



Fakultät: Betriebswirtschaft
Seminar/Institut: Institut für Marketing
Professur für Marketing & Pricing

Ab dem 1. August 2016 und ab dem 1. Oktober 2016 ist jeweils die Stelle

einer/eines **wissenschaftlichen Mitarbeiterin/Mitarbeiters**

gemäß § 28 Abs. 1 HmbHG* zu besetzen

Die Vergütung erfolgt nach der Entgeltgruppe 13 TV-L. Die wöchentliche Arbeitszeit entspricht 75% der regelmäßigen wöchentlichen Arbeitszeit.**

Die Befristung des Vertrages erfolgt auf der Grundlage von § 2 Wissenschaftszeitvertragsgesetz. Die Befristung ist vorgesehen für die Dauer von zunächst drei Jahren.

Die Universität strebt die Erhöhung des Anteils von Frauen am wissenschaftlichen Personal an und fordert deshalb qualifizierte Frauen nachdrücklich auf, sich zu bewerben. Frauen werden im Sinne des Hamburgischen Gleichstellungsgesetzes bei gleichwertiger Qualifikation vorrangig berücksichtigt.

Aufgaben:

Zu den Aufgaben einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin/eines wissenschaftlichen Mitarbeiters gehören wissenschaftliche Dienstleistungen vorrangig in der Forschung und der Lehre. Es besteht Gelegenheit zur wissenschaftlichen Weiterbildung, insbesondere zur Anfertigung einer Dissertation; hierfür steht mindestens ein Drittel der jeweiligen Arbeitszeit zur Verfügung.

Aufgabengebiet:

Aufgaben in der Lehre sind insbesondere die Betreuung von Bachelor- und Masterstudenten sowie die Vorbereitung und Mitarbeit bei Vorlesungen, Übungen und Seminaren. Die Lehrverpflichtung beträgt 3 LVS je Stelle.

In der Forschung befassen wir uns mit Fragen des Preis- und Verkaufsförderungsmanagements. In empirischen Arbeiten messen wir die Wirkung dieser Marketing-Instrumente und geben Empfehlungen für ihren optimalen Einsatz, vor allem bei Konsumgütern und Medienprodukten.

Wir bieten eine fundierte wissenschaftliche Ausbildung, eine intensive Betreuung und praxisbezogenes Arbeiten in einem international orientierten Team.

Einstellungsvoraussetzungen:

Abschluss eines den Aufgaben entsprechenden Hochschulstudiums. Gewünscht werden sehr gute Leistungen in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang, ein eigener Anspruch zur Erbringung von Spitzenleistungen in Forschung und Lehre und sehr gute Englischkenntnisse. Weiterhin sind praktische Erfahrung in Bezug auf Marketing-Modelle und Marktforschung sowie fundierte Kenntnisse der Statistik/Ökonometrie vorteilhaft.

Schwerbehinderte haben Vorrang vor gesetzlich nicht bevorrechtigten Bewerberinnen/Bewerbern gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistungen.

Für nähere Informationen sehen Sie bitte unter www.bwl.uni-hamburg.de/mp nach.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (Bewerbungsschreiben, tabellarischer Lebenslauf, Hochschulabschluss, Abiturzeugnis) bis zum 11.05.2016 an Frau Prof. Dr. Karen Gedenk (karen.gedenk@uni-hamburg.de).

* Hamburgisches Hochschulgesetz

** Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit beträgt derzeit 39 Stunden