

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 experience (internships and practical training)	
26.02.1990 – 30.03.1990	DEA Mineraloel AG <i>Intern in transport and dispatch</i>
03.09.1990 – 12.10.1990	DEA Mineraloel AG <i>Intern in marine sales</i>
01.04.1991 – 31.03.1995	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of Political Economy</i>



26.08.1991 – 11.10.1991	DEA Mineraloel AG <i>Intern in sales department paraffins and waxes</i>
10.02.1992 – 31.03.1992	DEA Mineraloel AG <i>Intern in trade marketing</i>
01.04.1992 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of Commercial English</i>
04.05.1992 – 29.06.1992	Deutsche Shell AG Development of new marketing strategies concerning the prospects of modern filling stations (teamwork)
04.08.1992 – 04.09.1992	DEA Mineraloel AG <i>Intern in filling station marketing</i>
01.12.1992 – 19.05.1993	Dresdner Bank AG Development of new marketing concepts concerning future investment strategies in the European Market (teamwork)
16.03.1993 - 31.12.1993	Tchibo AG <i>Working student in key account management</i>
19.07.1993 – 20.08.1993	Deutsche Shell AG <i>Intern in human resources</i>
01.01.1994 – 30.12.1994	Axel Springer Verlag AG <i>Working student for 2 days per week in market research department</i>
14.02.1994 – 08.04.1994	Unilever GmbH <i>Intern in sales department of Langnese-Iglo GmbH</i>
09.05.1994 – 29.07.1994	Unilever GmbH <i>Working student for 2 days per week at Langnese-Iglo GmbH</i>
01.10.1994 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Assistant to the chair of business studies</i>
02.11.1994 – 30.01.1995	Unilever GmbH <i>Intern for 2 days per week at Langnese-Iglo GmbH</i>



25.01.1995 – 02.03.1995	Bremer Landesbank Capital Markets PLC <i>Intern in general management</i>
01.07.1996 – 30.08.1996	Unilever GmbH <i>Intern for 2 days per week at Langnese-Iglo GmbH</i>
01.10.1996 – 30.06.1997	Siemens AG <i>Intern for 2 days per week in marine sales department</i>
01.07.1997 – 31.12.1997	KPMG Unternehmensberatung GmbH <i>Freelancer in Business Consultancy</i>
01.10.1997 – 31.01.1998	University of Hamburg <i>Lecturer for Business English</i>
Professional experience	
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

Hollensen, S. / Opresnik, M. / Schmidt-Foß, D.: Erfolg auf TikTok in 100 Minuten. Praxistipps, Kreativstrategien und Insider-Geheimnisse, 1. Aufl., Opresnik Management Consulting

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

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

Opresnik, M. / Jung, D.: 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

Hollensen, S. / Opresnik, M. / Singer, M.: Digital Leadership und New Work in 100 Minuten: Im Sprint mit Spaß zum Wesentlichen für alle, 1. Aufl., 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>
01.02.2012 – 01.03.2013	Hamburg School of Business Administration (HSBA) <i>Lecturer in Marketing</i>
Since 01.08.2003	Europäische Fernhochschule Hamburg <i>Lecturer in Business Administration and Marketing</i>
Since 01.01.2008	Technische Hochschule Lübeck <i>Distinguished Professor of Marketing and Management</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>Distinguished Professor of Marketing</i>
Since 01.09.2018	University of Lübeck <i>Distinguished Professor of Marketing</i>
Since 23.09.2024	The International Business School (IBS) <i>Distinguished 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>Distinguished Professor of International Marketing</i>



Since 01.01.2013

SGMI Management Institute St. Gallen
Distinguished 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

Since 11.01.2019

United Nations World Food Programme
 Innovation Accelerator
Advisory Council Member

Since 23.09.2024

The International Business School (IBS)
Distinguished Professor of Marketing
Executive Director of Academic Partnerships and
Development

References

SGMI Management Institute St. Gallen Romed Guntern
CEO & Chairman

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

Hobbies

Literature
 Sports (Jogging, Tennis, Golf)

St. Gallen, 20/12/2024

