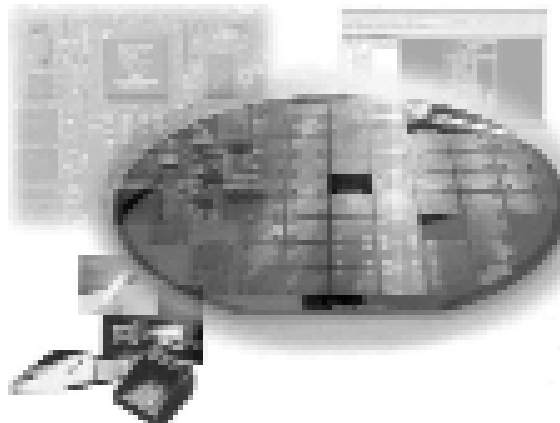


'Scientific Poster Award' voor IMO-onderzoekers

Bij de internationale bijeenkomst Cells at Work II ontvingen **Peter Cooreman** en **Ronald Thoelen** op 13 mei in Maastricht de 'Scientific Poster Award' voor hun bijdrage 'An impedimetric immunosensor based on semiconducting polymer films' met een prijsgeld van 500 euro. Beide onderzoekers zijn verbonden aan de BIOSensoren-groep van het IMO en hun bijdrage kwam tot stand in samenwerking met M. vandeVen, V. Vermeeren, L. Michiels en M. Ameloot (BIOMED) en J. Manca en P. Wagner (IMO/IMOMECE).

We feliciteren beide laureaten en wensen hen nog veel succes met hun verder onderzoek.

BARCO-prijzen



Het FWO-Vlaanderen kent jaarlijks op initiatief van Barco nv drie prijzen toe ter bekroning van afstudeerwerken voor ingenieurs en/of licentiaten die een originele bijdrage leveren in volgende domeinen:

- beeldtechnologie: creatie, visualisatie, detectie, manipulatie, overdracht, analyse, archivering en beheer van beelden;
- sensoren en systemen voor beeldkarakterisatie, textieltoepassingen en automatische inspectie;
- optica: diffractie optica, fotonica, fiberoptische technieken, optische materiaalkarakterisatie, lasertechnologie.

De prijzen bedragen elk 2.500 euro voor afstudeerwerken van het academiejaar 2003-2004, voorgedragen aan een Vlaamse universiteit. Kandidaturen dienen voor 1 oktober 2004, op de daartoe bestemde formulieren, bij het FWO ingediend te worden.

Formulier en reglement op: <http://www.fwo.be>

Wie schrijft de beste marketingthesis van Vlaanderen?

Partners In Marketing (PIM) is een adviesbureau dat strategisch marketingadvies verleent aan middelgrote ondernemingen. De afgelopen twee academiejaren organiseerde Partners In Marketing speciaal voor de studenten TEW en Handelsingenieur van het LUC de wedstrijd "Wie schrijft de beste marketingthesis van Limburg". Dit academiejaar krijgt het initiatief een Vlaams karakter, onder de naam "Wie schrijft de beste marketingthesis van Vlaanderen". De wedstrijd, die nu georganiseerd wordt in samenwerking met Job@, staat open voor de studenten economie, toegepaste economie en handelsingenieur van de Vlaamse universiteiten van Diepenbeek, Leuven, Antwerpen, Gent en Brussel.

Met deze prijs wil Partners In Marketing de aandacht vestigen op marketing zodat dit vakgebied erkend wordt als een professionele bezigheid en als een essentieel element van de bedrijfsstrategie. Een marketinggerichte onderneming heeft immers veel meer kans tot slagen. Bedrijven hebben daarom nood aan goede marketeers.

De professoren marketing van de respectievelijke universiteiten selecteren drie thesissen die volgens hen in aanmerking komen voor de wedstrijd en die hun universiteit mogen verdedigen in de Vlaamse competitie. De finale winnaar wordt aangeduid door een externe jury, samengesteld uit een directielid van Partners In Marketing en marketeers uit het bedrijfsleven.

Tijdens de eerste helft van oktober zal er een afsluitend evenement plaatsvinden waarbij de winnaar bekend gemaakt wordt. De student met de beste marketingthesis ontvangt van Partners In Marketing 1.000 euro. De andere finalisten krijgen een rijvaardigheidskursus van Opel en een abonnement op Bizz Magazine.
