

SWOCC Nieuwsbrief – April 2011

Column Kim Cramer: Geven is het nieuwe nemen

Er is iets aan het veranderen. Ik droom ervan. Ik voel het. Ik zie het om me heen. En het is krachtig. Het is krachtig, omdat het van velen komt. Omdat het groeit. En omdat invloedrijke personen en organisaties eraan mee doen. Het concept? Zo simpel, dat je het bijna niet kunt verzinnen:...

Lees verder in de [SWOCC-column](#) van [Kim Cramer](#), mede-eigenaar van [BR-ND](#) en lid van de [Raad van Advies](#) van SWOCC.

SWOCC start Scriptieprijs

Dit jaar start SWOCC met een scriptieprijs die jaarlijks zal worden uitgereikt aan de student die aan een Nederlandse universiteit de beste masterscriptie heeft geschreven op een van de onderzoeksgebieden van SWOCC: merk en organisatie, merk en mens of merk en communicatie. Aan de SWOCC scriptieprijs is een geldbedrag verbonden van € 1.000. Daarnaast wordt de scriptie uitgegeven als SWOCC-publicatie. De jury bestaat uit een selectie van de leden van de wetenschappelijke review board van de SWOCC Working Paper Series en een aantal leden uit de marketing- en corporate communicatiepraktijk. Docenten die scripties begeleiden of hebben begeleid op een van bovengenoemde gebieden wordt gevraagd studenten te wijzen op het bestaan van de prijs. De inzenddatum voor de editie 2011 sluit op 31 mei. Scripties van studenten die zijn afgestudeerd tussen 1 januari 2010 en 31 mei 2011 kunnen worden ingediend. De winnaar wordt na de zomer bekend gemaakt. Zie voor alle informatie: www.swocc.nl/scriptieprijs.

SWOCC signaleert

Het kapitalistische systeem staat onder druk. Het bedrijfsleven wordt in toenemende mate gezien als de belangrijkste veroorzaker van sociale, economische en milieuproblemen. Bedrijven worden vaak verweten dat hun succes ten koste gaat van de gemeenschap; het maatschappelijk vertrouwen in organisaties is nog nooit zo laag geweest. In een artikel in *Harvard Business Review* (februari 2011) beschrijven Michael Porter en Mark Kramer hoe organisaties hun doelen moeten herdefiniëren om deze nieuwe situatie het hoofd te kunnen bieden. Het artikel, 'Creating shared value', is [hier](#) te downloaden.

Bent u geïnteresseerd in hoe bedrijven en merken waarde kunnen creëren, dan moet u beslist de tijd nemen om [dit artikel](#) uit het *Journal of Marketing* te lezen. De Amerikaanse wetenschappers Schau, Muñoz en Arnould beschrijven hierin hoe de collectieve gedragingen van mensen in (online) brand communities merkwaarde kunnen creëren.

Uit de kast: Brand equity and brand value

Merkwaarde is ook het onderwerp van een SWOCC publicatie uit 2007: [Brand Equity and Brand Value](#). De publicatie van de hand van [Giep Franzen](#) geeft een up-to-date overzicht van het denken over *brand equity* en *brand value*. Het brengt in kaart hoe de waarde van een onderneming geconceptualiseerd en gemeten kan worden. Dit alles vanuit de gedachte dat er behoefte bestaat aan een betere waardering van merken, o.a. om een realistischer beeld te kunnen geven van de financiële staat van een onderneming.

Geïnteresseerd? SWOCC begunstigers kunnen deze publicatie aanvragen via info@swocc.nl.

SWOCC bij de VPRO

Onlangs werd [Edith Smit](#) (hoogleraar media & reclame aan de UvA en bestuursvoorzitter van SWOCC) door het VPRO programma [Goudzoekers](#) geïnterviewd over beïnvloeding

door reclame. Het programma wordt op 16 mei 2011 om 21.00 uur uitgezonden op Nederland 2. SWOCC is prominent aanwezig als product placement.

Nieuwe begunstigers

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer twee nieuwe begunstiger bij gekregen! We bedanken Marks Marketing, de Hogeschool Windesheim en onze overige begunstigers voor hun steun.

U ontvangt deze nieuwsbrief omdat u begunstiger bent van SWOCC of omdat u zich hiervoor heeft aangemeld. Wilt u een collega aanmelden voor de nieuwsbrief, stuur dan een e-mail met zijn of haar gegevens naar info@swocc.nl. Wilt u de nieuwsbrief niet meer ontvangen, stuur dan een e-mail naar info@swocc.nl met het onderwerp *unsubscribe*.