

## Lebenslauf

<b>Name</b>	Prof. Dr. Marc Oliver Opresnik
<b>Geburtsdatum/-ort</b>	1969 in Duisburg
<b>Schulbildung</b>	
1976 – 1977	Grundschule Duisburg
1977 – 1980	Grundschule Tangstedt
1980 – 1989	Gymnasium Schulzentrum Süd
<b>Schulabschluss</b>	
02.06.1989	Abitur ( <i>Note: 2,3</i> )
<b>Studium</b>	
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
<b>Studienabschluss</b>	
13.05.1996	Diplom-Kaufmann ( <i>Note: „gut“</i> )
<b>Promotion</b>	
09.08.1999	Thema: Unternehmenskultur in den USA und Deutschland ( <i>Note: „magna cum laude“</i> )
<b>Berufserfahrung</b>	
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 &amp; 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 &amp; 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>
<b>Zusatzqualifikationen</b>	sehr gute PC-Kenntnisse (u.a. Windows, Word, Excel, PowerPoint, Access)
<b>Sprachkenntnisse</b>	Englisch: verhandlungssicher Französisch: Grundkenntnisse Kleines Latinum
<b>Außeruniversitäre Aktivitäten</b>	
01.04.1990 – 30.09.1994	<i>Mitglied im Fachbereichsrat der Universität Hamburg</i>

- 01.04.1990 – 30.09.1994 *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)*
- 01.10.1992 – 30.09.1994 *Verfasser und Herausgeber des Hauptstudiumsführers und Vorlesungsverzeichnisses für Wirtschaftswissenschaften*
- 01.04.1992 – 31.03.1995 *Mitglied der „Internationalen Vereinigung der Studenten der Wirtschaftswissenschaften“ (AIESEC)*
- 01.10.1996 – 21.01.1998 *Mitglied der Studenteninitiative „Marketing zwischen Theorie und Praxis“ (MTP)*

## 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 Gundkonzeptionen 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, 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. 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, 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, Cham., [https://doi.org/10.1007/978-3-319-58559-8\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-319-58559-8_16)

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, Cham., [https://doi.org/10.1007/978-3-319-91521-0\\_24](https://doi.org/10.1007/978-3-319-91521-0_24)

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. HCI 2019. Lecture Notes in Computer Science, Vol 11579. Springer, Cham., [https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5\\_34](https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5_34)

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

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing: Grundlagen und Praxis. Das ultimative Handbuch für erfolgreiches Online-Marketing in den sozialen Medien, 5. Aufl., Opresnik Management Consulting

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

Opresnik, M.: Projektmanagement in 100 Minuten, 3. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Metaverse – the new marketing universe, in: Journal of Business Strategy, <https://doi.org/10.1108/JBS-01-2022-0014>

Hollensen, S. / Kotler, P. / Opresnik, M.: Social Media Marketing in 100 Minuten, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting

The Internet-of-Things and AI and their Use for Marketers, in: Meiselwitz, G. (eds) Social Computing and Social Media: Applications in Education and Commerce. HCII 2022. Lecture Notes in Computer Science, vol 13316. Springer, Cham., [https://doi.org/10.1007/978-3-031-05064-0\\_23](https://doi.org/10.1007/978-3-031-05064-0_23)

Göman, J. / Hollensen, S. / Opresnik, M.: Customer Experience Management in 100 Minutes, Opresnik Management Consulting

Armstrong, G., Kotler, P., Opresnik, M.: Marketing: An Introduction, Global Edition, 15th edition, Pearson, Edinburgh Gate, 2022

2023

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

Limbeck, M. / Opresnik, M.: Verkaufen & Verhandeln mit Strategie – Erfolg im Vertrieb: Wie Sie Verkaufsprozesse erfolgreich führen und jeden Deal mit Erfolg abschließen, 2. Aufl., 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
seit 2019	Journal of Cloud Computing and Data Science Member of the Editorial Board
seit 2020	Journal of Autonomous Intelligence ISSN 2630-5046 (Online) Member of the Editorial Board
seit 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>Lehrtätigkeit</b>	
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.  
*Professor für Marketing*

## **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"*

St. Gallen Business School  
*Leiter des "Zentrums für Strategisches Marketing" am  
Institut für Unternehmensführung*

## **Referenzen**

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

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

## **Hobbys / Interessen**

Literatur, Sport (Joggen, Tennis, Golf)

St. Gallen, 23.01.23