081838

Mobiel: 06 12 77 82 79

Email: president@maeur.nl