



Dr. Alexander Schimansky

geb. 1968, Studium in Psychologie und Marketing an der Freien Universität Berlin mit Diplomarbeit zum Thema „Reaktanz bei TV-Werbung“, dann Promotion an der Humboldt Universität zu Berlin zum Thema „Teameffektivität durch Moderation“.

Seit 1996 Dozent an mehreren Hochschulen. Von 2003 bis 2005 Gastprofessor an der Universität der Künste Berlin am Studiengang Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation. Seit 2006 Lehre am Institut für Markenmanagement an der University of Marketing & Communications Potsdam, am Institute of Electronic Business an der Universität der Künste Berlin, an der Technischen Fachhochschule Berlin, der Business & Information Technology School in Iserlohn und an der Europa Fachhochschule Fresenius in Köln. Seit 2006 Head of Brand Research und Associate Partner der kleinundpläcking Markenberatung GmbH Berlin.

Forschungsthemen und Interessengebiete: Markenstärkeanalyse, Markenbewertung und Markenmanagement, Qualitative und Quantitative Markt-, Konsum- und Markenforschung, Konsum- und Werbepsychologie, Strategische Kommunikationsplanung und Kreativität der Werbung.

Ab dem 01.09.07 übernimmt Dr. Alexander Schimansky eine Professur für Marketing an der ISM. (Pressemitteilung der ISM: http://www.ism.de/de2/aktuell_meldung.php?meld_id=1592)

Von ihm erschienen sind:

- Werbung - Konzepte und Strategien für die Zukunft. Vahlen, 2002 (mit Prof. Mattenklott).
- Der Wert der Marke - Verfahren für ein erfolgreiches Markenmanagement. Vahlen, 2004.
- Kreativität der Werbung. Ideenkraft auf dem Prüfstand (in Vorb.). Moderne Industrie.

Kontakt: email: alexander.schimansky@freenet.de
mobil: 0170 - 311 91 43