

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, Cham., 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

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, Cham., 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, 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

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

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, 5th 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

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

Opresnik, M.: Projektmanagement. Systematisch zum Erfolg, 4. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Grundlagen und Praxis: Ein managementorientierter Ansatz, 5. Aufl., Opresnik Management Consulting

2024

Erfolg auf TikTok in 100 Minuten. Praxistipps, Kreativstrategien und Insider-Geheimnisse, 1. Aufl., Opresnik Management Consulting

Übungsbuch zur Betriebswirtschaftslehre in 100 Minuten: Im Sprint mit Spaß zum Wesentlichen für alle, 1. Aufl., Opresnik Management Consulting

Betriebswirtschaftslehre in 100 Minuten: Im Sprint mit Spaß zum Wesentlichen für alle, 2. Aufl., Opresnik Management Consulting

Mathematik 5. Klasse in 100 Minuten: Im Sprint mit Spaß zum Wesentlichen für alle, 1. Aufl., Opresnik Management Consulting

Hollensen, S. / Opresnik, M.: Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 5th ed., 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
Lecturer for Business English

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 and functions

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> <i>Member of the board of directors</i>
	St. Gallen Business School <i>Director of the "Center for Strategic Marketing" at the Institute for Corporate Management</i>
Since 11.01.2019	United Nations World Food Programme Innovation Accelerator <i>Advisory Council Member</i>

References

SGMI Management Institute St. Gallen	Romed Guntern <i>CEO & Chairman</i>
Shell International Petroleum Co Ltd.	Istvan Kapitany <i>Executive Vice President Retail</i>

Hobbies

Literature, Sports (Jogging, Tennis, Golf)

St. Gallen, 04/04/2024