



Leen Helsloot wint Marketingthesis van Vlaanderen 2005

10/11/2005

Het marketing adviesbedrijf Partners In Marketing uit Lommel heeft bij Opel in Antwerpen de prijzen uitgereikt voor de beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2005. De wedstrijd werd voor de vierde keer georganiseerd voor de laatstejaarsstudenten van de vijf Vlaamse universiteiten (Katholieke Universiteit Leuven, Universiteit Gent, Universiteit Antwerpen, Vrije Universiteit Brussel en Universiteit Hasselt). Leen Helsloot van Universiteit Antwerpen won de hoofdprijs van 1.000 €. De finalisten kregen ook een rijvaardigheidstraining van Opel en een abonnement op BIZZ-magazine. Haar marketingthesis heeft als titel "De perceptie en effectiviteit van direct-tot-de-consument reclame en promotie voor geneesmiddelen". De promotor van deze eindverhandeling is Prof. Dr. Patrick De Pelsmacker.

De selectie van de marketingthesissen gebeurde eerst door de universiteiten zelf. De professoren marketing vaardigden aan het einde van het academiejaar de beste eindwerken af voor de wedstrijd. 11 finalisten dongen mee naar de titel van 'Marketingthesis van Vlaanderen'. Na de academische preselectie beoordeelde een jury, bestaande uit organisatoren en practici, de thesissen aan de hand van zes criteria: inhoud, stijl en vorm, actualiteitswaarde, wetenschappelijke onderbouw, praktische haalbaarheid en publiciteitswaarde. Deze beoordeling zorgde voor een ideale mix tussen theorie en praktijk.

Venster sluiten