

## Curriculum Vitae

<b>Name</b>	Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik
<b>Date of birth and birthplace</b>	1969 in Duisburg
<b>Education</b>	
1976 – 1977	Primary Duisburg
1977 – 1980	Primary Tangstedt
1980 – 1989	Grammar school „Schulzentrum Süd“ in Norderstedt
<b>Final examination</b>	
02.06.1989	A-levels ( <i>grade: „good“</i> )
<b>Studies</b>	
01.10.1989 – 31.03.1996	Business Economics at the university of Hamburg Examination subjects: Management Economics, Political Economy, Commercial English, HR, Marketing
<b>Final degree</b>	
13.05.1996	Master degree in Economics and Business Administration (Diplom-Kaufmann; <i>grade: “good”</i> )
<b>Doctorate</b>	
09.08.1999	Theme: Corporate Culture in the USA and Germany ( <i>„magna cum laude“</i> )
<b>Practical and professional experience</b>	
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 &amp; 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>
<b>Particular abilities</b>	Knowledge of data processing and computer science (Windows, Word, Excel, Powerpoint, Access)
<b>Linguistic proficiency</b>	German: Mother tongue English: Fluent French: Basic
<b>Extracurricular activities at university</b>	
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, 2<sup>nd</sup> 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, 13<sup>th</sup> 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, 2<sup>nd</sup> 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, 3<sup>rd</sup> 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, 14<sup>th</sup> 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, 4<sup>th</sup> 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, 3<sup>rd</sup> 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](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60152-2_31)

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 4<sup>th</sup> 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

Effective Social Media Marketing Through Customer Journey Mapping, in: Meiselwitz G. (eds) Social Computing and Social Media: Experience Design and Social Network Analysis. HCII 2021. Lecture Notes in Computer Science, vol 12774. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-77626-8\\_31](https://doi.org/10.1007/978-3-030-77626-8_31)

Opresnik, M. / Rennhak, C.: Betriebswirtschaftslehre in 100 Minuten, Opresnik Management Consulting

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

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



Limbeck, M. / Opresnik, M.: Verhandeln oder verkaufen? Egal! Gewinnen ohne zu siegen!: Das Praxishandbuch mit allem, was Sie für erfolgreiche Verhandlungen und Verkaufsgespräche wissen müssen, Opresnik Management Consulting

2022

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: A Practitioner Approach. The ultimate strategy guide for social media success to grow your business, 5<sup>th</sup> ed., Opresnik Management Consulting

Göman, J. / Hollensen, S. / Opresnik, M.: Customer Experience Management 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
<b>Teaching activity</b>	
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  
*Professor of Business Administration with focus on Marketing and Management*

Since 01.02.2012 Hamburg School of Business Administration (HSBA)  
*Lecturer in Marketing*

Since 01.01.2013 Zürich School of Management  
*Lecturer in Marketing*

Since 01.01.2013 Boston Business School  
*Lecturer in Marketing*

Since 01.01.2013 SMP Management Program St. Gallen  
*Lecturer in Marketing*

Since 01.01.2014 Kotler Impact Inc  
*Professor of Marketing*

## Visiting professorships and functions

Since 01.01.2010 East China University of Science and Technology (ECUST)  
*Visiting professor of "International Management"*

Since 01.06.2010 Regent's University London  
*Professor of "International Marketing"*

Since 01.01.2013 SGMI Management Institute St. Gallen  
*Professor of "Marketing and Management"*  
*Member of the board of directors*

St. Gallen Business School  
*Director of the "Center for Strategic Marketing" at the Institute for Corporate Management*

## References

SGMI Management Institute St. Gallen Romed Guntern  
*CEO & Chairman*

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

**Hobbies**

Literature, Sports (Jogging, Tennis, Golf)

St. Gallen, 08/02/2022