

Lebenslauf

Name	Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik
Geburtsdatum/-ort	1969 in Duisburg
Schulbildung	
1976 – 1977	Grundschule Duisburg
1977 – 1980	Grundschule Tangstedt
1980 – 1989	Gymnasium Schulzentrum Süd
Schulabschluss	
02.06.1989	Abitur (<i>Note: 2,3</i>)
Studium	
01.10.1989 – 31.03.1991	Grundstudium Betriebswirtschaftslehre Universität Hamburg
12.04.1991	Vordiplom
01.04.1991 – 31.03.1996	Hauptstudium Betriebswirtschaftslehre Universität Hamburg Wahlfächer: Marketing, Personalwirtschaftslehre, Wirtschaftsenglisch
11.04.1995	Diplomarbeit (<i>Note: „sehr gut“</i>) Thema: Der Mangel an Flexibilität als Problem der Unternehmenskultur
Studienabschluss	
13.05.1996	Diplom-Kaufmann (<i>Note: „gut“</i>)
Promotion	
09.08.1999	Thema: Unternehmenskultur in den USA und Deutschland (<i>Note: „magna cum laude“</i>)
Berufserfahrung	
01.04.1992 – 31.01.1998	Universität Hamburg <i>Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Englische Sprache und Kultur</i>
16.02.1998 – 30.01.1999	DEA Mineraloel AG <i>Trainee im Bereich Tankstellen</i>

01.02.1999 – 31.01.2000	DEA Mineraloel AG <i>Verkaufsleiter Tankstellen Planung in der Geschäftsleitung Tankstellen Nord</i>
01.02.2000 – 01.01.2002	DEA Mineraloel AG <i>Referatsleiter Shop-Sortimente Food im Bereich Tankstellen Marketing</i>
02.01.2002 – 30.06.2003	Shell & DEA Oil GmbH <i>Senior-Referent Geschäftsentwicklung im Bereich Retail Sales Marketing</i>
01.07.2003 – 30.11.2005	Shell Deutschland Oil GmbH <i>Senior-Referent Planning & Property im Bereich Network</i>
01.12.2005 – 31.12.2007	Shell Deutschland Oil GmbH c/o Shell International Petroleum Co Ltd <i>Global Coordinator Project Planning im Bereich Retail Strategy & Portfolio</i>
01.10.2006 – 31.12.2009	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover <i>Lehrstuhl und Professur für „International Management“</i>
Seit 01.01.2008	Technische Hochschule Lübeck <i>Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbes. Marketing, Management und Unternehmensführung</i>

Zusatzqualifikationen

sehr gute PC-Kenntnisse (u.a. Windows, Word, Excel, PowerPoint, Access)

Sprachkenntnisse

Englisch: verhandlungssicher
Französisch: Grundkenntnisse
Kleines Latein

Außeruniversitäre Aktivitäten

01.04.1990 – 30.09.1994	<i>Mitglied im Fachbereichsrat der Universität Hamburg</i>
01.04.1990 – 30.09.1994	<i>Vorsitzender des Vorstandes des Fachschaftsrates Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hamburg mit u.a. folgenden Tätigkeitsfeldern: Studienberatung, Organisation von Seminaren und Projekten zu Praxis und Berufsthemen (z.B. Berufsseminare)</i>
01.10.1992 – 30.09.1994	<i>Verfasser und Herausgeber des Hauptstudiumsführers und Vorlesungsverzeichnisses für Wirtschaftswissenschaften</i>
01.04.1992 – 31.03.1995	<i>Mitglied der „Internationalen Vereinigung der Studenten der Wirtschaftswissenschaften“ (AIESEC)</i>
01.10.1996 – 21.01.1998	<i>Mitglied der Studenteninitiative „Marketing zwischen Theorie und Praxis“ (MTP)</i>

Wissenschaftliche Publikationen

- 1994 Grundkonzeptionen des Marketing und Ansätze ihrer selektiven Anwendung in Großbritannien, in: Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1994
- 1995 Das Unternehmenskulturkonzept als Managementinstrument und das Problem seiner Inflexibilität, in: Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1995
- 1997 Studie der Abteilung Wirtschaftsenglisch über Internationale Verhandlungsstrategien bei Verkaufsgesprächen, in: uni hh, 28. Jg., Nr. 2 Juli 1997
- 1999 Marktsegmentierung durch Lebensstile als Grundlage moderner Mediaplanung, in: Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1999
- 1999 Unternehmenskultur in den USA und Deutschland (Zugl. Diss.), Rebo-Star Verlag
- 2000 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, in: Schriftenreihe der Kommunikationsakademie Hamburg 2000
- 2001 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, in: Schriftenreihe der Kommunikationsakademie Hamburg 2001
- 2002 Grundkonzeptionen der Entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre, in: Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 2002
- 2003 Grundlagen des Marketing, in: Schriftenreihe der Kommunikationsakademie Hamburg 2003
- 2010 Lürssen, J. / Opresnik, M.: Die heimlichen Spielregeln der Karriere – Wie Sie die ungeschriebenen Gesetze am Arbeitsplatz für Ihren Erfolg nutzen, 3. Aufl., Campus, Frankfurt/New York, 2010
- Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing – A relationship perspective, Vahlen, München, 2010
- 2011 Opresnik, M. / Rennhak, C.: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre – Eine Einführung aus marketingorientierter Sicht, Gabler, Wiesbaden, 2011
- 2013 Der Relaunch, in: Praxishandbuch Relaunch, hrsg. v. W. Pepels, Symposium, Düsseldorf, 2013
- Opresnik, M.: Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung, Springer/Gabler, Berlin, 2013
- 2014 Opresnik, M.: The Hidden Rules of Successful Negotiation and Communication, Springer, Heidelberg/New York/London, 2014

- Bickhoff, N., Hollensen, S., Opresnik, M.: The Quintessence of Marketing, Springer, Heidelberg/New York/London, 2014
- Lürssen, J. / Opresnik, M.: Die heimlichen Spielregeln der Karriere – Wie Sie die ungeschriebenen Gesetze am Arbeitsplatz für Ihren Erfolg nutzen, 4. Aufl., Campus, Frankfurt/New York, 2014
- Opresnik, M.: Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung, 2. Aufl., Springer/Gabler, Berlin, 2014
- 2015
- Opresnik, M. / Rennhak, C.: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, 2. Aufl., Springer/Gabler, Wiesbaden, 2015
- Kotler, P., Keller, K., Opresnik, M.: Marketing Management, 14. Aufl., Pearson, München, 2015
- Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing – A relationship perspective, 2. Aufl., Vahlen, München, 2015
- 2016
- Opresnik, M. / Rennhak, C.: Marketing: Grundlagen, Springer/Gabler, 2016
- Armstrong, G., Kotler, P., Opresnik, M.: Marketing: An Introduction, Global Edition, 13th edition, Pearson, Edinburgh Gate, 2016
- Opresnik, M. / Yilmaz, Oguz: Die Geheimnisse erfolgreichen Online-Marketings mit YouTube. Social-Media-Erfolgsstrategien für Unternehmen und Unternehmer, Springer Gabler
- 2017
- Kotler, P., Keller, K., Opresnik, M.: Marketing Management, 15. Aufl., Pearson, München, 2017
- Opresnik, M.: From Bowling to Pinball: Understanding How Social Media Changes the Generation of Value for Consumers and Companies, in: Meiselwitz, G. (Ed.) Social Computing and Social Media. Human Behavior. SCSM 2017. Lecture Notes in Computer Science, Vol 10282, Springer
- Opresnik, M.: Überzeugend! Wie Sie in Gesprächen, Verhandlungen und Präsentationen erfolgreich sind: Mit gelungener Kommunikation und Rhetorik Menschen begeistern und mehr erreichen, Opresnik Management Consulting
- Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A Comprehensive Guide for Students and Practitioners, Opresnik Management Consulting
- Opresnik, M.: Die Geheimnisse erfolgreicher Verhandlungsführung: Besser verhandeln - in jeder Beziehung, 3. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kolter, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Guide, Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Die Geheimnisse erfolgreicher Kommunikation: Besser reden – in jeder Beziehung, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kolter, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Guide, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Projektmanagement. Systematisch zum Erfolg, Opresnik Management Consulting

2018

Opresnik, M.: Überzeugt! Erfolgreich kommunizieren, präsentieren und verhandeln, 3. Aufl., Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Effective Social Media Marketing Planning – How to Develop a Digital Marketing Plan, in: Meiselwitz, G. (Ed.) Social Computing and Social Media. User Experience and Behavior. SCSM 2018. Vol 10913, Springer

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 2nd ed., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Grundlagen und Praxis: Ein managementorientierter Ansatz, Opresnik Management Consulting

Wissenschaftliche Journals und Funktionen

seit 1.1.2012

Transnational Marketing Journal
ISSN 2041-4684 / e-ISSN 2041-4692
Member of the Editorial Review Board

seit 2015

International Journal of New Technologies in Science and Engineering (IJNTSE)
ISSN 2349-780
Member of the Editorial Board

seit 2015

IRA-International Journal of Management & Social Sciences
ISSN 2455-2267
Member of the Editorial Board

seit 2017

Innovative Marketing
ISSN 1814-2427 / e-ISSN 1816-6326
Member of the Editorial Board

International Journal in Management Research and Social Science
ISSN 2394 – 6407 (Print) & ISSN 2394 – 6415(Online)
Member of the Editorial Board

Lehrtätigkeit

01.10.1997 – 31.01.1998	Universität Hamburg <i>Dozent für Wirtschaftsenglisch</i> Umfang: 2 Semester-Wochenstunden
02.11.1998	Universität Hamburg Kolloquium zur Werbung: Werbung am Beispiel der DEA Mineraloel AG
01.11.1999	Universität Hamburg Kolloquium zur Unternehmensplanung: Standortplanung und Differenzierungsstrategien am Beispiel der DEA Mineraloel AG
01.09.2000 – 31.12.2005	Kommunikationsakademie Hamburg <i>Dozent für VWL, BWL und Marketing</i>
WS 2004/2005	Fachhochschule Nordostniedersachsen International Office Vorlesung: „An introduction to Strategic Marketing“
SoSe 2005	Universität Lüneburg International Office Vorlesung: „An introduction to International Marketing“
03.10.2005 – 23.12.2005	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover Vorlesung: „International Management“
02.01.2006 – 30.09.2006	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover Vorlesung: „International Management“
01.10.2006 – 31.12.2009	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover <i>Lehrstuhl und Professur für „International Management“</i>
Seit 01.08.2003	Europäische Fernhochschule Hamburg <i>Dozent für Betriebswirtschaftslehre und Marketing</i>
Seit 01.01.2008	Technische Hochschule Lübeck <i>Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbes. Marketing, Management und Unternehmensführung</i>
Seit 01.02.2012	Hamburg School of Business Administration (HSBA) <i>Professor für Marketing</i>
Seit 01.01.2013	Zürich School of Management <i>Professor für Marketing</i>
Seit 01.01.2013	Boston Business School <i>Professor für Marketing</i>
Seit 01.01.2013	SMP Management Programm St. Gallen <i>Professor für Marketing</i>
Seit 01.01.2014	Kotler Impact Inc. <i>Professor für Marketing</i>

Gastprofessuren und Funktionen

Seit 01.01.2010

East China University of Science and Technology (ECUST)
Gastprofessor für „International Management“

Seit 01.06.2010

Regent's University London
Gastprofessor für „International Marketing“

Seit 01.01.2013

SGMI Management Institut St. Gallen
Professor für „Marketing und Management“

Referenzen

SGMI Management Institut St. Gallen Romed Guntern
CEO & Chairman

European Business School London Prof. Dr. Ibrahim Sirkeci
Director of the Regent's Centre for Transnational Studies

Shell International Petroleum Co Ltd. Istvan Kapitany
Executive Vice President Retail

Hobbys / Interessen

Literatur, Sport (Joggen, Tennis)

St. Gallen, 26.09.18