

Lebenslauf

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

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

Lehrtätigkeit

01.10.1997 – 31.01.1998

Universität Hamburg
Dozent für Wirtschaftsenglisch
 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
Dozent für VWL, BWL und Marketing



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>
01.02.2012 – 01.03.2013	Hamburg School of Business Administration (HSBA) <i>Professor für Marketing</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 01.01.2013	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. <i>Professor für Marketing</i>
Seit 01.09.2018	Universität zu Lübeck <i>Professor für Marketing</i>



Seit 23.09.2024

The International Business School (IBS)
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"

Member of the board of directors
Mitglied des Akademischen Beirats

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

Seit 11.01.2019

United Nations World Food Programme
 Innovation Accelerator
Mitglied des Beirats

Seit 23.09.2024

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

Referenzen

SGMI Management Institut St. Gallen Romed Guntern
CEO & Chairman

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

Hobbys / Interessen

Literatur, Sport (Joggen, Tennis, Golf)

St. Gallen, 08.03.25

