

Curriculum Vitae

Name	Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik
Date of birth and birthplace	1969 in Duisburg
Education	
1976 – 1977	Primary Duisburg
1977 – 1980	Primary Tangstedt
1980 – 1989	Grammar school „Schulzentrum Süd“ in Norderstedt
Final examination	
02.06.1989	A-levels (<i>grade: „good“</i>)
Studies	
01.10.1989 – 31.03.1996	Business Economics at the university of Hamburg Examination subjects: Management Economics, Political Economy, Commercial English, HR, Marketing
Final degree	
13.05.1996	Master degree in Economics and Business Administration (Diplom-Kaufmann; <i>grade: “good”</i>)
Doctorate	
09.08.1999	Theme: Corporate Culture in the USA and Germany (<i>„magna cum laude“</i>)
Practical and professional experience	
01.04.1991 – 31.03.1995	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of Political Economy</i>
01.04.1992 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of Commercial English</i>
01.10.1994 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of business studies</i>

16.02.1998 - 30.01.1999	DEA Mineraloel AG <i>Trainee in Retail</i>
01.02.1999 – 31.01.2000	DEA Mineraloel AG <i>Sales Manager Planning</i>
01.02.2000 – 01.01.2002	DEA Mineraloel AG <i>Senior Category Manager Food</i>
02.01.2002 – 30.06.2003	Shell & DEA Oil GmbH <i>Business Development Manager</i>
01.07.2003 – 30.11.2005	Shell Deutschland Oil GmbH <i>Senior Property Consultant</i>
01.12.2005 – 31.12.2007	Shell Deutschland Oil GmbH c/o Shell International Petroleum Co Ltd <i>Global Coordinator Project Planning in Retail Strategy & Portfolio</i>
01.10.2006 – 31.12.2009	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover University of Applied Sciences <i>Professor of International Management</i>
Since 01.01.2008	Technische Hochschule Lübeck <i>Professor of Business Administration with focus on Marketing and Management</i>
Particular abilities	Knowledge of data processing and computer science (Windows, Word, Excel, Powerpoint, Access)
Linguistic proficiency	German: Mother tongue English: Fluent French: Basic
Extracurricular activities at university	
01.04.1990 – 30.09.1994	Member of the board of the student's council of the School of Business and Economics at the University of Hamburg with the following fields of activity: course guidance, organisation of seminars and projects concerning professional experiences)

01.04.1992 – 31.03.1995

Member of the International Association of Students of Economics („AIESEC“)

List of publications

- 1994 An introduction to Marketing and principles of application in the United Kingdom, in:
Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1994
- 1995 The Corporate Culture Concept as a Management Tool and the Problem of its Inflexibility, in
Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1995
- 1997 Research of the department of Commercial English about International Negotiation Strategies, in:
uni hh, 28. Jg., Nr. 2 Juli 1997
- 1999 Market Segmentation, in:
Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 1999
- 1999 Corporate Culture in the USA and Germany (Thesis)
- 2000 An introduction to Political Economy, in:
Schriftenreihe der Kommunikationsakademie Hamburg 2000
- 2001 General Business Administration, in:
Schriftenreihe der Kommunikatinsakademie Hamburg 2001
- 2002 Concepts of decision-oriented Business Economics, in:
Anglo-Amerikanische Wirtschaftsschriften 2002
- 2003 An introduction to 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, Campus, Frankfurt / New York, 2010
- Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing – A relationship perspective, Vahlen, München, 2010
- 2011 Opresnik, M. / Rennhak, C.: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Gabler, Wiesbaden, 2011

- 2013 The Relaunch, in: Praxishandbuch Relaunch by W. Pepels (Editor), Symposion, 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, 2nd ed., 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. / Kotler, 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. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Guide, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting

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

Kotler, P. / Opresnik, M. / Takaoka, K.: 21st Century Marketing: Digitalization and Transformation through Innovation, 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
- Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: Ein praxisorientierter Leitfaden für erfolgreiches Online-Marketing, Opresnik Management Consulting
- 2019
- Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Guide, 3rd ed., Opresnik Management Consulting
- Opresnik, M.: Digital Marketing Research, in: Meiselwitz, G. (Ed.) Social Computing and Social Media. Communication and Social Communities. HCII 2019. Lecture Notes in Computer Science, Vol 11579. Springer
- Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: Ein praxisorientierter Leitfaden für erfolgreiches Online-Marketing, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting
- Armstrong, G., Kotler, P., Opresnik, M.: Marketing: An Introduction, Global Edition, 14th edition, Pearson, Edinburgh Gate, 2019
- 2020
- Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: El marketing en redes sociales: Una guía práctica, Tercera edición, Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Guide, 4th ed., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: El marketing en redes sociales: Una guía práctica, Cuarta edición, Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Grundlagen und Praxis: Ein managementorientierter Ansatz, 3. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: Ein praxisorientierter Leitfaden für erfolgreiches Online-Marketing, 4. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 3rd ed., Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Die Macht der Kommunikativen Intelligenz nutzen. Einfach intelligent erklärte Strategien und Taktiken für erfolgreiche Verhandlungsführung, Verkaufsgespräche und Präsentationen, Opresnik Management Consulting

Kotler, P. / Opresnik, M. / Takaoka, K.: Digital Marketing Management and Transformation by Innovation: How to win in a world of digitalization and create a sustainable business, Opresnik Management Consulting

Effective Online Advertising Strategy, in: Stephanidis C. et al. (eds) HCI International 2020 – Late Breaking Papers: Interaction, Knowledge and Social Media. HCII 2020. Lecture Notes in Computer Science, vol 12427. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-60152-2_31

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 4th ed., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Grundlagen und Praxis: Ein managementorientierter Ansatz, 4. Aufl., Opresnik Management Consulting

Marino, A. / Opresnik, M.: How to Create and Grow a Business with YouTube Marketing and Beyond: The ultimate success guide to building a professional channel, brand and thriving company, Opresnik Management Consulting

2021

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing in 100 Minuten, Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing in 100 Minutes, Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Projektmanagement. Systematisch zum Erfolg, 3. Aufl., Opresnik Management Consulting

Opresnik, M.: Projektmanagement in 100 Minuten, Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing in 100 Minuten, Opresnik Management Consulting

Scientific Journals and functions

Since 1.1.2012

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

Since 2015

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

Since 2015

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

Since 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
Since 2019	Journal of Cloud Computing and Data Science Member of the Editorial Board
Since 2020	Journal of Autonomous Intelligence ISSN 2630-5046 (Online) Member of the Editorial Board
Since 2021	International Journal of Economics and Financial Research Online ISSN: 2411-9407 Print ISSN: 2413-8533 Member of the Editorial Board
	Open Management Online ISSN: 2451-344X Member of the Editorial Advisory Board
Teaching activity	
01.10.1997 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Lecturer for Business English</i>
02.11.1998	University of Hamburg Colloquium: Advertisement
01.11.1999	University of Hamburg Colloquium: Corporate Planning
01.09.2000 – 31.12.2005	Kommunikationsakademie Hamburg <i>Lecturer in Business Administration and Marketing</i>
Winter term 2004/2005	Fachhochschule Nordostniedersachsen University of Applied Sciences International Office Lecture: „An introduction to Strategic Marketing“

Summer term 2005	University of Lüneburg International Office Lecture: „An introduction to International Marketing“
01.10.2006 – 31.12.2009	Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover University of Applied Sciences <i>Professor of “International Management”</i>
Since 01.08.2003	Europäische Fernhochschule Hamburg <i>Lecturer in Business Administration and Marketing</i>
Since 01.01.2008	Technische Hochschule Lübeck <i>Professor of Business Administration with focus on Marketing and Management</i>
Since 01.02.2012	Hamburg School of Business Administration (HSBA) <i>Lecturer in Marketing</i>
Since 01.01.2013	Zürich School of Management <i>Lecturer in Marketing</i>
Since 01.01.2013	Boston Business School <i>Lecturer in Marketing</i>
Since 01.01.2013	SMP Management Program St. Gallen <i>Lecturer in Marketing</i>
Since 01.01.2014	Kotler Impact Inc <i>Professor of Marketing</i>
Visiting professorships	
Since 01.01.2010	East China University of Science and Technology (ECUST) <i>Visiting professor of “International Management”</i>
Since 01.06.2010	Regent’s University London <i>Professor of “International Marketing”</i>
Since 01.01.2013	SGMI Management Institute St. Gallen <i>Professor of “Marketing and Management”</i>

References

SGMI Management Institute 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

Hobbies Literature, Sports (Jogging, Tennis, Golf)

St. Gallen, 15/04/2021