



Fakultät/Fachbereich: Betriebswirtschaft
Seminar/Institut: Lehrstuhl für Marketing & Customer Insight

Ab dem 15.03.2018 ist 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 50% 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:

Es gilt die aktuelle Lehrverpflichtungsordnung. Sie umfasst derzeit 2 Semesterwochenstunden. Hierunter fallen unselbständige Lehrtätigkeit und sonstige Dienstleistungen in der Lehre, z. B.:

- vorbereitenden Literaturlauswahl und -auswertung und Aufbereitung von Unterrichtsmaterial
- Beratung von Studierenden bei Referaten, Hausarbeits- und Prüfungsthemen
- Vorkorrektur von Klausur-, Haus- und Prüfungsarbeiten sowie Prüfungsaufsicht und Prüfungsbeisitz

Darüber hinaus umfassen die Dienstleistungen in der Forschung insbesondere:

- Konzeption und Erhebung wissenschaftlicher Daten (z.B. durch Literaturrecherche, Feldexperimente, Fragebögen und Modelle)
- Analyse und Interpretation von wissenschaftlichen Daten
- Dokumentation und Publikation von Forschungsergebnissen
- Mitwirken beim Einwerben von Forschungsmitteln und Kooperationspartnern
- Teilnahme an Tagungen und Konferenzen

Einstellungsvoraussetzungen:

Abschluss eines den Aufgaben entsprechenden Hochschulstudiums. Die Wahrnehmung dieser Aufgaben erfordert hervorragende betriebswirtschaftliche Kenntnisse, nachgewiesen durch einen entsprechenden Hochschulabschluss, einen hohen Anspruch zur Erbringung von Spitzen-

* Hamburgisches Hochschulgesetz

** Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit beträgt derzeit 39 Stunden



leistungen in Forschung und Lehre, sehr gute Englischkenntnisse sowie Auslands- und Praxiserfahrung.

Weiterhin sind belastbare Erfahrungen in der Anwendung empirischer Methoden der Sozial- und Verhaltenswissenschaften, insbesondere Online-Befragungen, fortgeschrittene Kenntnisse in der Datenanalyse mit SPSS, R oder Stata erforderlich.

Von Vorteil sind außerdem praktische oder wissenschaftliche Erfahrungen in den Bereichen Automobilmarketing oder Produktdesign. Hohe analytische und quantitative Fähigkeiten sowie professionelle Neugier, Teamfähigkeit und hervorragende kommunikative Fähigkeiten runden Ihr Profil ab.

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

Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an Saskia Pause (saskia.pause@uni-hamburg.de) oder schauen Sie im Internet unter www.bwl.uni-hamburg.de/ci.html nach.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen (Bewerbungsschreiben, tabellarischer Lebenslauf, Hochschulabschluss) bis zum 21.01.2018 an: saskia.pause@uni-hamburg.de.

* Hamburgisches Hochschulgesetz

** Die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit beträgt derzeit 39 Stunden