

Ingo Balderjahn, Prof. Dr. rer. oec., Dr. rer. pol. habil.

Wissenschaftlicher Kurzlebenslauf

- 1975 bis 1981 Studium des Wirtschaftsingenieurwesens an der Technischen Universität Berlin (Abschluss Dipl.-Ing. „Mit Auszeichnung“)
- 1982 bis 1987 Wissenschaftlicher Mitarbeiterin am Institut für Quantitative Methoden an der Technischen Universität Berlin
- 1986 Promotion zum Dr. rer. oec. (summa cum laude), TU-Berlin
- 1987 bis 1989 Wissenschaftlicher Assistent (C1) am Institut für Quantitative Methoden an der Technischen Universität Berlin
- 1989 bis 1992 Akademischer Rat am Institut für Betriebsforschung, Abteilung Markt und Konsum, an der Universität Hannover,
- 1992 Habilitation und Erlangung der Lehrbefugnis für das Fach Betriebswirtschaftslehre, Universität Hannover
- 1993 bis 2018 Lehrstuhlinhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing an der Universität Potsdam
- Seit April 2018 Inhaber der Seniorprofessur für Betriebswirtschaftslehre und Marketing an der Universität Potsdam

Mitgliedschaften

- Association für Consumer Research
- European Marketing Academy (EMAC)
- The Academy of Marketing Science
- Schmalenbach-Gesellschaft Deutsche Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V.
- Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.
- Mit-Herausgeber der Zeitschrift "Die Betriebswirtschaft (DBW)/Business Administration Review (BARev)" (bis 2016)
- Mitglied des Herausgeberbeirates der Zeitschrift "Marketing ZFP" und des Editorial Board des „Marketing Journal of Research and Management“
- Mitglied des Beirates für Nachhaltige Entwicklung des Landes Brandenburg (bis 2015)