

UNIVERSITÄT HAMBURG

Fakultät: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Department: Betriebswirtschaftslehre

Seminar/Institut: Arbeitsbereich Marketing und Innovation

Am Arbeitsbereich Marketing und Innovation (Prof. Dr. Thorsten Teichert) der Universität Hamburg, ist ab 01.02.2012 die Stelle

einer **wissenschaftlichen Mitarbeiterin/eines wissenschaftlichen Mitarbeiters**

der Entgeltgruppe 13 TV-L mit drei Vierteln der regelmäßigen Arbeitszeit (29,25 Stunden wöchentlich) zu besetzen.

Das Vertragsverhältnis soll auf drei Jahre bis zum 31.01.2015 befristet werden.* Die Befristung des Vertrages erfolgt auf der Grundlage von § 2 Wissenschaftszeitvertragsgesetz.

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 gleicher Qualifikation vorrangig berücksichtigt.

Aufgaben:

Zu den Aufgaben einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin/eines wissenschaftlichen Mitarbeiters gehören wissenschaftliche Dienstleistungen vorrangig in der Forschung und der Lehre. Im Rahmen der Dienstaufgaben besteht Gelegenheit zur wissenschaftlichen Weiterbildung, insbesondere zur Anfertigung einer Dissertation. Hierfür steht mindestens ein Drittel der vereinbarten Arbeitszeit (9,75 Stunden pro Woche) zur Verfügung.

Aufgabengebiet:

Das inhaltliche Aufgabengebiet umfasst die Erbringung anspruchsvoller Aufgaben als wissenschaftlicher Mitarbeiter in Lehre, Forschung und Praxistransfer des Arbeitsbereiches Marketing und Innovation, wie inhaltlich auf den Internet-Seiten beschrieben: <http://www1.uni-hamburg.de/ami/index.html>, insbesondere aber mit Fokus auf verhaltenswissenschaftliche Analysen im Bereich der Konsumenten- und Strategieforschung.

Einstellungsvoraussetzungen:

Erwartet wird ein erfolgreicher Abschluss eines Hochschulstudiums in Betriebswirtschaftslehre, des Wirtschaftsingenieurwesens oder vergleichbarer Studienrichtung mit Ausrichtung Marketing. Als Person bringen Sie Teamgeist, Internationalität, Praxiserfahrungen sowie Freude an theoriegeleiteter empirischer For-

schung ein. Geboten werden Ihnen anspruchsvolle Forschungs- und Projektarbeiten in einem engagierten Team und die Möglichkeit eines zielorientierten Abschlusses der Promotion.

Zur Ausführung der Tätigkeit ist eine inhaltliche Spezialisierung auf Marketing mit Schwerpunkt Konsumentenverhalten nachzuweisen. Weiterhin ist eine inhaltliche Ausrichtung auf aktuelle Forschungsthemen des Arbeitsbereichs, wie „Judgment and Decision Making“, „Behavioral Strategy“ oder „Marketing Capabilities“, darzustellen. Ein kompromissloses Erbringen von Spitzenleistungen in der Forschung stellt eine Grundvoraussetzung der Tätigkeit dar. Bewerber müssen bereits über einen relevanten theoretischen und methodischen Background verfügen und diesen anhand bereits erbrachter wissenschaftlicher Leistungen dokumentieren können. Des Weiteren sind erste Erfahrungen bei der Organisation und Durchführung von (Forschungs-)Projekten sowie bei der Betreuung von Studierenden bzw. Arbeitsgruppen wünschenswert. Zudem sind nachgewiesenermaßen sehr gute Englischkenntnisse erforderlich, welche Sie durch internationale Erfahrungen nachweisen können.

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

Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen (Bewerbungsschreiben, tabellarischer Lebenslauf, Hochschulabschluss) werden bis zum 05.01.2012 postalisch erbeten an:

Prof. Dr. Thorsten Teichert, Universität Hamburg, Arbeitsbereich Marketing und Innovation, Von-Melle-Park 5, 20146 Hamburg

oder per Email mit Anhang im PDF-Format an Prof. Dr. Teichert unter ami@econ.uni-hamburg.de

Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an ami@econ.uni-hamburg.de oder schauen Sie im Internet unter <http://www1.uni-hamburg.de/ami/> nach.

* gem. §§ 27, 28 Hamburgisches Hochschulgesetz