



Prof. Dr. Renata Thiébaut

Professor of Marketing/Digital Leadership

Pressekontakt

Jessica Barthel-Jelkmann

E: jessica.barthel@gusgermany.de

M: +49 (0)172 3640254

Links

[Gisma](#)

[LinkedIn](#)

[ResearchGate](#)

Über Prof. Dr. Renata Thiébaut

Prof. Dr. Renata Thiébaut ist Professorin für Marketing an der GISMA University of Applied Sciences. Als Expertin für E-Commerce, digitales Marketing und Digitalisierung hat sie im privaten und öffentlichen Sektor, bei Unternehmen wie Alibaba, Tencent und den Vereinten Nationen, in mehreren Ländern und Kontinenten gearbeitet. Von 2018 bis 2020 arbeitete Prof. Thiébaut als Forscherin an der Harvard University.

Die GISMA-Professorin hat einen ähnlich internationalen Bildungsweg hinter sich: einen Bachelor-Abschluss in Brasilien, gefolgt von einem MA und einem PhD während ihrer Zeit in China. Ihre Expertise in den Bereichen E-Commerce, Live-Commerce, digitale Strategie und Transformation in multinationalen Teams ist wegweisend für die Zukunft des Marketings.

Über Gisma University of Applied Sciences

Die Gisma University of Applied Sciences ist eine staatlich anerkannte private Hochschule. Auf ihrem Campus am Jungferensee in Potsdam und Berlin vereint sie Studierende und Lehrende aus über 80 Nationen der Welt.

In ihren 14 Programmen bildet sie Studierende zu nachgefragten Talenten für die globale Geschäftswelt aus, in Management, Leadership, Data Sciences, AI und Softwareengineering. Studierende lernen von forschungsstarken Dozenten sowie von Top-Führungskräften und Gründern. Die Hochschule kooperiert mit einem Netzwerk global agierender Unternehmen aus Wirtschaft und Bildung, wie beispielsweise Zalando, Ebay und Vattenfall und ist Mitglied von „SAP University Alliances“. Ihr Ziel ist es, innovative Impulse auf Wirtschaft und Gesellschaft zu geben, indem sie ihre Studierenden auf die Managementpraxis in einer von ständigem Wandel und zunehmender Komplexität geprägten Welt vorbereitet.

Alle Studiengänge der Gisma sind staatlich anerkannt und werden von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) und dem Akkreditierungsrat begutachtet. www.gisma.com. Zudem ist die Gisma Teil der GUS Germany GmbH (GGG), einem dynamischen Netzwerk von Hochschuleinrichtungen mit mehr als 15.000 Studierenden an Standorten in Deutschland, Europa und darüber hinaus: <https://web.gusgermany.com/>

Vita

Professor

GISMA Business School
Since 2022

COO & Partner

Green Proposition Consulting
Since 2020

Alibaba Global Initiatives

Partner & Professor

Alibaba Business School
2018–2022

Fokusthemen

E-Governance und digitale Regulation

Prof. Thiébaud erforscht die Schnittstellen von Technologie und Regierungsführung. Wie können digitale Tools staatliche Eingriffe optimieren und Bürgerdienste verbessern, während gleichzeitig rechtliche Rahmenbedingungen und Vorschriften eingehalten werden? Wie sind die Auswirkungen aufkommender Technologien auf staatliche Richtlinien und Vorschriften zu bewerten? Dank ihrer weitreichenden Erfahrungen im digitalen Marketing und E-Commerce gewährt Prof. Thiébaud Einblicke in effektive Umsetzungsstrategien in verschiedenen internationalen Modellen.

E-commerce & grenzüberschreitende Projekte

Prof. Thiébaud analysiert die Komplexitäten des globalen Handels im digitalen Zeitalter, einschließlich Strategien für den Markteintritt, Supply-Chain-Management und regulatorische Compliance in verschiedenen Rechtsgebieten. Mit ihrer Erfahrung bei der Arbeit mit multinationalen Unternehmen wie Alibaba und Tencent bietet sie wertvolle Einblicke in die Navigation der Feinheiten internationaler Märkte und die Nutzung digitaler Plattformen für den grenzüberschreitenden Erfolg.

Digitales Marketing, Analytik und digitale Strategie

In diesem Bereich zeichnet sich Prof. Thiébaud durch die Nutzung datengesteuerter Erkenntnisse aus, um umfassende digitale Marketingstrategien zu entwickeln, die das Unternehmenswachstum vorantreiben und das Kundenengagement verbessern. Ihre Forschung konzentriert sich darauf, fortgeschrittene Analysetools und -techniken einzusetzen, um Marketingkampagnen zu optimieren, die Segmentierung der Zielgruppe zu verfeinern und die ROI zu maximieren. Mit ihrem umfangreichen Hintergrund im Bereich digitale Strategie und Transformation bietet sie wertvolle Anleitung, wie digitale Technologien genutzt werden können, um strategische Unternehmensziele zu erreichen und sich in wettbewerbsintensiven Märkten an die Spitze zu setzen.