



Junior Research Manager bei Media Market Insights (m/w/d) in München

Was Sie bei uns erwartet...

- Durchführung von Analysen, Aufbereitung und Steuerung quantitativer und qualitativer Marktdaten aus internen und externen Quellen
- Konzeption und Durchführung von Projekten im Bereich der Produkt- und Markenforschung
- Datenanalyse und aussagekräftige Aufbereitung der Ergebnisse
- Erstellung von Produkt- und Markenanalysen
- Durchführen systematischer Datenanalysen sowie Erarbeiten und Empfehlen zielorientierter Entscheidungsalternativen

Was wir bieten...

- Ambitioniertes Unternehmertum, konstruktive Zusammenarbeit und mutige Innovationen. Möglich wird das durch unser großes Netzwerk, das allen Mitarbeiter:innen die Freiheit aber auch den sicheren Rahmen bietet, kreativ zu sein und Neues zu schaffen
- 30 Tage Urlaub, flexible Arbeitszeiten & Arbeitsorte (nach Absprache) für die ideale Work-Life-Balance,
- Vielfältige Benefits, wie z.B. Zuschuss zur betrieblichen Altersvorsorge, Fahrradleasingprogramm „BurdaBike“, betriebliches Gesundheitsmanagement u.v.m
- Ein Smartphone und einen Laptop zur beruflichen und auch privaten Nutzung
- Kostenlose Zeitschriften und Rabatte auf Zeitschriften-Abonnements
- Persönliche wie auch fachliche Weiterentwicklung und Coaching

Was wir uns von Ihnen wünschen...

- Ihr sozialwissenschaftliches Studium mit den Schwerpunkten Soziologie, Psychologie, BWL o.ä. haben Sie erfolgreich abgeschlossen
- Sie kommen direkt von der Hochschule oder besitzen erste Berufserfahrung in der betrieblichen Marktforschung oder auf Institutsseite
- Sie agieren souverän mit den Office-Programmen Excel und PowerPoint und haben bereits mit SPSS gearbeitet. Sie besitzen darüber hinaus ein ausgezeichnetes Zahlenverständnis und haben Spaß daran, Daten ihre Geheimnisse zu entlocken
- Sie wissen, wie man Daten ansprechend visualisiert. Datenbank-Kenntnisse und Kenntnisse einer Programmiersprache sind von Vorteil.
- Von Vorteil sind darüber hinaus Kenntnisse qualitativer Forschungsmethoden wie Einzelexplorationen oder Gruppendiskussionen hinsichtlich Planung, Durchführung und Interpretation der Ergebnisse
- Abgerundet wird Ihr Profil mit einer schnellen Auffassungsgabe, einer kooperativen und zuverlässigen Arbeitsweise, Konzeptionsstärke und Zielorientierung

[Jetzt bewerben!](#)

Kontakt:

Marius Detmar
Recruiting
+49 (89) 9250 3176
www.burda.de/karriere

Hubert Burda Media

Media Market Insights (MMI) ist die zentrale Forschungsabteilung von Hubert Burda Media und berät die Profitcenter bei Forschungsfragen zu redaktionellen Angeboten, Vertrieb, Werbewirkung und Vermarktung, zu Mediennutzung und Medientrends. Je nach Fragestellung werden Studien bedarfsgerecht konzipiert und umgesetzt oder Marktdaten aus Konsumentenstudien (z.B. b4p, b4t) analysiert.