

Handboek NIMA	Pagina 1 van 24
OP 08 Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Versie: 2.1 Datum: 15 november 2013

REGISTER VOOR MARKETEERS

INSCHRIJVINGS- BROCHURE

Amsterdam
2013

Handboek NIMA	Pagina 2 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	3
1. DEFINITIE REGISTER MARKETEEER	4
2. INSCHRIJVINGSPROCEDURE	5
STAP 1: INSCHATTEN TOELATING	5
STAP 2: INDIENEN ONLINE AANVRAAGFORMULIER	5
STAP 3A: TOELATING EN OFFICIËLE INSCHRIJVING	5
STAP 3B: AFWIJZING VERZOEK TOT TOELATING.....	7
3. TOELATINGSVEREISTEN	9
ARTIKEL 1: VEREISTEN KANDIDATEN	9
ARTIKEL 2: UITSLUITING	9
ARTIKEL 3: GEBRUIK TITEL	9
ARTIKEL 4: WAARDERING OPLEIDING	10
ARTIKEL 5: WAARDERING RELEVANTE WERKERVARING	10
ARTIKEL 6: ANTECEDENTENONDERZOEK	11
ARTIKEL 7: WAARDERING OVERIGE ACTIVITEITEN (RECOGNITION TO THE MARKET).....	12
ARTIKEL 8: ASPIRANT RM LIDMAATSCHAP.....	14
ARTIKEL 9: HERCERTIFICATIE	14
ARTIKEL 10: CONTINUE PROFESSIONELE ONTWIKKELING / PERMANENTE EDUCATIE (PE)	14
ARTIKEL 11: PUNTENTOEKENNING EN WAARDERING	16
ARTIKEL 12: VEREISTEN AAN PERMANENTE EDUCATIE PROGRAMMA'S	17
ARTIKEL 13: TOEZICHT EN SANCTIES	18
4. GEDRAGSCODE	19
ARTIKEL 1: DOEL, DRAAGWIJDTE EN STRUCTUUR VAN DE GEDRAGSCODE	19
ARTIKEL 2: BEGRIPSBEPALING.....	19
ARTIKEL 3: INSTELLINGEN	19
ARTIKEL 4: WERKINGSSFEER	19
ARTIKEL 5: GEDRAGSREGELS.....	20
ARTIKEL 6: UITVOERING VAN DE GEDRAGSCODE	21
ARTIKEL 7: GEDRAGSCODE PERSOONSCERTIFICERING	21
ARTIKEL 8: SLOTARTIKEL	21
5. UITVOERING PROCEDURE VAN TOELATING REGISTER MARKETEERS	22

Handboek NIMA	Pagina 3 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

VOORWOORD

NIMA - Nederlands Instituut voor Marketing stimuleert, ontwikkelt en professionaliseert marketeers in hun vakgebied. Dit gebeurt via de NIMA vereniging in haar rol als marketingplatform voor ca. 3.000 leden en via de NIMA examens waarbij jaarlijks ruim 8.000 examens op het gebied van marketing, sales, marktonderzoek en communicatie afgenomen worden.

Om vakbekwame en hooggekwalificeerde marketeers herkenbaar te maken in de ondoorzichtige wereld van de marketing is in 1992 het **Register voor Marketeers** in het leven geroepen. Ingeschrevenen in het Register krijgen de officieel gedeponeerde titel Register Marketeer en mogen RM achter hun naam plaatsen.

In 2005 is besloten om het Register voor Marketeers in beheer te geven bij de Stichting EMCF (European Marketing Certification Foundation) te Amstelveen. Deze Stichting EMCF heeft de vereiste accreditatie verworven voor het uitgeven van persoonscertificaten onder andere voor het Register voor Marketeers. Op 1 januari 2010 heeft de Stichting EMCF op haar beurt het register overgedragen aan NIMA.

NIMA is in 2009 door de European Marketing Confederation (EMC) geaccrediteerd voor het certificeren van marketeers.

U kunt zich kwalificeren voor het Register indien u voldoet aan een **combinatie van eisen** ten aanzien van opleiding, werkervaring en activiteiten ten behoeve van het vak marketing. Juist een goede balans tussen voorgenoemde elementen maakt of u als kandidaat voor certificatie in aanmerking komt. Belangrijk is dat u geruime tijd binnen het bedrijfsleven of als adviseur werkzaam bent op **hoog marketingmanagementniveau** en eindverantwoordelijkheid draagt. Ook worden diverse activiteiten, die u vervult in het belang van het vakgebied, bij de beoordeling betrokken, zoals bestuursfuncties, docentschappen, het verzorgen van lezingen en het schrijven van artikelen (zgn. 'recognition to the market').

Kortom, indien u zich op velerlei wijzen binnen het vakgebied actief heeft opgesteld en hart heeft voor het vak, dan is het mogelijk dat u tot het netwerk van de Register Marketeers kunt toetreden.

Voordeel van certificatie in het Register voor Marketeers:

- U bent als hooggekwalificeerde vakbekwame marketeer herkenbaar aan uw **titel RM**.
- Een zorgvuldige selectie in combinatie met een periodieke hertoetsing garandeert een goede en actuele **vakbekwaamheid**.
- De gedragscode van het Register is voor klanten en werkgevers een **waarborg** voor correct handelen en functioneren van de Register Marketeer.
- U maakt deel uit van een select en actief **netwerk van top-marketeers** die elkaar inspireren en het vak marketing op strategisch niveau verder willen ontwikkelen.

Deze inschrijvingsbrochure is bedoeld voor iedere marketeer die toe wil treden tot het Register voor Marketeers. Aan de hand van de inschrijvingsprocedure kunt u door bestudering van de Toelatingsvereisten en de Gedragscode inschatten of u tot het Register toegelaten kunt worden. Als dat het geval is, kunt u contact opnemen met het secretariaat van de persoonscertificeringscommissie van NIMA op telefoonnummer 020 – 5039332 of via de website www.nima.nl.

Handboek NIMA	Pagina 4 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

1. DEFINITIE REGISTER MARKETEEER

Register Marketeers dienen zich positief te onderscheiden van niet-geregistreerde marketeers.

Register Marketeers zijn de marketingvakmensen van hoog niveau die:

- *Eindverantwoording dragen op hoog marketing management niveau;*
- *Zowel theoretisch als praktisch goed gevormd zijn;*
- *Zich op een breed vlak in de marketing hebben ingezet (d.w.z. niet alleen werkzaam zijn geweest op een specialistisch deelgebied van de marketing);*
- *Door hun opleiding en werkervaring een aantoonbaar breed inzicht hebben op het gebied van de strategische marketing.*

Onder 'strategisch' wordt hierbij verstaan: de afstemming van een onderneming op haar externe omgeving, hetgeen omvat het richting geven aan:

1. *het kiezen van lange-termijn-doelstellingen voor een onderneming, alsmede*
2. *de wijze waarop en*
3. *de instrumenten waarmee deze doelstellingen kunnen worden gerealiseerd.*

Het betreft 'marketing' voor zover bovengenoemde afstemming betrekking heeft op het ontwikkelen en implementeren van een strategisch marketingplan en marketing-basisstrategieën en op keuzes ten aanzien van:

1. *Marktsegmenten;*
2. *Marktgebieden;*
3. *Marktontwikkeling;*
4. *Ontwikkeling van nieuwe activiteiten van strategische aard;*
5. *Concurrenten;*
6. *Producten en/of diensten;*
7. *Groei tempo en/of groeimethode;*
8. *Wijze van distributie.*

Handboek NIMA	Pagina 5 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

2. INSCHRIJVINGSPROCEDURE

Om toegelaten te worden tot het Register voor Marketeers dienen de volgende stappen doorlopen te worden:

Stap 1: Inschatten toelating

U kunt zelf een goede inschatting maken of u al dan niet in aanmerking komt voor toelating tot het Register voor Marketeers, door:

1. de Toelatingvereisten, zoals beschreven in hoofdstuk 3, goed door te lezen en voor u zelf te bepalen of u daaraan voldoet.
2. de Gedragscode van het Register, zoals beschreven in hoofdstuk 4, door te lezen en te bepalen of u zich in deze gedragscode kunt vinden en of u zich tijdens uw werkzaamheden aan deze code heeft gehouden.

Stap 2: Indienen online aanvraagformulier

Indien u, naar eigen inschatting, in aanmerking denkt te komen voor inschrijving in het Register voor Marketeers, dient u op de website www.marketingtitle.com het online aanvraagformulier volledig in te vullen en te verzenden.

Na ontvangst van de online aanvraag ontvangt u een factuur voor het in behandeling nemen van de aanvraag. Het is belangrijk dat u zorgvuldig voor uzelf inschat of u wel of niet voor het Register voor Marketeers in aanmerking komt. Ook als u niet tot het Register voor Marketeers wordt toegelaten, kunt u dit bedrag niet terugvorderen.

Stap 3a: Toelating en officiële inschrijving

1. De toelating is gebaseerd op de volgende punten:
 - a. Het toetsen van het Curriculum Vitae van aanvrager met betrekking tot gegevens van persoonlijke aard, gerichte opleidingen, werk- en ervaringsniveau alsmede het functioneren op voldoende hoog niveau.
 - b. Het toetsen van het overzicht van punten, zoals aangeleverd door de aanvrager.
 - c. Het uitvoeren van een antecedentenonderzoek bij minimaal twee referenties.
 - d. Een assessment, hetgeen omvat een onderzoek door twee assessoren geleid door een voorzitter van de persoonscertificeringscommissie van NIMA. In het proces van dit assessment en de voorbereiding daarvan wordt het Curriculum Vitae van betrokken kandidaat getoetst in theoretische en praktische zin, dit ten overstaan van voorzitter en assessoren. Op grond van dit assessment volgt besluitvorming inzake het al dan niet verstrekken van het persoonscertificaat Register Marketeer.
 - e. In het assessment worden de werkzaamheden van de kandidaat beoordeeld tegen de volgende gebieden:
 - Functie in de organisatie
 - Verantwoordelijkheden en bevoegdheden
 - Budgetverantwoordelijkheid
 - Besluiten
 - Verantwoordelijk voor marketingstrategie
 - Mate van functioneren
2. Bij de aanvraag voor opname in het Register voor Marketeers draagt de secretaris van de persoonscertificeringscommissie van NIMA zorg voor de eindtoetsing van:
 - a. Administratieve toetsing van persoonsgegevens.
 - b. Administratieve toetsing van opleidingsgegevens.
 - c. Administratieve toetsing van de werkervaring en marketingfuncties op niveau.
 - d. Administratieve toetsing van de 'recognition to the market' activiteiten.
 - e. Beoordeling van het uitgevoerde assessment.
3. Zonder dat één van voorgaande punten in orde bevonden is, kan geen persoonscertificatie afgegeven worden.

Handboek NIMA	Pagina 6 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

4. De duur van een assessment is een uur.
5. Het assessment kent de navolgende agenda:
 - a . Opening en toelichting op het assessment door de voorzitter.
 - b . Vaststellen van onafhankelijkheid van kandidaat, assessoren en voorzitter assessment, dit jegens elkaar
 - c . Voorstellen door de kandidaat (maximaal 5 minuten).
 - d . Vaststellen of het dossier van de kandidaat compleet is conform de procedures inclusief gewaarmerkte diploma's en legitimatie.
 - e . Verificatie van de praktische en strategische marketingkennis en marketingervaring van de kandidaat door de twee assessoren.
 - f . Gelegenheid tot nadere toelichting of vragen door één der betrokkenen aan het assessment.
 - g . Sluiting van het assessment
6. De doorlooptijd van het assessment is als volgt:
 - i. Daadwerkelijk assessment: een uur.
 - ii. Evaluatie en verslaglegging: 30 minuten
 - iii. Pauze 15 minuten
7. Bij aanvang van het assessment neemt de kandidaat recht tegenover de assessoren plaats. De assessoren zitten naast elkaar, de voorzitter neemt aan de zijkant (rechts of links) plaats.
8. Het assessment richt zich inhoudelijk op de volgende verificatiepunten:
 - a . Inzage in de gerealiseerde puntenscores inzake opleidingen, werkervaring, functioneren op hoog / strategisch marketingniveau en op het gebied van 'recognition to the market' activiteiten.
 - b . Ten tijde van het assessment wordt onderzoek gedaan naar een aantal operationele onderdelen van het functioneren op hoog / strategisch marketing niveau, te weten:
 - i. De functie van de kandidaat in de organisatie waar hij/zij werkt. Onderzocht moet worden of deze functie op een hoog strategisch marketing niveau is gepositioneerd. De directe toegang tot het topmanagement moet aanwezig zijn.
 - ii. De verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de kandidaat met inbegrip van het niveau van leidinggeven, waaruit moet blijken dat de kandidaat mandaat heeft op management niveau en aansturing aan medewerkers realiseert, hetzij direct hetzij indirect.
 - iii. Budgetverantwoordelijkheid van de kandidaat: kan hij/zij op het eigen vakgebied zelfstandig budgetten opstellen en beheren of is een mindere budgetverantwoordelijkheid aan de orde met inbegrip van meer trappen van toestemming vanuit de organisatie.
 - iv. Het zelfstandig kunnen nemen van besluiten op het eigen vakgebied, zonder dat daarin een continue toestemming van hogere functionarissen aan de orde is.
 - v. Toetsing van de marketingstrategie in de eigen onderneming, die van concurrenten of die van cliënten en het trekken van inhoudelijke conclusies en aanbevelingen daarvan met inbegrip van de mate waarin deze conclusies en aanbevelingen dienen te worden gevolgd.
 - vi. De mate van functioneren: het laten maken van marketingplannen, het formuleren van marketing beleid en het niveau daarvan en een trend van realisatie van deze plannen en het beleid.
 - c . Over de punten onder b nemen de assessoren het assessment af en bevragen zij de kandidaat. Over ieder van de 6 punten dient een waardering van 1 tot 10 te worden vastgesteld, onafhankelijk van de andere assessor. Deze waardering wordt in het verslag per assessor afzonderlijk vastgelegd en overgedragen aan de voorzitter.

Handboek NIMA	Pagina 7 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

- d . De gemiddelde waardering van de twee assessoren dient tenminste gelijk of hoger te zijn dan 36 punten uit 60.
- e . In het geval de voorzitter constateert dat er geen redelijke mate van gelijke waardering aanwezig is, zal hij de verschillen rapporteren aan de Commissie van Toelating. Enkel binnen een marge van 33 tot 36 punten kan de Commissie van Toelating een deliberatie uitvoeren en besluiten tot een hogere waardering te komen, uiteraard onder overlegging van de motivatie in deze.
- f . Direct na het assessment formuleert de voorzitter met de assessoren het advies aan de voorzitter van de Commissie van Toelating. Dit advies wordt inhoudelijk op punten onderbouwd.
- g . De Commissie van Toelating (CvT) bespreekt de rapportage van het vooronderzoek en beoordeelt de inhoudelijke resultaten van het uitgevoerde assessment. De Commissie van Toelating neemt vervolgens op basis van de bespreking een besluit, onderbouwd met inhoudelijke argumenten. Het CvT heeft daarbij de volgende mogelijkheden:
 - Besluit om de kandidaat toe te laten tot het Register;
 - Besluit over bijstelling van het puntentotaal uit het vooronderzoek op basis van inhoudelijke argumenten;
 - Besluit om nader onderzoek te laten uitvoeren door middel van:
 - nader vooronderzoek
 - een herassessment met de inzet van andere assessoren, geheel of gedeeltelijk (dit laatste ter verduidelijking van bepaalde specifiek te benoemen aspecten). Het is daarbij mogelijk dat een van de nieuwe assessoren een lid is van de Commissie van Toelating. Dit Commissielid maakt dan vervolgens geen onderdeel uit van de CvT vergadering naar aanleiding van het herassessment;
 - Besluit om de kandidaat niet toe te laten tot het Register.

Het verslag van het assessment en besluitvorming voor de Commissie van Toelating wordt genoteerd op het assessmentformulier (F 02). Eventuele adviezen van de assessoren worden in voorkomende gevallen met de kandidaat besproken door de voorzitter van de Commissie voor Toelating.

9. De Voorzitter van de Commissie voor Toelating stelt de secretaris van de PCC van NIMA schriftelijk in kennis van het besluit van de Commissie voor Toelating.
10. Het secretariaat van de persoonscertificeringscommissie van NIMA stelt de kandidaat schriftelijk en onderbouwd in kennis van de besluitvorming.
11. In het geval een kandidaat het toelatingsproces niet met goed gevolg doorloopt, bestaat de mogelijkheid voor herkansing. Herkansingen kunnen op verzoek van de kandidaat meerdere malen afgelegd wordt, mits de kandidaat de facturen daarvoor betaalt en mits de kandidaat op voorhand aantoont dat hij/zij voldoet aan de intrede-eisen en de tekortkoming(en) van het voorgaande toelatingsproces door hem/haar zijn ingevuld.
12. Indien u wordt opgenomen in het Register voor Marketeers ontvangt u hierover schriftelijk bericht en een factuur. Jaarlijks dient u een contributie te betalen aan NIMA voor inschrijving in het Register voor Marketeers.

Stap 3b: Afwijzing verzoek tot toelating

Als, na de geëigende toelatingsprocedure blijkt dat u niet kunt worden toegelaten tot het Register voor Marketeers, ontvangt u schriftelijk bericht van dit feit, met redenen omkleed.

Een kandidaat kan op verzoek inzage verwerven in zijn / haar dossier bij NIMA. Inzage wordt verleend op kantoor van NIMA onder begeleiding van een medewerker van het secretariaat. Legitimatie van de

Handboek NIMA	Pagina 8 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

kandidaat is hierbij verplicht. Ten tijde van het inzage moment kan op verzoek een afschrift verkregen worden van één of meerdere delen van dit dossier. Dossiers worden nimmer anders ter beschikking gesteld aan kandidaten.

In uitzonderlijke gevallen is het ook mogelijk (delen van) het dossier per mail of post te ontvangen, ook geldt de legitimatieverplichting.

Mocht de kandidaat het niet eens zijn met het besluit, dan bestaat de mogelijkheid een bezwaar in te dienen bij de secretaris van de PCC.

Tegen het besluit op het bezwaar kan de kandidaat in beroep gaan bij een externe beroepsinstantie. De kosten die hieraan verbonden zijn bedragen € 500. Dit bedrag wordt geretourneerd indien de Examenkamer het beroep ontvankelijk verklaart.

De procedure voor klachten, bezwaar en beroep staat beschreven in artikel 9 van het Reglement "Register voor Marketeers".

Handboek NIMA	Pagina 9 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

3. TOELATINGSVEREISTEN

De toelatingsvereisten voor iedere marketeer die zich in wil laten schrijven in het Register voor Marketeers zijn geformuleerd in de procedure "Toelatingsvereisten voor Register Marketeers" in het Handboek van het Register voor Marketeers. In dit hoofdstuk wordt deze procedure beschreven.

Artikel 1: Vereisten kandidaten

Om ingeschreven te kunnen worden in het Register voor Marketeers, dient de kandidaat aan te tonen, dat hij/zij voldoet aan de vereisten voor inschrijving in het Register voor Marketeers.

Het gaat om de volgende vereisten:

1. De kandidaat beschikt over aantoonbaar voldoende opleiding;
2. De kandidaat beschikt over aantoonbaar voldoende werkervaring;
3. De kandidaat is op strategisch marketing management niveau werkzaam in een lijn-, of adviesfunctie op het gebied van de marketing;
4. Deze werkzaamheden dienen voor de kandidaat een hoofdactiviteit te zijn;
5. De kandidaat verricht een aantal 'recognition to the market' activiteiten;
6. De kandidaat voldoet aan de eisen van waardige beroepsuitoefening zoals aangegeven in de Gedragscode van het Register voor Marketeers;
7. De kandidaat heeft een onbesproken reputatie en is publiekelijk niet in opspraak wegens gedrag dat tegenstrijdig is met het algemeen normbesef, waardoor de reputatie van het Register voor Marketeers en NIMA zou kunnen worden geschaad;
8. De kandidaat zal gedurende zijn inschrijving in het Register regelmatig activiteiten uitvoeren waarmee zijn/haar marketingvaardigheden op voldoende hoog niveau blijven en opleiding op peil wordt gehouden.
9. Vijf jaar na de initiële certificering en drie jaar na ieder hercertificering vindt er een hertoetsing plaats van vereiste vaardigheden.

Artikel 2: Uitsluiting

Niet toegelaten tot het Register voor Marketeers worden kandidaten die:

1. Als hoofdactiviteit docent in de marketing zijn, op welk niveau dan ook, tenzij zij vallen onder artikel 5 van deze Toelatingsvereisten;
2. Exclusief werkzaam zijn geweest op één beperkt deelgebied binnen de marketing (zoals reclame, Public Relations, Sales Promotion etc.), waardoor er bij de kandidaat een onvoldoende breed inzicht in het marketingvak aanwezig is;
3. Niet voldoen aan alle toelatingsvereisten, zoals hiervoor geformuleerd in artikel 1;
4. Oud Register Marketeers bij wie de hercertificering is afgewezen, binnen 3 jaar na die afwijzing.

Artikel 3: Gebruik titel

1. De kandidaten die worden ingeschreven in het Register voor Marketeers en worden gecertificeerd, zijn gerechtigd zich Register Marketeer te noemen, door de hoofdletters RM achter hun familienaam te vermelden. Voor internationaal gebruik mag de titel EMP (Expert Marketing Professional) worden gebruikt. Dit is de internationaal erkende titel die gelijkwaardig is aan RM (die een nationaal bereik heeft).
2. De titel Register Marketeer is een persoonlijke titel die niet kan worden gevoerd door bedrijven, instellingen of organisaties waar de Register Marketeer voor werkt.

Handboek NIMA	Pagina 10 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

Artikel 4: Waardering opleiding

1. Het geheel aan punten voor opleidingen kan 40 punten bedragen. Tot een max. van 10 punten boven de 40 punten kan worden meegenomen naar de hercertificering als PE-punten voor kennisontwikkeling. Een kandidaat die gepromoveerd is op een marketingonderwerp krijgt bij de initiële certificering 30 punten en max. 10 punten voor literatuur.
2. Kopieën van diploma's dienen bij voorkeur met het online aanvraagformulier te worden meegestuurd in digitale vorm.
3. Het niveau indicatieschema is als volgt:

MBA over marketingonderwerp	20 punten
Marketing diploma op HBO-niveau, equivalent met o.a. NIMA-B diploma	20 punten
Marketing diploma op universitair niveau, equivalent met o.a. NIMA-C diploma	30 punten
Promotie in marketingonderwerp	30 punten (+ max. 10 punten voor literatuur)
Masterclass over marketingonderwerp (15 dagdelen)	4 punten
Leergang over marketingonderwerp (30 dagdelen)	7 punten

Artikel 5: Waardering relevante werkervaring

1. De kandidaat kan met werkervaring maximaal 45 waarderingspunten behalen. Er kunnen maximaal 5 extra waarderingspunten worden toegekend voor de volgende zaken:
 - a. Het op de markt zetten van succesvolle producten/diensten/merken/concepten reclamecampagnes;
 - b. Het begeleiden of initiëren van overnames /fusies/joint ventures/saneringen/faillissementen/reorganisaties;
 - c. Ervaring in het buitenland.
2. Bij de waardering voor relevante werkervaring wordt een onderscheid gemaakt tussen een functie als lijnfunctionaris, interim professional of ondernemer en een functie als adviseur/consultant.
3. De waardering voor relevante werkervaring als lijnfunctionaris, interim professional of ondernemer is als volgt:

Functie op product management niveau (uitvoerend, geen eindverantwoordelijkheid)	2 punten per jaar
Functie op marketing management niveau (leidinggevend)	3 punten per jaar
Functie op hoger management niveau (leidinggevend, budgetverantwoordelijk, eindverantwoordelijk)	Eerste drie jaar op dit niveau 6 punten per jaar Elk jaar daarna 4 punten per jaar

Handboek NIMA	Pagina 11 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

4. De waardering voor relevante werkervaring als adviseur/consultant is als volgt:

Assistent projectleidersniveau (uitvoerend, niet zelfstandig, zonder eindverantwoordelijkheid)	1 punt per jaar
Projectleidersniveau (na 3 jaar assistent projectleider, leidinggevend, zelfstandig adviserend)	2 punten per jaar
Senior projectleidersniveau (na 5 jaar projectleider, veelzijdige brede ervaring)	Eerste drie jaar op dit niveau 5 punten per jaar Elk jaar daarna 3 punten per jaar

5. De extra waarderingpunten voor werkervaring worden als volgt toegekend:

Het op de markt zetten van succesvolle producten/merken/concepten/reclamecampagnes	2 punten per actie (maximaal 2 acties)
Het begeleiden of initiëren van succesvolle overnames /fusies/ joint ventures/ saneringen/ faillissementen/ reorganisaties	2 punten per actie (maximaal 2 acties)
Ervaring in het buitenland (Punten voor buitenlandervaring worden alleen toegekend wanneer meer dan 50% van een jaar daadwerkelijk in het buitenland is doorgebracht)	1 punt per jaar

Punten die worden meegenomen in een beoordeling, zijn onder andere de geleverde marketingsuccessen, groei van marktaandeel, aantal personen aan wie leiding wordt gegeven en de mate van verantwoordelijkheid (budgetverantwoordelijk en eindverantwoordelijk).

Artikel 6: Antecedentenonderzoek

- Contactgegevens van de bedrijven waar de kandidaat werkzaam is geweest dienen te worden opgegeven via het aanvraagformulier. Een antecedentenonderzoek wordt uitgevoerd, waarbij tenminste twee referenties worden gebeld.
- Ten behoeve van het dossier dient een duidelijke inschatting van de laatste functie(s) voorhanden te zijn. Daartoe worden de contactpersonen die in het aanvraagformulier zijn aangegeven door de kandidaat telefonisch geraadpleegd (opleiding, werkervaring, overige activiteiten).
- De antecedent is in elk geval een contactpersoon van een bedrijf waarbinnen de kandidaat minimaal zes maanden een functie heeft bekleed.

Het volgende wordt geverifieerd (LET OP:er wordt niet gevraagd naar functioneren van de persoon):

- Klopt de benaming van de functie/opleiding
- Klopt de periode waarin de persoon de functie vervuld heeft/opleiding heeft gevolgd
- Kloppen de werkzaamheden behorende bij de functie (verantwoordelijkheidsniveau, marketinghalte van de functie, beschikbare budget, winstverantwoordelijkheid, aantal werknemers waaraan werd leidinggegeven, plaats in de afdeling en totale organisatie/vakkenpakket behorende bij de opleiding).

Artikel 7: Waardering overige activiteiten (recognition to the market)

1. Kandidaten kunnen op dit onderdeel in totaal maximaal 20 waarderingpunten toegekend krijgen. Zodra de 20 punten behaald zijn, kan het pakket aan overige recognition to the market activiteiten niet meer waardering opleveren.
2. De behaalde punten op dit onderdeel kunnen gebruikt worden om een tekort van maximaal 10 punten voor wat betreft de minimaal benodigde punten voor het onderdeel opleidingen (20) en/of het onderdeel werkervaring (30) te compenseren. Het bovenstaande maximum van 20 punten in totaal blijft echter onverkort van kracht.
3. De waardering voor overige activiteiten (volgens de normering in OP 7) is als volgt :

Een gedegen marketingartikel in een erkend nationaal of internationaal marketing- of een ander vakblad. (maximaal 5 punten)	1 punt per artikel
Gedegen marketinglezingen . (maximaal 5 punten)	1 punt per lezing
Marketingdocentschap op MBO / NIMA A niveau (minimaal 15 uur)	2 punten
Marketingdocentschap op HBO / NIMA B niveau (minimaal 15 uur)	3 punten
Marketingdocentschap op universitair / NIMA C niveau (minimaal 15 uur)	4 punten
Marketingdocentschap op post universitair niveau (minimaal 15 uur)	6 punten
Hoogleraarschap in de marketing	8 punten
Samenstellen van marketing of commerciële examens (maximaal 3 punten)	1 punt per examen
Bestuurswerk op het gebied van marketing of commercie (maximaal 5 punten)	1 punt per jaar
Commissariaten of vergelijkbaar (maximaal 5 punten)	2 punten per jaar
Afnemen mondelinge examens/assessments (maximaal 5 punten)	1 punt per 3 activiteiten

Samenvattend:

	Omschrijving	Beoordeling
1.	Opleidingen	Minimaal 20 punten Maximaal 40 + 10 extra punten voor de hercertificering
2.	Relevante werkervaring	Minimaal 30 punten Maximaal 45 + 5 extra punten
3.	Overige activiteiten	Maximaal 20 punten + 10 punten naar opleiding of werkervaring
	Minimaal te behalen	80 punten

Handboek NIMA	Pagina 14 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

Artikel 8: Aspirant RM lidmaatschap

- ~~1. Wanneer uit een vooronderzoek blijkt dat de kandidaat tenminste 75 punten heeft behaald, doch niet de vereiste 80 punten, kan de Secretaris van de Persoonscertificeringscommissie besluiten om het aspirant lidmaatschap RM'er aan de kandidaat voor te stellen. De voorwaarde hiervoor is dat er voldoende mogelijkheden zijn om binnen 1,5 jaar tot de vereiste 80 punten te komen. Wanneer de kandidaat hiermee akkoord gaat, maken zij afspraken om binnen 1,5 jaar tot het vereiste aantal punten te komen. Er dienen voldoende punten behaald te worden op de beoordelingsgebieden, te weten opleidingen, werkervaring en recognition to the market.~~
- ~~2. Na 1,5 jaar beslist de secretaris of de kandidaat voldoende punten heeft behaald om een alsnog assessment te ondergaan. Indien de secretaris beslist dat een assessment niet mogelijk is, dan is de toelatingsprocedure beëindigd. Eventueel kan de kandidaat bezwaar indienen tegen dit besluit. Dit is nader beschreven in artikel 3b van de inschrijvingsprocedure.~~ ARTIKEL VERVALLEN

Artikel 9: Hercertificatie

- Vijf jaar na de initiële certificatie en drie jaar na elke hercertificatie vindt hercertificatie van de geregistreerde en gecertificeerde Register Marketeers plaats aan de hand van de hercertificeringsvereisten. Hiermee wordt bewerkstelligd dat, ook na inschrijving in het Register en verkrijging van het certificaat, de kwaliteit van de marketingwerkzaamheden door Register Marketeers worden bewaakt en bevorderd.
- In de periode na de initiële certificering of laatste hercertificering en voorafgaand aan de hercertificering dient de RM'er zijn/haar werkervaring te hebben gecontinueerd. Volgens dezelfde waarderingscriteria als gehanteerd bij de initiële certificering (Procedure 5, artikel 5) dient de RM'er **gemiddeld 3 punten per jaar** te behalen over een periode van resp 5 jaar (voor 1^e hercertificering) en 3 jaar (alle hercertificeringen daarna). Dit betekent dat de werkervaring op tenminste marketing management of senior projectleidersniveau niveau dient te zijn.

Artikel 10: Continue professionele ontwikkeling / Permanente Educatie (PE)

- Om de kwaliteit van de Register Marketeers nog duidelijker te bewaken en te bevorderen, zal iedere Register Marketeer in de vijf jaar na zijn initiële certificering en in de 3 jaar na hercertificering een aantal activiteiten moeten ondernemen op het gebied van marketing, om blijvend op de hoogte te zijn van actuele ontwikkelingen. De ontwikkeling ten opzichte van de initiële certificering wordt vervolgens iedere vijf jaar getoetst, ten behoeve van de hercertificatie (zie artikel 10 en 14).
- De volgende doelstellingen zijn geformuleerd ten aanzien van de activiteiten in het kader van permanente educatie en continue professionele ontwikkeling:
 - Het verbreden en verdiepen van marketingkennis, -vaardigheden en –competenties van de RM'er, ondermeer met actuele onderwerpen (kennisontwikkeling).
 - Het (actief) overdragen van marketingkennis, -vaardigheden en –competenties (kennisuitwisseling) of anderszins. Intervisie valt binnen dit onderdeel.
 - Actief zijn binnen het marketingvakgebied (recognition in the market)
- In het volgende schema is weergegeven hoeveel PE punten er per onderdeel zijn vereist:

	Omschrijving	Hercertificatie
1.	Werkervaring (professional experience)	3 punten per jaar zoals beschreven in artikel 5
2.	Kennis ontwikkeling en uitwisseling	Gemiddeld minimaal 20 PE punten per jaar over een periode van resp 5 jaar (voor 1 ^e hercertificering) en 3 jaar (alle hercertificeringen daarna). In artikel 10, lid 1 is beschreven welke activiteiten hoeveel PE opleveren*
3.	Overige activiteiten	Gemiddeld minimaal 10 PE punten per jaar over een

Handboek NIMA	Pagina 15 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

	<i>(recognition to the market)</i>	periode van resp 5 jaar (voor 1 ^e hercertificering) en 3 jaar (alle hercertificeringen daarna). De activiteiten die PE punten opleveren zijn nagenoeg gelijk aan die activiteiten zoals beschreven in procedure 5, artikel 7,punt 3 van de initiële certificering. In onderstaand artikel 10,lid 2 is aangegeven welke activiteiten hoeveel PE punten opleveren*
	* omgerekend naar de schaal van 1 is dit resp. 2 en 1 punt per jaar	
	Totaal minimaal te scoren	Gemiddeld 5 punten per jaar over de (her)certificeringsperiode

Handboek NIMA	Pagina 16 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

Artikel 11: Puntentoekenning en waardering

1. Normering PE programma's

Het aantal PE uren wat wordt toegekend is niet afhankelijk van het niveau maar van de duur van het programma. Alleen uren waarin marketing of marketingverwante onderwerpen (marktonderzoek, communicatie, verkoop of andere terreinen van klantgericht ondernemen) worden behandeld tellen mee.

- **Contacturen** zijn de basis voor PE-punten. Pauzes, ontvangstperioden en borrels achteraf zijn geen contacturen. Programma's met meerdere contactmomenten worden als één programma beschouwd. Daarbij geldt dat voor programma's
 - met een duur van 1 t/m 8 uur met 1 PE-punt per uur worden gehonoreerd.
 - met een duur 9 t/m 16 uur met 8 PE-punten worden gehonoreerd plus 0,5 PE- punt voor elk uur boven de eerste 8.
(Bv een programma van 16 uur krijgt 12 PE- punten).
 - Met een duur meer dan 16 uur met 12 punten voor de eerste 16 uur plus 0,25 PE-punt voor elk uur boven de 16 uur.
- Aan een PE programma kan maximaal 30 PE-punten worden toegekend. dit maximum wordt dus bereikt bij een duur van 88 uur.
Ratio; het gaat om *permanente* educatie waarbij een zekere spreiding in de tijd en van onderwerpen wordt nagestreefd.
- Wanneer er bij een PE programma expliciet gevraagd wordt naar **voorbereiding**, dan kan dat met 0,25 punt per voorbereidingsuur worden gewaardeerd met een maximum van 2 PE-punten. Als de voorbereiding bestaat uit het lezen van literatuur dan is 25 pagina's 1 uur voorbereidingstijd.
- Indien bij het programma werkzaamheden vooraf of achteraf worden verlangd en waarbij door de programmaorganisatie wordt vastgesteld dat de deelnemer deze inspanning daadwerkelijk heeft verricht dan gelden deze uren als contacturen (waardering volgens schema bij punt 1).
- Ook programma's **zonder contacturen** kunnen volgens dit systeem (punt 4) in aanmerking komen, mits er sprake is van kennisoverdracht en/of kennisuitwisseling. De inspanningstoets zal in dit geval nog duidelijker moeten worden aangetoond.

2. In het volgende schema is weergegeven hoeveel punten er per activiteit op het gebied van permanente educatie kunnen worden behaald:

Omschrijving Permanente Educatie (PE) punten	Punten
Het deelnemen aan bijeenkomsten en/of cursussen op het gebied van marketing die voldoen aan de vereisten van permanente educatie conform artikel 11	Min. 5 en max. 30 punten per keer (<i>afhankelijk van voorbereidingstijd en aantal contacturen</i>) 1 PE punt per netto contactuur (<i>voor voorbereiding en verplichte literatuur kunnen extra PE punten worden toegekend</i>)
Promoveren op een marketingonderwerp Tijdens de promotieperiode kunnen punten worden toegekend conform de puntentoekenning voor literatuurstudie in artikel 11. De 100 PE punten worden toegekend in het jaar van de promotie.	300 PE punten + 100 punten voor literatuurstudie

Handboek NIMA	Pagina 17 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

- Waardering: 10 PE punten staan voor 10 uur, 20 PE punten staan voor 20 uur. Dit betreft netto contacturen (exclusief ontvangst, pauzes et cetera) en literatuurstudie.
 - De toekenning van de PE punten voor programma's wordt te allen tijde vooraf vastgesteld door de Persoonscertificeringscommissie, middels accreditatie van programma's. Aanvragen voor het accrediteren van programma's kunnen tegen betaling in behandeling worden genomen.
 - De toekenning van de PE punten per kandidaat wordt bij de (controle) toetsing toegekend door de secretaris van de persoonscertificeringscommissie.
 - Geadviseerd wordt jaarlijks minimaal 20 PE punten te behalen en maximaal 40 PE punten. NIMA draagt zorg voor een voldoende aanbod (programma's waarbij jaarlijks minimaal 100 PE punten te behalen zijn,. De programma's kunnen worden verzorgd door NIMA zelf, in het bijzonder door het NIMA RM-netwerk dat speciaal voor dit doel is opgericht en exclusief voor RM'ers programma's verzorgd of door derde partijen.
3. Aan overige activiteiten c.q. activiteiten die bijdragen aan het marketingvak (recognition to the market) worden punten toegekend conform onderstaande tabel. Zie overzicht bij artikel 7.

Artikel 12: Vereisten aan Permanente Educatie programma's

1. Permanente Educatie Programma's moeten, wat niveau betreft, voldoen aan level 7 of level 8 van het European Qualifications Framework:

Kennis / knowledge	Vaardigheden / skills	Competenties / Competences
Level 7		
<p>* highly specialised practical and theoretical knowledge, some of which is at the forefront of knowledge in a field of work or study, as the basis for original thinking</p> <p>* critical awareness of knowledge issues in a field and at the interface between different fields</p>	<p>specialist research and problem-solving skills, including analysis and synthesis, to develop new knowledge and procedures and to integrate knowledge from different fields</p>	<p>* demonstrate leadership and innovation in work and study contexts that are complex, unpredictable and require new strategic approaches</p> <p>* take responsibility for continuing personal professional development, for contributing to professional knowledge and practice and for reviewing the strategic performance of teams</p>
<p>achievements at level 7 in higher education learning contexts are also described by the descriptors for the second cycle in the EHEA framework[1].</p>		
Level 8		
<p>knowledge at the most advanced frontier of a field of work or study and at the interface between fields</p>	<p>the most advanced and specialised research techniques, including synthesis and evaluation, to solve critical problems and to extend and redefine existing knowledge and/or professional practice</p>	<p>* demonstrate substantial leadership, innovation and autonomy in work, study and research contexts</p> <p>* demonstrate scholarly integrity and sustained commitment to the development of new ideas or processes</p>

achievements at level 8 in higher education learning contexts are also described by the descriptors for the third cycle in the EHEA framework[1].

Handboek NIMA	Pagina 18 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

2. De PE programma's behandelen marketingonderwerpen, die met één of meer van de volgende kenmerken kunnen worden gekwalificeerd:
 - state-of-the-art, actueel in wetenschappelijke discussies & publicaties, voorhoede kennis, kennis breder dan het marketingvakgebied;
 - specifieke expertise, niche expertise op het gebied van marketing, actueel issue
3. PE programma's vallen onder de noemer kennisontwikkeling als een substantieel deel van het programma bestaat uit overdracht van informatie door docenten/sprekers.
PE programma's vallen onder de noemer kennisuitwisseling als een deel van het programma bestaat uit interactie en/of intervisie tussen de deelnemers.
4. Het aantal PE punten wordt toegekend op basis van:
 - Het aantal contacturen, dit wordt toegekend met een afnemend aantal (conform artikel 10, lid 1).
 - De hoeveelheid voorbereidingstijd (conform artikel 10, lid 1).
5. De persoonscertificeringscommissie beoordeelt of het aangeboden programma PE waardig is en kent het aantal PE punten toe.
6. De vereisten aan PE-programma's staan gepubliceerd op de website www.marketingtitle.com

Artikel 13: Toezicht en sancties

1. De Register Marketeer is zelf verantwoordelijk voor het houden van een administratie van de activiteiten die ondernomen zijn in het kader van de hercertificatie. Het verzamelen van bewijsstukken maakt daarvan onderdeel uit.
2. Op het moment van hercertificatie moeten de bewijzen voor hercertificatie bij NIMA beschikbaar zijn. De bewijzen worden opgevraagd in de vragenlijst voor hercertificering. De secretaris van de persoonscertificeringscommissie van NIMA voert de toetsing uit. Naast de bewijsstukken zoals genoemd in de artikelen 4 en 7, kunnen als bewijsmiddelen dienen van:
 - Bestuderen van literatuur:
 - Korte samenvatting van gelezen literatuur met daarin aangegeven de nieuwe inzichten voor de betreffende RM'er. Vermelding van titel publicatie, subtitel, auteur, jaar van uitgave en karakter van de literatuur.
 - Bezoek of deelname aan workshops, lezingen of conferenties.
 - Bewijs van deelname, tevens voorzien van een recensie van de betreffende bijeenkomst inclusief een beschrijving van de leermomenten of punten van inzicht die opgedaan zijn.
3. Indien de certificaathouder na vijf jaar zijn benodigde PE-punten niet heeft behaald, vervalt het certificaat en wordt hij/zij uitgeschreven uit het Register en mag hij/zij de titel RM niet meer voeren. Op deze regel gelden de volgende uitzonderingen:
 - Langdurige ziekte (>1 jaar) van de certificaathouder
 - Langdurig verblijf in het buitenland (>1 jaar) van de certificaathouder
 - Initieel gecertificeerd voor 31 december 2008

Indien, 5 jaar na certificering, tweederde deel van het totaal aantal benodigde PE punten is behaald, dan is het mogelijk in 1,5 jaar de resterende punten alsnog te behalen. Wanneer na het verstrijken van deze 1,5 jaar het benodigde aantal is behaald, volgt hercertificatie. In elk ander geval verliest de certificaathouder zijn certificaat.
4. Een certificaathouder die is uitgeschreven kan op zijn vroegst 3 jaar daarna opnieuw de initiële certificatieprocedure doorlopen.

Handboek NIMA	Pagina 19 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

4. GEDRAGSCODE

Artikel 1: Doel, draagwijdte en structuur van de Gedragscode

1. Het doel van de Gedragscode is om marketeers te weren die door hun gedrag schade aanrichten aan het beroep, de beroepsgenoten, het Register voor Marketeers en het marketingvak. Hiervoor geeft de Gedragscode richtlijnen voor een correct gedrag tijdens de beroepsuitoefening van hen, die op grond van hun specifieke deskundigheid zijn toegelaten tot het Register voor Marketeers.
2. De gedragsregels omschrijven wat het Register voor Marketeers verstaat onder een verantwoorde beroepsuitoefening.
3. Voor gedrag dat valt buiten de beroepsuitoefening geldt als richtlijn het algemene normbesef, zoals dat in het Verdrag van Rome ter bescherming van de rechten van de mens en van de fundamentele vrijheden in algemene zin is neergelegd.
4. De in artikel 1, lid 1 bedoelde deskundigen zullen - gezien de soms omvangrijke sociale, maatschappelijke en economische gevolgen van de activiteiten van de deskundigen - de begrijpelijkheid en de beoordeelbaarheid van dat werk, door degenen die voor die gevolgen aansprakelijk zijn, optimaal dienen te bevorderen.
5. De gedragsregels zijn ook richtlijnen voor correct gedrag bij het ontwikkelen van initiatieven, alsmede bij de uitvoering van opgedragen taken met de daaraan verbonden verantwoordelijkheden. Zij bedoelen tevens een vingerwijzing te zijn voor opdrachtgevers, medewerkers en gebruikers met betrekking tot het door marketeers aanvaarde gedragspatroon.
6. De Gedragscode omvat bepalingen met betrekking tot:
 - a) Begripsbepaling;
 - b) Instellingen;
 - c) Werkingssfeer;
 - d) Gedragsregels.

Artikel 2: Begripsbepaling

1. Onder Register Marketeers worden verstaan de in artikel 1, lid 1 bedoelde deskundigen, die op hun daartoe strekkend verzoek zijn toegelaten tot inschrijving in het Register voor Marketeers als genoemd in artikel 3, lid 1 van deze Gedragscode.

Artikel 3: Instellingen

1. Het Register voor Marketeers, hierna te noemen het Register, is een door NIMA te Amstelveen voortdurend bijgehouden administratie van personen, die zijn toegelaten tot het Register voor Marketeers.
2. De inrichting van het Register berust op een openbaar Reglement.

Artikel 4: Werkingssfeer

1. De Gedragscode is bindend voor alle marketeers, ingeschreven in het Register voor Marketeers.
2. In geval van twijfel over de toepasbaarheid van de code in bepaalde situaties, zal de Register Marketeer in beginsel steeds kiezen voor toepassing van de in de code gestelde gedragsregels, dan wel in de geest van de code handelen.

Handboek NIMA	Pagina 20 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

3. De Register Marketeer heeft een verantwoordelijkheid ten opzichte van zijn/haar werkgever, klanten (zowel industriële als finale), collega's, beroep en het publiek in het algemeen. De leden verplichten zichzelf met inschrijving deze verantwoordelijkheden te erkennen bij de uitoefening van hun beroep en zich te houden aan de gedragsregels van het Register, zoals hierna vermeld.
4. Alle Register Marketeers moeten zich verantwoorden ten opzichte van NIMA voor elke vorm van gedrag dat - volgens NIMA of één van de Register Marketeers - in strijd is met de Gedragscode. NIMA kan disciplinaire maatregelen nemen tegen elk lid dat deze Gedragscode overtreedt.

Artikel 5: Gedragsregels

1. Bij de uitoefening van zijn/haar taak zal de Register Marketeer zich te allen tijde onthouden van al hetgeen dat het aanzien van zijn/haar beroep, zijn/haar beroepsgenoten, het Register voor Marketeers en het marketingvak kan schaden.
2. Uitspraken, handelingen en beslissingen dienen in overeenstemming te zijn met zijn/haar deskundigheid.
3. Bij de uitoefening van zijn/haar taak zal hij/zij er naar streven een product of dienst te leveren, overeenkomend met de geëxpliciteerde verlangens van zijn/haar werkgever of opdrachtgever.
4. In geval van vermeende onduidelijkheden in de verstrekte taak of opdracht pleegt hij/zij overleg met zijn/haar werkgever of opdrachtgever.
5. Indien naar zijn/haar oordeel met de uitvoering van de verstrekte taak of opdracht het belang van de werkgever of opdrachtgever niet optimaal wordt gediend, zal hij/zij deze daarop wijzen.
6. De Register Marketeer zal voor het aangaan van enig dienstverband, dan wel voor het aanvaarden van een taak of opdracht, de werkgever of opdrachtgever verwittigen van het feit dat hij/zij gehouden is bij zijn/haar taakuitvoering de voorschriften van de Gedragscode in acht te nemen; hij/zij zal daarbij duidelijk maken, welke zijn/haar taak, functie en verantwoordelijkheid ter zake van de taak of opdracht zijn.
7. Hij/zij zal de begrijpelijkheid en de beoordeelbaarheid van zijn/haar werk optimaal dienen te bevorderen.
8. Indien hij/zij tijdens de uitvoering van enige taak of opdracht een deel of delen van de aan de taak of opdracht verbonden werkzaamheden door anderen laat uitvoeren, blijft hij/zij daarvoor zelf onverminderd verantwoordelijk, tenzij in overleg met de opdrachtgever anders is of wordt overeengekomen.
9. De Register Marketeer zal er naar streven zijn/haar taken en opdrachten zodanig uit te voeren, dat misbruik dan wel gebruik voor andere doeleinden dan in de taak of opdracht omschreven, binnen de grenzen van zijn/haar bevoegdheden, wordt voorkomen.
10. De Register Marketeer zal de hem/haar voor de uitvoering van de taak of opdracht ter beschikking gestelde middelen en faciliteiten, slechts gebruiken voor de in de taak of opdracht dan wel in de documentatie vermelde doeleinden, tenzij met de werkgever of opdrachtgever anders is of wordt overeengekomen.
11. De Register Marketeer zal geen ander persoon of organisatie tot activiteiten aanzetten die in strijd zijn met de Gedragscode of zelf deelnemen aan zo'n activiteit.
12. De Register Marketeer zal in geen enkele situatie de reputatie of het werk van een andere Register Marketeer bewust en opzettelijk schaden.
13. De Register Marketeer zal te allen tijde eerlijk handelen en ervoor zorgen dat zijn/haar klanten niet worden misleid. Noch zal hij/zij valse of misleidende informatie verstrekken. Hij/zij ziet erop toe dat zijn/haar ondergeschikten zich ook aan deze gedragsregel houden.
14. Er wordt van de Register Marketeer verwacht dat hij/zij tijdens het uitoefenen van zijn/haar beroep als marketeer, te allen tijde actief bezig is met het op peil houden van zijn/haar kennis en kunde die nodig zijn voor de taken of opdrachten van zijn/haar werkgever dan wel opdrachtgever. Hij/zij zal er voor zorgen dat de personen die voor hem/haar werken of opdrachten uitvoeren voldoen aan de eisen die nodig zijn voor het uitvoeren van de gedelegeerde taken en opdrachten en in geval van tekortkomingen alles in het werk stellen om deze tekortkomingen op te heffen.

Handboek NIMA	Pagina 21 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

15. Indien de Register Marketeer belangrijke persoonlijke belangen heeft in een organisatie die concurrerend is met de organisatie van zijn/haar werkgever of opdrachtgever, zal hij/zij deze belangen bekend maken bij die werkgever of opdrachtgever.
16. Indien de Register Marketeer belangrijke persoonlijke belangen heeft bij de aankoop of verkoop van goederen of diensten die plaats kunnen vinden tussen het eigen bedrijf en een andere organisatie, zal hij/zij deze belangen bij zijn/haar organisatie bekend maken.
17. De Register Marketeer zal geen vertrouwelijke informatie verstrekken noch toestaan dat er vertrouwelijke informatie wordt verstrekt aan een persoon of bedrijf zonder schriftelijke toestemming van de eigenaar van de vertrouwelijke informatie.
18. Bij het werven of verkrijgen van taken of opdrachten zal de Register Marketeer zich op een dusdanige manier gedragen, dat deze als professioneel kan worden omschreven.
19. In de omgang met individuele werknemers van potentiële werkgevers of opdrachtgevers zal de Register Marketeer de hoogste mate van integriteit in acht nemen, vooral wanneer deze werknemers in een positie verkeren waarin zij orders kunnen plaatsen of het plaatsen van orders kunnen beïnvloeden. Met name zal men bij het aanbieden van verkoopstimulansen goed moeten opletten en men zal aandacht besteden aan het voldoen aan de relevante wetgeving.
20. De Register Marketeer wordt geacht op de hoogte te zijn van en zich te houden aan de Gedragscode van andere relevante organisaties.

Artikel 6: Uitvoering van de Gedragscode

1. Elke Register Marketeer verplicht zich om behulpzaam te zijn bij het toezicht en de uitvoering van de Gedragscode.
2. Elk verkeerd gebruik van de Gedragscode waardoor er schade wordt gebracht aan de reputatie van het Register voor Marketeers en/of zijn/haar organisatie, wordt beschouwd als een overtreding van de Gedragscode.
3. Gevallen van bezwaren en geschillen worden behandeld door de persoonscertificeringscommissie van NIMA. Een eventueel beroep tegen de uitspraak zal worden behandeld door de Examenkamer.
4. Het Register eist van de gecertificeerde personen dat deze een registratie bijhouden van alle klachten tegen hen binnen de strekking van het afgegeven certificaat.

Artikel 7: Gedragscode persoonscertificering

1. Het Register vereist van de gecertificeerde persoon dat hij/zij een document tekent waarbij hij/zij overeenkomt dat hij/zij:
 - a. zich houdt aan de relevante bepalingen van de certificeringschema's.
 - b. het certificaat alleen gebruikt binnen het bereik waarvoor het certificaat is afgegeven.
 - c. het certificaat niet gebruikt op een manier dat het Register voor Marketeers een slechte naam geeft en in dit kader misleidende of niet toegestane verklaringen afgeeft.
 - d. het gebruik van het certificaat, referenties naar het Register voor Marketeers of het certificaat stopt nadat het certificaat is afgenomen of opgeheven.
 - e. het certificaat of referenties daaraan niet op een misleidende manier gebruikt.
2. Ongepaste referenties aan de certificatie of misleidend gebruik van het certificaat of logo's in catalogussen of publicaties, etc. worden beantwoord met corrigerende maatregelen zoals het innemen van het certificaat en uitschrijving uit het Register, publicatie van de overtreding en, indien noodzakelijk en gepast, verdere legale actie.

Artikel 8: Slotartikel

1. De verantwoordelijkheid voor het aanpassen van de Code aan nieuwe ontwikkelingen berust bij NIMA.

Handboek NIMA	Pagina 22 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

5. UITVOERING PROCEDURE VAN TOELATING REGISTER MARKETEERS

Een intrede-eis tot opname in het Register voor Marketeers is het feit, dat de aanvrager met goed gevolg de toelatingsprocedure heeft doorlopen.

Het onderzoek bestaat uit een dossieronderzoek van gegevens van de aanvrager, een onderzoek van antecedenten en werkervaring alsmede een assessment afgenomen door twee aangewezen assessoren/assessoren (zijnde Register Marketeers) en een onafhankelijk voorzitter (uit de persoonscertificeringscommissie) van het assessment. Op grond van de evaluatie van het onderzoek van dossier en antecedenten alsmede op grond van het assessment zal de Commissie van Toelating besluiten of de aanvraag tot toelating tot een voldoende beoordeling leidt.

De voorbereiding en uitvoering van de toelatingsprocedure verlopen als volgt:

1. Een kandidaat dient een aanvraagformulier bij voorkeur digitaal in via www.marketingtitle.com bij het secretariaat van de persoonscertificeringscommissie van NIMA.
2. De kandidaat dient het aanvraagformulier nader te onderbouwen met de volgende digitale stukken:
 - Een uitgebreid en compleet Curriculum Vitae met een inhoudelijke toelichting op de gevolgde opleidingen in relatie tot marketing, de werkervaring in relatie tot marketing en de invulling van arbeidsrelaties op het gebied van marketing.
 - Afschriften van relevante diploma's en getuigschriften; bij voorkeur officieel gewaarmerkt doch de waarmerking kan ook door het secretariaat worden uitgevoerd, wanneer de kandidaat de originele diploma's of getuigschriften toont.
 - Het door de kandidaat ingevulde formulier van verworven punten.
3. De secretaris van de persoonscertificeringscommissie van NIMA voert het vooronderzoek uit, omvattende:
 - Bestudering van de door de kandidaat aangeleverde documenten: uitgebreid Curriculum Vitae met toelichting op de gevolgde opleiding in relatie tot het marketeer gebied alsmede op de werkervaring in relatie tot het marketeerschap op niveau. Vermelding van de verworven punten in deze.
 - Uitvoeren van een antecedentenonderzoek, bij minimaal 2 referenten, in relatie tot de doorlopen opleidingen en werkervaring / werkgevers met inbegrip van de verslaglegging hiervan. De antecedent is in elk geval een contactpersoon van een bedrijf waarbinnen de kandidaat minimaal zes maanden een functie heeft bekleed.
 - Controle van de compleetheid van het dossier.
 - De secretaris tekent het aanvraagformulier met de toegekende punten.
4. Het aanvraagformulier met daarop vermeld de toegekende punten door de secretaris wordt vooraf aan het assessment ter kennisgeving aangeboden aan de assessoren en wordt vooraf aan de betrokken vergadering CvT voorgelegd aan de leden van de CvT.
5. In vervolg op het vooronderzoek wordt de kandidaat uitgenodigd voor het assessment. Kort voorafgaand aan het assessment wordt bij de kandidaat telefonisch geverifieerd of het Curriculum Vitae van de kandidaat geen wijzigingen heeft ondergaan.
6. De 1^e controle of er een vorm van belangenverstremming is tussen een kandidaat voor het assessment enerzijds en de assessoren of voorzitter anderzijds.
7. De Commissie van Toelating wijst twee behandelend assessoren aan die beiden een geregistreerd Register Marketeer zijn en zijn vermeld op de lijst van goedgekeurde assessoren.

Handboek NIMA	Pagina 23 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

8. Het assessment kent de navolgende agenda:
 - a . Opening en toelichting op het assessment door de voorzitter.
 - b . Vaststellen van onafhankelijkheid van kandidaat, assessoren en voorzitter assessment, dit jegens elkaar
 - c . Voorstellen door de kandidaat (maximaal 5 minuten).
 - d . Vaststellen of het dossier van de kandidaat compleet is conform de procedures inclusief gewaarmerkte diploma's en legitimatie.
 - e . Verificatie van de praktische en strategische marketingkennis en marketingervaring van de kandidaat door de twee assessoren.
 - f . Gelegenheid tot nadere toelichting of vragen door één der betrokkenen aan het assessment.
 - g . Sluiting van het assessment

9. De doorlooptijd van het assessment is als volgt:
 - i. Daadwerkelijk assessment: een uur
 - ii. Evaluatie en verslaglegging: 30 minuten
 - iii. Pauze 15 minuten

10. Bij aanvang van het assessment neemt de kandidaat recht tegenover de assessoren plaats. De assessoren zitten naast elkaar, de voorzitter neemt aan de zijkant (rechts of links) plaats.

11. Het assessment richt zich inhoudelijk op de volgende verificatiepunten:
 - a . Inzage in de gerealiseerde puntenscores inzake opleidingen, werkervaring, functioneren op hoog / strategisch marketingniveau en aanvullende activiteiten.

 - b . Ten tijde van het assessment wordt onderzoek gedaan naar een aantal operationele onderdelen van het functioneren op hoog / strategisch marketing niveau, te weten:
 - i. De functie van de kandidaat in de organisatie waar hij/zij werkt. Onderzocht moet worden of deze functie op een hoog strategisch marketing niveau is gepositioneerd. De directe toegang tot het topmanagement moet aanwezig zijn.
 - ii. De verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de kandidaat met inbegrip van het niveau van leidinggeven, waaruit moet blijken dat de kandidaat mandaat heeft op management niveau en aansturing aan medewerkers realiseert, hetzij direct hetzij indirect.
 - iii. Budgetverantwoordelijkheid van de kandidaat: kan hij/zij op het eigen vakgebied zelfstandig budgetten opstellen en beheren of is een mindere budgetverantwoordelijkheid aan de orde met inbegrip van meer trappen van toestemming vanuit de organisatie.
 - iv. Het zelfstandig kunnen nemen van besluiten op het eigen vakgebied, zonder dat daarin een continue toestemming van hogere functionarissen aan de orde is.
 - v. Toetsing van de marketingstrategie in de eigen onderneming, die van concurrenten of die van cliënten en het trekken van inhoudelijke conclusies en aanbevelingen daarvan met inbegrip van de mate waarin deze conclusies en aanbevelingen dienen te worden gevolgd.
 - vi. De mate van functioneren: het laten maken van marketingplannen, het formuleren van marketing beleid en het niveau daarvan en een trend van realisatie van deze plannen en het beleid.

 - c . Over de punten onder b nemen de assessoren het assessment af en bevragen zij de kandidaat. Over ieder van de 6 punten dient een waardering van 1 tot 10 te worden vastgesteld, onafhankelijk van de andere assessor. Deze waardering wordt in het verslag per assessor afzonderlijk vastgelegd en overgedragen aan de voorzitter.

 - d . De gemiddelde waardering van de twee assessoren dient tenminste gelijk of hoger te zijn dan 36 punten uit 60.

Handboek NIMA	Pagina 24 van 24
OP 08	Versie: 2.2
Inschrijvingsbrochure t.b.v. het Register voor Marketeers	Datum: 3 december 2013

- e . In het geval de voorzitter constateert dat er geen redelijke mate van gelijke waardering aanwezig is, zal hij de verschillen rapporteren aan de Commissie van Toelating. Enkel binnen een marge van 33 tot 36 punten kan de Commissie van Toelating een deliberatie uitvoeren en besluiten tot een hogere waardering te komen, uiteraard onder overlegging van de motivatie in deze.
- f . Direct na het assessment formuleert de voorzitter met de assessoren het advies aan de voorzitter van de Commissie van Toelating. Dit advies wordt inhoudelijk op punten onderbouwd.
- g . De Commissie van Toelating (CvT) bespreekt de rapportage van het vooronderzoek en beoordeelt de inhoudelijke resultaten van het uitgevoerde assessment. De Commissie van Toelating brengt vervolgens op basis van de bespreking schriftelijk besluit uit, onderbouwd met inhoudelijke argumenten, aan de secretaris van de persoonscertificeringscommissie van NIMA. De CvT heeft daarbij de volgende mogelijkheden:
 - Besluit om de kandidaat toe te laten tot het Register;
 - Besluit over bijstelling van het puntentotaal uit het vooronderzoek op basis van inhoudelijke argumenten;
 - Besluit om nader onderzoek te laten uitvoeren door middel van:
 - nader vooronderzoek
 - een herassessment met de inzet van andere assessoren, geheel of gedeeltelijk (dit laatste ter verduidelijking van bepaalde specifiek te benoemen aspecten). Het is daarbij mogelijk dat een van de nieuwe assessoren een lid is van de Commissie van Toelating. Dit commissielid maakt dan vervolgens geen onderdeel uit van de CvT vergadering naar aanleiding van het herassessment;
 - Besluit om de kandidaat niet toe te laten tot het Register.

Het verslag van het assessment en besluitvorming voor de Commissie van Toelating wordt genoteerd op het assessmentformulier (F 02). Eventuele adviezen van de assessoren worden in voorkomende gevallen met de kandidaat besproken door de voorzitter van de Commissie voor Toelating.

12. De Voorzitter van de Commissie voor Toelating stelt het secretariaat van de persoonscertificeringscommissie van NIMA schriftelijk in kennis van het besluit van de Commissie voor Toelating.
13. Het secretariaat van de persoonscertificeringscommissie van NIMA stelt de kandidaat schriftelijk en onderbouwd in kennis van de besluitvorming.
14. In het geval een kandidaat het toelatingsproces niet met goed gevolg doorloopt, bestaat de mogelijkheid voor herkansing. Herkansingen kunnen op verzoek van de kandidaat meerdere malen afgelegd worden, mits de kandidaat de facturen daarvoor betaalt en mits de kandidaat op voorhand aantoont dat hij/zij voldoet aan de intrede-eisen en de tekortkoming(en) van het voorgaande toelatingsproces door hem/haar zijn ingevuld.