

## Information Resources GmbH sucht eine/n Research Studenten/in

### Tätigkeit

- Internet und Literatur-Recherche: Gegenüberstellung der Vorteile (und Nachteile) von Modellen auf Basis von Storelevel-Daten und Modellen auf Basis von aggregierten Daten
- Endergebnis ist eine kommentierte Literaturliste (Literaturstelle, Impact, kurzer Abriss der behandelten Fragestellung, Kernaussagen zu Storelevel vs. aggregierten Daten)
- Fokus sind Modelle zur Messung der Preis+ Promotion-Elastizität, weiter von Interesse Modelle zur Werbewirkung, Forecasting, ggf. auch Marktanteilsmodelle etc.
- Stichworte: Scanner data, Storelevel data vs aggregate data, aggregation bias, price elasticity, ggf. auch endogeneity bias

### Anforderungen

- Student oder Doktorand der VWL/BWL/Statistik mit vertieften Kenntnissen in quantitativen Methoden des Marketing, speziell Regressionsmodelle zur Elastizitätsmessung
- gute Englisch Kenntnisse
- vertrauter Umgang mit Literaturrecherche - Systemen (auch Google scholar)

### Rückfragen an:

Dr. Boris Vaillant  
Senior Director  
Business & Consumer Insights (BCI)  
Tel: +49 (0) 211.36119.186  
Mob: +49 171 3047470  
Boris.Vaillant@infores.com

[www.informationresources.de](http://www.informationresources.de)

IRI ist ein weltweit führender Anbieter von umfassenden Marktforschungs- und Marketing-Beratungsleistungen, der seine Kunden aus Konsumgüterindustrie und -handel insbesondere dabei unterstützt, mit überlegenen Strategien für den Point of Sale ertragreich zu wachsen. IRI unterhält ein Handels-Panel, d.h sammelt die Scanner-Daten aller Supermärkte in Deutschland und bieten darauf basierend Analysen an. 95 Prozent der umsatzstärksten Unternehmen aus Konsumgüterindustrie und -handel nutzen IRI zum weiteren Ausbau ihrer Geschäfte.

Ein Schwerpunkt der Abteilung Business & Consumer Insights ist die Erstellung von Marktmodellen zur Analyse des Abverkaufsbeitrags von Marketing-Mix-Maßnahmen. Insbesondere wird der Zusammenhang zwischen Preis und Absatz, sowie der Beitrag einzelner Promotionmaßnahmen am Point of Sale quantifiziert.