



Das Institut für Marketing der Universität St.Gallen (IfM-HSG) sucht **ab sofort** eine/n

Doktorand/in.

Am Institut für Marketing fühlen wir uns einem realitätsorientierten Marketing verpflichtet. Wir streben danach, Lernprozesse von Wissenschaft und Praxis zu verbinden. Unsere Projekte zeichnen sich durch eine integrative Sicht aus. Wir arbeiten eng mit Best Practice-Unternehmen zusammen: Unser Ziel ist es, die Kompetenz und Lösungen unserer Kunden und Partner gemeinsam weiterzuentwickeln und die Erfolge in ihren Unternehmen zu steigern. Wir sind neugierig, zukunfts- und vorwärtsgewandt – und streben jeweils nach einem komparativen Erkenntnisfortschritt.

Sie möchten etwas bewegen, interessieren sich für die aktuellen Herausforderungen in den Themenbereichen Channel Management, Digital Marketing und Customer Centricity und möchten an herausfordernden Projekten mitarbeiten?

Zu Ihrem Aufgabengebiet gehören neben der Organisation und Durchführung des DAS Diplomstudiums für Vertriebsleiter auch die Mitarbeit in verschiedenen Forschungsprojekten und der intensiven Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen, wie beispielsweise Bayer, BMW, Die Mobiliar, Google, Procter & Gamble und Swiss Life, die Durchführung quantitativer und qualitativer Untersuchungen, Publikationen in praxisorientierten und wissenschaftlichen Zeitschriften sowie die Betreuung von Lehrveranstaltungen auf der Masterstufe.

Wir bieten Ihnen:

- Eine Assistentenstelle gemäss der Richtlinien der Universität St.Gallen
- Zugang zu Kontakten und Positionierung als Problemlöser auf hoher Führungsebene
- Möglichkeit zur Konzeption und Durchführung von Executive Education
- Herausfordernde und abwechslungsreiche Aufgabenstellungen sowie die Möglichkeit zur Umsetzung wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Unternehmenspraxis
- Partnerschaftliche Arbeitsatmosphäre in einem dynamischen und ambitionierten Team

Wir erwarten von Ihnen:

- Sehr gut abgeschlossenes Universitätsstudium in den Fächern BWL, VWL oder Wirtschafts-Ingenieurwesen (Note 5.0 und besser, gemäss dem Schweizer Notensystem, respektive Note 2.0 und besser, gemäss dem deutschen Notensystem)
- fundierte Kenntnisse in Marketing und idealerweise erste Berufserfahrung
- Erfahrung in der Anwendung quantitativer und/oder qualitativer Forschungsmethoden
- Freude an der Übernahme von Verantwortung, Organisationstalent sowie ein hohes Maß an Eigeninitiative und Flexibilität
- Hohe Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie ein sicheres Auftreten
- Sehr gute Ausdrucksfähigkeit in Deutsch und Englisch

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann überzeugen Sie uns und senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen per E-Mail an: martin.schumacher@unisg.ch.