



# Δρ. Γεωργία Ζούνη

## Βιογραφικό Σημείωμα

Email: gzouni@gmail.com

<http://www.linkedin.com/in/georgiazouni>

### Ακαδημαϊκές Σπουδές

**2011** **Διδακτορικό Δίπλωμα Διδάκτωρ Τουριστικού Μάρκετινγκ (Ph.D.).** Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς  
**Τίτλος Διατριβής:** «Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Διαφορές Εκτιμήσεων και Αντιλήψεων της Τουριστικής Εμπειρίας μεταξύ Επαγγελματιών και Τουριστών»  
**Επιβλέπων:** Καθ. Αθαν. Κουρεμένος  
**Βαθμός:** Άριστα

Κατά τη διάρκεια εκπόνησης της διδακτορικής παρουσίασε μέρος του έργου της στα εξής διεθνή Συνέδρια με κριτές:

EMAC 2010 Conference, Copenhagen Business School, 1-4 June 2010.

ATS International Conference, Athens, Greece, 10-12 February 2010.

Biennial International Conference in Services Marketing, Salonica, 4-6 Nov., 2009

CAPRI FORUM 2009 ON SERVICE MARKETING, Isle of Capri, Italy, June 16-19.

European Marketing Academy Conference (EMAC), Nantes, France, 26-29 May, 2010.

European Marketing Academy Conference (EMAC), Brighton, UK, 25-27 May, 2009.

Hospitality, Tourism & Leisure Conference, University of Strathclyde, UK, 12-14, May 2008.

Advances in Tourism Marketing Conference (ATMC), Valencia, Spain, 10-12 September 2007

- Υπότροφος του Ι.Κ.Υ. για εκπόνηση διδακτορικής διατριβής.

**2000** **Μεταπτυχιακό Δίπλωμα MBA - Μάνατζμεντ Τουρισμού (ΠΜΣ.ΔΕ.ΜΤ),** Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Πανεπιστήμιο Πειραιώς.  
Διπλωματική εργασία Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Το παράδειγμα της Αρχαίας Ολυμπίας. Επιβλέπων: Καθ. Αθαν. Κουρεμένος. **Βαθμός: 8.19 (Λίαν Καλώς)**

- Υπότροφος του Ιδρύματος Λάτση καθ' όλη τη διάρκεια μεταπτυχιακών σπουδών

**1998** **Πτυχιούχος Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ,** Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. **Κατεύθυνση: Μάρκετινγκ**

- Υπότροφος του Ιδρύματος Λάτση καθ' όλη τη διάρκεια προπτυχιακών σπουδών

## Ακαδημαϊκές Διακρίσεις

- **Best Full Paper Award** CHME Conference (University of Strathclyde, 2008)
- Reviewer στο **European Journal of Marketing** (από το 2012)
- Reviewer σε **International Conferences (American Marketing Association, European Marketing Academy)**
- Υπεύθυνη και Μέλος του **Academic Committee** του Ακαδημαϊκή Υπεύθυνος των Θερινών Σχολείων

## 1 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

### ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

#### Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

01/10/2022 – σήμερα

Επίκουρη Καθηγήτρια επί Θητεία με ανάθεση των κάτωθι μαθημάτων:

- ΤΣΚ304. Τουριστικό Μάρκετινγκ (3ο εξάμηνο)
- ΤΣΚ401. Τουριστική Καταναλωτική Συμπεριφορά και Ψυχολογία (4ο εξάμηνο)
- ΤΣΚ502. Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού (5ο εξάμηνο)
- ΤΣΚ601. Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη (6ο εξάμηνο)
- ΤΣΚ701. Διαχείριση Ταυτότητας για Προορισμούς και Τουριστικές Επιχειρήσεις (Brand Management) (7ο εξάμηνο)
- ΤΣΚ803. Νέα Ψηφιακά Μέσα στο Μάρκετινγκ του Τουρισμού (8ο εξάμηνο)
- ΤΣΕΡ01-02. Ερευνητική Εργασία (Επιλογής)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

01/10/2019 – 30/06/2022

Διδάσκων μέσω Προγράμματος «Απόκτηση Ακαδημαϊκής Διδακτικής Εμπειρίας σε Νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς» - Έτη 2019 – 2020 & 2020 – 2021

Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών

Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο 6ο Εξάμηνο τριών μαθημάτων:

- Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού
- Ειδικές Μορφές Τουρισμού 2 – Αγροτουρισμός, Οικοτουρισμός, Γαστρονομικός, Οινολογικός
- Ειδικές Μορφές Τουρισμού 6 – Συνεδριακός, Εκπαιδευτικός, Σχολικός

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2012 – σήμερα

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ (ΠΜΣ-ΔΕ.ΜΤ)

Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών

Αυτοδύναμη Διδασκαλία: «Αρχές Τουρισμού & Τουριστική Πολιτική» – 1ο Εξάμηνο(χειμερινό)

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ - EXECUTIVE MBA**  
**Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών**

**Αυτοδύναμη Διδασκαλία:** «Ψηφιακό Μάρκετινγκ» – 4ο Εξάμηνο (εαρινό)

**Διδασκαλία ως ΠΔ 407 & Επισκέπτης Καθηγητής**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

02/2019 – 06//2019

**Διδασκαλία ως ΠΔ407/80**

**ΤΟΥ113 Καταναλωτική Τουριστική Συμπεριφορά και Ψυχολογία** – 4ο Εξάμηνο (εαρινό, 2019).

Συνδιδασκαλία με **Αναπλ. Καθ. Μ. Τσόγκα.**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

02/2018 – 06//2018

**Διδασκαλία ως ΠΔ407/80**

**ΟΔΕ248 Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης Μάρκετινγκ** – 6ο Εξάμηνο (εαρινό, 2019).

Συνδιδασκαλία με **Καθ. Αθαν. Κουρεμένο.**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2014 – σήμερα

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**Διδασκαλία:** «Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ για Τουριστικές Επιχειρήσεις»

«Social Media στον Τουρισμό»

«Διαχείριση Διαδικτυακών Κριτικών (Tripadvisor)»

«Πώς Βρίσκουμε Νέες Αγορές; Πρακτικά Θέματα Δευτερογενούς Έρευνας Τουριστικής Αγοράς»

**ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΛΟΙΠΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ**

**Αυτοδύναμη Διδασκαλία**

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

2019 – σήμερα

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (Δ.Π.Μ.Σ.) «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ ΤΟΥ ΓΕΩΠΟΝΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ**

**Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: «Αγροτουρισμός/Εναλλακτικός Τουρισμός & Οικοτουρισμός»**

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ** 2016 – 2017  
**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΜΣ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ»**  
**Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: «Διαχείριση Πολιτιστικών Πόρων»**

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ** 2014 – σήμερα  
**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού (ΣΕΠ) στη ΘΕ ΔΤΕ61**  
**Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: «Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων & Επιχειρήσεων»**

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΧΑΛΚΙΔΟΣ** 2004 – 2005  
**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**Έκτακτο Μέλος Εκπαιδευτικού Προσωπικού ως Εργαστηριακός Συνεργάτης στα μαθήματα:**  
**«Διοίκηση Μάρκετινγκ» (5 ώρες την εβδομάδα)**  
**«Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Ι (3 ώρες την εβδομάδα)**

**Διδασκαλία ως Επισκέπτης Καθηγητής**

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ & KENT UNIVERSITY** 2011 – 2020

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΜΠΣ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ (MA HERITAGE MANAGEMENT)**

**Μάθημα:** «Μάρκετινγκ Τουρισμού και Πολιτιστικής Κληρονομιάς (Tourism Marketing and the promotion of cultural heritage)», Υπεύθυνος Καθηγητής: Αναπλ. Καθηγητής **Κ. Ήντουνας**

Επισκέπτης καθηγητής - Επιβλέψεις μεταπτυχιακών εργασιών.

Οι διαλέξεις διεξάγονται στην Αγγλική γλώσσα.

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ** 2014 – 2020  
**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ (Δ.Π.Μ.Σ.) «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ ΤΟΥ ΓΕΩΠΟΝΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ**

Συνδιδασκαλία των εξής μαθημάτων:

- κατά το α' εξάμηνο των ακαδημαϊκών ετών 2014-2015 και 2015-2016 το μάθημα «**Μάρκετινγκ**» (συνδιδασκαλία με Αναπλ. Καθηγητή Γ. Μαλινδρέτο)

- κατά το β' εξάμηνο των ακαδημαϊκών ετών 2016-2017, 2017-2018 και 2018-2019 τη Θεματική Ενότητα με τίτλο «Μάρκετινγκ & Εκπόνηση Επιχειρηματικών Σχεδίων» (συνδιδασκαλία με Αναπλ. Καθηγήτη Γ. Μαλινδρέτο)

## ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΛΟΙΠΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ

### - Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ Β' ΕΙΔΙΚΗΣ ΦΑΣΗΣ ΤΗΣ ΚΣΤ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΣΕΙΡΑΣ Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη	2020
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΝΕΑΠΟΛΙΣ ΠΑΦΟΥ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Στρατηγική Διαχείριση Προορισμών	2020
ALBA GRADUATE BUSINESS SCHOOL ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Digital Communication and Channel Management	2020
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΕΕΔΕ) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ» Υπεύθυνη Προγράμματος Διδασκαλία των Μαθημάτων: Τουριστικό Μάρκετινγκ, Ηλεκτρονικό Τουριστικό Μάρκετινγκ, Επιχειρηματικότητα	2018-2020

## 2 ΣΥΓΓΡΑΦΙΚΟ ΕΡΓΟ - ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

### Ετεροαναφορές (Citations/ Scientific Impact)

Επικαιροποιημένη λίστα ετεροαναφορών διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:

[https://scholar.google.com/citations?user=IXU\\_9KIAAAAJ&hl=en](https://scholar.google.com/citations?user=IXU_9KIAAAAJ&hl=en)

*Google Scholar h-index: 2, Citations: 145 h-index: 42 (31 Αυγούστου 2022)*

### A. Δημοσιεύσεις σε Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά (με αξιολόγηση από Κριτές)

**A.11.** Zouni, G., Hatzimarinakis, S., & Varelas, S. (2022). Tourism Observatories for measuring the COVID-19 impact on tourism. *Journal of Sustainability and Resilience*, 2(1), 2. <https://digitalcommons.usf.edu/jsr/vol2/iss1/2>

**A10.** Lykoudi, D. M., Zouni, G., & Tsogas, M. M. (2022). Self-love emotion as a novel type of love for tourism destinations. *Tourism Geographies*, 24(2-3), 390-411. [re-publication of the A.7 from the

- A9. Zouni, G.,** Nasiou, P. M., Georgaki, I., & Kapetanaki, E. (2021). COVID-19 impact on tourism: Measuring similarities and differences on tourists and tourism businesses' perceptions. **Tourism and Heritage Journal**, 3, 61-93.  
<https://revistes.ub.edu/index.php/tourismheritage/article/view/37446>
- A8.** Pytharoulakis, M., & Zouni, G. (2020). Lobbyscape: A framework about the effect of hotel lobbies' atmospheric elements on customer satisfaction. **Research in Hospitality Management**, 10(2), 107-115. <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1869465>
- A7.** Lykoudi, D. M., **Zouni, G.**, & Tsogas, M. M. (2020). Self-love emotion as a novel type of love for tourism destinations. **Tourism Geographies**, 1-22. [ISSN: 1461-6688 (Print) 1470-1340 (Online), Routledge, **ABS 2\***, **ABDC A**, **2019 Impact Factor 3.159**]  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765009>
- A6. Zouni, G.**, Markogiannaki, P., and Georgaki, I. (2020). Examining the interrelation of destination image, event image and satisfaction for sports mega-events: the case of Athens Classic Marathon-The Authentic. *Tourism Economics*, p.1-16 (**SAGE, ABS 2\*, ABDC A**)  
<https://doi.org/10.1177/1354816619898074>
- A5. Zouni, G.**, Tsogas, M., and Lykoudi, D. (2019) Examining the Relationship between Customer Value - Encounter Satisfaction - Overall Satisfaction in Tourism Destinations. *International Journal of Services, Economics and Management*, Vol.10, No.4, pp.357 – 379. [**Inderscience, Scopus**]  
DOI: [10.1504/IJSEM.2019.105019](https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.105019)
- A4. Zouni, G.**, Bogri and Georgaki (2019). Investigation of the implementation of Internal Marketing to hotels: the case of hotels of the Chania prefecture, Greece. *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*. 2(2), 87-107. DOI: **10.33083/joghat.2019.18**  
<http://www.joghat.org/uploads/2019-vol-2-issue-2-full-text-20.pdf>
- A3. Zouni, G.**, Karlis, A., & Georgaki, I. (2019). Investigation of similarities and differences between Dance Tourism markets: the case of Patras, Greece. *Tourism and Heritage Journal*, 1, 16-31 (Online ISSN: 2604-2347)  
<http://revistes.ub.edu/index.php/tourismheritage/article/view/28119/29407>
- A2. Zouni, G.**, and Digkas, D. (2019). Marketing suggestions for multi-Religious Tourism development: the case of Thessaloniki, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 5, No. 2, pp. 36-42. (ISSN: 2529-1947 - doi: **10.5281/zenodo.3601675**)  
<https://www.jthsm.gr/vol5iss2/5-2-5.pdf>
- A1. Zouni, G.**, and Kouremenos, A. (2008). Do Tourism Providers Know their Visitors? An Investigation of Tourism Experience at a Destination. *Tourism & Hospitality Research*, 8, 282–297. (ISSN: 14673584, **SAGE, ABDC B**)  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1057/thr.2008.30>

## B. Μονογραφίες, Κεφάλαια Βιβλίων, Τιμητικοί Τόμοι

- B14. Zouni, G.** (2022). Sport Tourism Types and Needs. In Buhalis, D. (Ed.) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (pp. 220-223). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.sport.tourism.types>
- B13. Zouni G. & Stratoudaki, M.** (2021). Do tourism providers know their visitors' online behavior? An investigation of digital customer Journey at a Mediterranean destination, In Bozzato, S., & Guadagnoli (ed.) *Tourism in the Mediterranean area between fragility, crisis and new frontiers of development: comparison of practices*. Book Series Tourism Studies on the Mediterranean Region. The McGraw-Hill Companies. (pp.215-240) ISBN 978-88-386-5555-5
- B12. Klouvidaki, D., and Zouni, G.** (2021). 'Travel behaviour of vegetarians and vegans: Investigation and marketing proposals to facilitate the development of vegan food tourism', In Christou, E., & Fotiadis, A. (2022). *Restarting tourism, travel and hospitality*. MISC, International Hellenic University. ISBN: 978-618-5630-05-8. [https://www.researchgate.net/profile/Anestis-Fotiadis-2/publication/359204067\\_Book\\_-\\_Restarting\\_Tourism/links/622e430da39db062db9a71ea/Book-Restarting-Tourism.pdf#page=284](https://www.researchgate.net/profile/Anestis-Fotiadis-2/publication/359204067_Book_-_Restarting_Tourism/links/622e430da39db062db9a71ea/Book-Restarting-Tourism.pdf#page=284)
- B11. Zouni, G.** (2020). Greek Honeymoons: Destination Preferences of national honeymoon travelers, In Daniels, M. and Loveless, C (ed.). Daniels, M., & Wosicki, C. *Wedding planning and management: Consultancy for diverse clients*. **Routledge**, 3rd edition, Chapter 5, Case 5.2 (p. 95). **DOI 10.4324/9780429276828** <https://doi.org/10.4324/9780429276828>
- B10. Zouni, G.** (2019). Branding Strategy for the Adriatic and Ionian Region Analysis and Recommendations. **Printed at Council of Europe** (page no3. the name of the Author). Pages 159 <https://www.adriatic-ionian.eu/wp-content/uploads/2020/07/branding-AI.pdf>
- B9. Zouni G., and Gkougkoulitsas T.** (2019). Tourism Marketing strategies incorporating both tourists and tourism professionals: the case of Thessaloniki, Greece, in *Cultural Sustainable Tourism A Selection of Research Papers from IEREK Conference on Cultural Sustainable Tourism (CST), Greece 2017* Editors: Stankov, U., Boemi, S.-N., Attia, S., Kostopoulou, S., Mohareb, N. (Eds.), **Springer International Publishing**, pp. 161-165. **Doi: 10.1007/978-3-030-10804-5\_16** [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-10804-5\\_16](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-10804-5_16)
- B8. Lykoudi, D., and Zouni, G.** (2019, under review). Comparing the perceived entertainment, economic and urban development impacts on resident's satisfaction with a mega event: A MIMIC model for Olympic Games mega events. Τιμητικός Τόμος Ομότιμου Καθηγητή Π. Μάλλιαρη, **Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς**
- B7. Zouni, G.** (2018). Marketing of Cultural Routes In Council of Europe (eds) *Roadmap for the Adriatic-Ionian Region. Heritage protection, cultural tourism and transnational cooperation through the Cultural Routes*. **Printed at Council of Europe**, pp. 56-71 <https://rm.coe.int/16808ecc0a>
- B6. Thelen, S., Zouni, G., Papatheodorou, A., Tsartas, P., and Stergiou, D.** (2017). Reviewing and upgrading the education and training curricula to revamp Greece's tourism know-how, EU funded grant project, **Greek Ministry of Tourism** ed. Reference No.: SRSS/S2016/013. Pages 183.

<http://www.mintour.gov.gr/userfiles/de145b9b-fc1f-4650-91eb-b6315a192e52/Act%203.1.%20-%20FINAL%20REPORT.docx>

- B5. Ζούνη, Γ.** (2015). Ποιοτική Έρευνα Αναγκών Δεξιότητων» για τον Τουριστικό Τομέα (Δεξιότητες Στελέχους Ψηφιακού Μάρκετινγκ στον τουρισμό), Έκδοση **ΙΝΣΕΤΕ - ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ - ΕΠΑΝΑΔ**, με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 62 pages.  
<http://www.eiead.gr/publications/docs/>
- B4. Zouni, G.,** and Tsogas, M.M (2014). Is overall satisfaction broader than the cumulative sum of individual experiences? An Investigation of Tourism Experience at a Destination, Τμητικός Τόμος Ομότιμου Καθηγητή Μ. Κονδύλη, **Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς** (σελ. 675-688)  
(ISBN: 978-969-6897-05-4)  
<http://odesrvbcp.ode.unipi.gr/images/stories/hvolumes/Timitikos-tomos-Kondyli-Final-ISBN.pdf>
- B3.** Lykoudi, D., and **Zouni, G.** (2013). Host residents' perceptions towards a mega event: the case of the Athens 2004 Olympic Games. Cravidão, F., & Santos, N. (Eds.). (Turismo e cultura: destinos e competitividade. Imprensa da Universidade de Coimbra/ Coimbra University Press. 15 pages.  
Doi: 10.14195/978-989-26-0754-2\_16).  
[http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0754-2\\_16](http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0754-2_16)
- B2. Zouni, G.,** (2012) Services Marketing: Integrating Customer Perspective in Service Experience Measurement Schemes, Τμητικός Τόμος Ομότιμου Καθηγητή Σ. Καρβούνη, **Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς**. (σελ. 863-875, Ταξινομικός αριθμός: 378.495'05 ΠΑΝ)  
<http://oceanos.lib.unipi.gr/Record/H00000046441>
- B1. Ζούνη, Γ.,** (2011). Μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών: διαφορές εκτιμήσεων και αντιλήψεων της τουριστικής εμπειρίας μεταξύ επαγγελματιών και τουριστών. Διδακτορική Διατριβή, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, **Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς**. <http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/handle/unipi/6813>

## **C. Επιστημονικές δημοσιεύσεις σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων με κριτές**

- C23.** Klouvidaki, D., and **Zouni, G.** (2021). The travel behaviour of vegetarians and vegans. How the market can attract them as tourists'': The case of Greece as a travel destination for vegans and vegetarians. TOURMAN Conference Book of extended abstracts. Thessaloniki: International Hellenic University, School of Economics & Business. [https:// doi.org/10.5281/zenodo.5159065](https://doi.org/10.5281/zenodo.5159065) [pp.1240-41]
- C22.** Lykoudi, D., Zouni G., and Tsogas, M. (2020). Destination love, brand love and interpersonal love; an exploratory, comparative study of love across different contexts. Proceedings of the European Marketing Academy, 49th, (62921)
- C21.** Didaskalou, E., Georgakellos, D., and **Zouni, G.** (2020). Environmentally-friendly Policies and Practices as a Marketing Tool in the Tourism industry: The Case of Hotels' Websites in the Region of Attica, Greece, Fifth International Conference on Tourism & Leisure Studies June 18 - 19, 2020 University of Dubrovnik, Dubrovnik, Croatia [virtual presentation].



- C20. Zouni, G., and Roumpoglou A. (2019).** Developing a digital marketing strategy for Thessaloniki as a tourism destination, TOURMAN 2019, October 2019, Thessaloniki, Greece.  
[https://www.tourman.gr/files/TOURMAN\\_2018\\_Proceedings\\_Final.pdf](https://www.tourman.gr/files/TOURMAN_2018_Proceedings_Final.pdf), p.2
- C19. Zouni, G. (2018).** Marketing strategies for the visibility of heritage. Fostering regional development through the Cultural Routes of the Council of Europe. [Workshop Moderator], Routes4U meeting for the Adriatic and Ionian Region (EUSAIR), 6 June 2018, Venice, Italy.  
<https://rm.coe.int/16808afbff>
- C18. Zouni G., and Gkougkoulitsas T. (2017).** Strategic Marketing Planning for Thessaloniki, Greece. IEREK Conference on Cultural Sustainable Tourism, 4-6 September 2017, Thessaloniki, Kentriki Makedonia  
<https://www.ierek.com/events/cultural-sustainable-tourism>
- C17. Zouni, G., Kanelloroulou, S., Kourou, G., and Kouveli, D. (2017).** Η Ανάλυση Μάρκετινγκ ως Εργαλείο στην Ανάπτυξη των Προορισμών: Το Παράδειγμα των Λιβαδιών Πάικου. **2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing & Branding Τόπου**, 31 Μαρτίου – 4 Απριλίου 2017, Λάρισα.  
[\[http://www.placemarketing2.gr/wp-content/uploads/2017/03/programme-%CE%9C%CE%92%CE%A42.pdf](http://www.placemarketing2.gr/wp-content/uploads/2017/03/programme-%CE%9C%CE%92%CE%A42.pdf), σελ.11]
- C16. Kyriakou M., Tsogas, M., Thanasoula, K., Zouni, G. (2017).** Community-Based Creative Tourism: Η Περίπτωση του Δουργούτιου. **2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing & Branding Τόπου**, 31 Μαρτίου – 4 Απριλίου 2017, Λάρισα.  
[\[http://www.placemarketing2.gr/wp-content/uploads/2017/03/programme-%CE%9C%CE%92%CE%A42.pdf](http://www.placemarketing2.gr/wp-content/uploads/2017/03/programme-%CE%9C%CE%92%CE%A42.pdf), σελ.7]
- C15. Lykoudi, D., Pitsakis, K., and Zouni, G. (2015).** Modeling the perceived impacts of mega events on host residents' overall satisfaction. Proceedings of the **44th European Marketing Conference (EMAC)**, Leuven, Belgium, May 26-29, 2015. ISBN number: 978-90-823-8339-0  
**[book of abstracts, <https://kuleuvencongres.be/EMAC2015/w/files/program/>]**
- C14. Zouni, G., Toulas, G., Vlachakis, E., and Seraskeri, N. (2015).** Η Γειτονιά ως Τουριστικός Προορισμός: Διερεύνηση της γειτονιάς του Δουργούτιου στην Αθήνα. **13ο Επιστημονικό Συνέδριο του Ελληνικού Τμήματος της Ευρωπαϊκής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης (ERSA)**, Αθήνα, Ελλάδα.  
<http://eurogeographyjournal.eu/articles/PROGRAMME%20ERSA-GR%202015.pdf>
- C13. Zouni, G., Lykoudi, D., and Kouremenos, A. (2013).** Customer Value and Satisfaction: Investigation of the Relationship and Gaps between destination visitors and tourism providers, [poster presentation], **42th EMAC Annual Conference**, Istanbul Technical University, Istanbul, Turkey, 4-7 June 2013. ISBN 978-9944-380-10-2.
- C12. Davvetas, B., Zouni, G., and Kouremenos, A. (2012)** To Stay or not to Stay: Travel Demographic and Behavior Characteristic as Stay Determinants at a Destination, **2nd Advances in Hospitality and**

**Tourism Marketing and Management (AHTMM) Conference**, 31 May-3 June, 201, Corfu, Greece.  
ISBN 978-960-287-139-3

<http://www.ahtmm.com/conference-proceedings/2nd-ahtmm-conference-proceedings/>

**C11. Ζούνη, Γ., Παπαδημόπουλος, Θ., και Τσόγκας (2012).** Μάρκετινγκ Ιστορικών Προορισμών: Από το “Αρχαίο Πνεύμα Αθάνατο” στο Become Olympian, **1ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing & Branding Τόπου**, Βόλος, 30 Μαρτίου – 1 Απριλίου 2012

<http://www.placemarketing.gr/>

**C10. Zouni, G. (2011).** Do catering providers know their customers and the food experiences they give them? A gap analysis at a tourism destination [presentation] **IMIC 2011** – Valuing the food experience, 2-3 Feb 2011, Athens, Greece. 3 Feb 2011, Athens, Greece.

<http://www.conferences.gr/fileadmin/IMIC/2011/Presentations/Zouni.pdf>

**C9. Zouni, G., Lykoudi, D.M., and Tsogas, M. (2011).** Customer value - encounter satisfaction - overall satisfaction: An empirical examination of the relationship in a destination, **3rd BIC on Services Marketing**, Çeşme, İzmir, Turkey, 07-09 September: Dokuz Eylül University, Faculty of Business.

<http://web.deu.edu.tr/3bic/Programme.html>

**C8. Tsogas, M., Savva, I., and Zouni, G. (2011).** Perceptions of value of foreign tourists when visiting a tourist sub-destination. **3rd BIC on Services Marketing**, Çeşme, İzmir, Turkey, 07-09 September: Dokuz Eylül University, Faculty of Business.

<http://web.deu.edu.tr/3bic/Programme.html>

**C7. Tsogas, M., Zouni, G., & Kouremenos, A. (2010).** Developing a scale for the measurement of customer value from a destination experience. Proceedings of the **39th EMAC Conference**, European Marketing Academy (EMAC), Copenhagen 2010, (June 1-4, 2010, Copenhagen, Denmark). ISBN: 9788792569011 8792569013

**C6. Zouni, G. & Lykoudi, D. (2010).** Are Tourists’ Demographic Factors Affecting Propensity to Stay at a Heritage Destination? A Logistic Regression Analysis Investigation. Proceedings of the **39th EMAC Conference**, European Marketing Academy (EMAC), Copenhagen 2010, (June 1-4, 2010, Copenhagen, Denmark) . ISBN: 9788792569011 8792569013

**C5. Zouni, G. & Kouremenos, A. (2009).** How to Co-Create With a Stranger? The Gap between Real Demographic Profile Of Customers And Service Providers’ Perceptions, **The 2009 Naples Forum on Service: Service-Dominant Logic, Service Science, and Network Theory** Capri, Italy, June 16-19.

<http://www.naplesforumonservice.it/public/index.php?node=65&nm=Paper%2FPublication>

**C4. Zouni, G. & Kouremenos, A. (2009).** Whose Perceptions Are Reality? Revealing the Gap Between Real Demographic Profile Of Visitors And Tourism Providers’ Perceptions, Proceedings of the **38th European Marketing Academy (EMAC) Conference**, May 26-29, 2009, Nantes, France. OCLC Work Id: [369600687](https://www.worldcat.org/oclc/369600687)

**C3. Zouni, G. & Kouremenos, A. (2008).** Measuring tourist experience at destinations: a modified gap analysis, European Marketing Academy Conference (EMAC), Poster session. Proceedings of the **37th European Marketing Academy (EMAC) Conference**, in Perks, K.J., Shukla, P. (ed): Marketing Landscapes: A Pause for Thought (May 27-30, 2008, Brighton, UK) . ISBN (Print), 9781905593422

- C2. [BEST FULL PAPER AWARD] Zouni, G.,** and Kouremenos, A. (2008). Do Tourism Providers Know their Visitors? An Investigation of Tourism Experience at a Destination. In: Conference Proceedings of the **17th Annual CHME Research Conference**. The Scottish Hotel School, Universities' Design and Print, Glasgow, pp. 574-588, University of Strathclyde, Glasgow, UK, 12-14, May. ISBN 0954803914, 9780954803919  
<https://www.bookdepository.com/Conference-Proceedings-17th-Annual-CHME-Research-Conference-Council-for-Hospitality-Management-Education/9780954803919>
- C1. Zouni, G. & Kouremenos, A.** (2007). A gap analysis of tourist destination experience's evaluation and provider's estimation of tourist's Evaluation, in: Andreu, L., Gnoth, J. and Kozak, M. (ed.) Proceedings of the **2007 Advances in Tourism Marketing Conference**, Valencia, Spain, September 10-12, 2007 Publicacions de la Universitat de València. ISBN 9788437068671.

#### **Επιλεγμένα Σύγχρονα Βιβλία (Books) με Ετεροαναφορές:**

- Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. S. (2018). **Creating experience value in tourism** (1<sup>st</sup> & 2nd edition). Wallingford, UK: **CABI**, 259 pages,
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). **Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services**. In Information and communication technologies in tourism 2015 (pp. 377-389). **Springer**, Cham.
- Mariani, Marcello M., et al., eds. **Tourism Management, Marketing, and Development: Volume I: The Importance of Networks and ICTs**. Vol. 1. **Palgrave Macmillan**, 2014.
- Pantelidis, I. S. (Ed.). (2014). **The Routledge handbook of hospitality management**. Routledge.
- Katsoni, V., & Segarra-Oña, M. (2019). *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability*. **Springer International Publishing**.
- Björk, P. E. T. E. R. (2014). Tourist experience value: Tourist experience and life satisfaction. In Nina K. Prebensen, Joseph S. Chen, & Muzaffer S. Uysal, Eds Creating experience value in tourism, Wallingford, UK: pp. 22-32. **CABI**, 2014.
- Tussyadiah, Iis, and Alessandro Inversini, eds. Information and Communication Technologies in Tourism 2015: Proceedings of the International Conference in Lugano, Switzerland, February 3-6, **Springer**, 2015.
- Gren, M. G., & Huijbens, E. H. (2009). Images, the social and earthly matters in Tourism Studies (Vol. 16, No. 1, pp. 1-4). **Icelandic Tourism Research Centre**, Borgum v/Norðurslóð, IS-600 Akureyri.

#### **Επιλεγμένα Περιοδικά με Ετεροαναφορές:**

- Annals of Tourism Research* (1/78 in *Tourism, Leisure and Hospitality Management Ranking, Tourism Management* (2/78), κλπ.
- Sugathan, P., & Ranjan, K. R. (2019). Co-creating the tourism experience. **Journal of Business Research**, 100, 207-217.
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. D., & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. **Current Issues in Tourism**, 21(4), 369-400.
- Harris, L. C. (2012). 'Ripping off' tourists: an empirical evaluation of tourists' perceptions and service

#### 4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

- L15. Ειδικές Μορφές Τουρισμού 6 – Συνεδριακός, Εκπαιδευτικός, Σχολικός**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Ειδικές Μορφές Τουρισμού 6 – Συνεδριακός, Εκπαιδευτικός, Σχολικός», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Τουριστικών Σπουδών, 2020.
- L14. Ειδικές Μορφές Τουρισμού 2 – Αγροτουρισμός, Οικοτουρισμός, Γαστρονομικός, Οινολογικός**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Ειδικές Μορφές Τουρισμού 2 – Αγροτουρισμός, Οικοτουρισμός, Γαστρονομικός, Οινολογικός», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Τουριστικών Σπουδών, 2020.
- L13. Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Τουριστικών Σπουδών, 2019-2020.
- L12. Αγροτουρισμός/ Εναλλακτικός τουρισμός & οικοτουρισμός**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Αγροτουρισμός/ Εναλλακτικός τουρισμός & οικοτουρισμός» του ΔΠΜΣ Επιχειρηματικότητα & Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2019-2020.
- L11. Καταναλωτική Τουριστική Συμπεριφορά και Ψυχολογία**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Καταναλωτική Τουριστική Συμπεριφορά και Ψυχολογία» (μαζί με Επίκ. Καθ. Τσόγκα Μ.), Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Τουριστικών Σπουδών, 2019.
- L10. Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης Μάρκετινγκ**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης Μάρκετινγκ» (μαζί με Καθ. Κουρεμένο Αθ.), Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2018.
- L9. Διαχείριση Πολιτιστικών Πόρων**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Διαχείριση Πολιτιστικών Πόρων» του ΠΜΣ Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών του ΑΤΕΙΘ, 2017-2018.
- L8. Αγροτικό Μάρκετινγκ**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Αγροτικό Μάρκετινγκ» (μαζί με Επίκ. Καθ. Μαλινδρέτο Γ.) του ΔΠΜΣ Επιχειρηματικότητα & Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, 2014-σήμερα.
- L7. Πρακτικά Θέματα Δευτερογενούς Έρευνας Τουριστικής Αγοράς**, Διδακτικές Σημειώσεις για το σεμινάριο «Πώς Βρίσκουμε Νέες Αγορές; Πρακτικά Θέματα Δευτερογενούς Έρευνας Τουριστικής Αγοράς» του Προγράμματος εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης στη Διοίκηση και Οργάνωση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2014-σήμερα.
- L6. Διαχείριση Διαδικτυακών Κριτικών (Tripadvisor)**, Διδακτικές Σημειώσεις για το σεμινάριο «Διαχείριση Διαδικτυακών Κριτικών (Tripadvisor)» του Προγράμματος εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης στη Διοίκηση και Οργάνωση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2014-σήμερα.
- L5. Social Media στον Τουρισμό**, Διδακτικές Σημειώσεις για το σεμινάριο «Social Media στον Τουρισμό» του Προγράμματος εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης στη Διοίκηση και Οργάνωση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2014-σήμερα.
- L4. Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ για Τουριστικές Επιχειρήσεις**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ για Τουριστικές Επιχειρήσεις» του Προγράμματος εξ Αποστάσεως

Εκπαίδευσης στη Διοίκηση και Οργάνωση Τουριστικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2014-σήμερα.

**L3. Αρχές Τουρισμού & Τουριστική Πολιτική**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Αρχές Τουρισμού & Τουριστική Πολιτική» του ΜΠΣ στη Διοίκηση Επιχειρήσεων-Μάνατζμεντ Τουρισμού (ΠΜΣ.ΔΕ.ΜΤ), Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2012-σήμερα.

**L2. Μάρκετινγκ Τουρισμού και Πολιτιστικής Κληρονομιάς**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Μάρκετινγκ Τουρισμού και Πολιτιστικής Κληρονομιάς» του ΜΠΣ MA Heritage Management (μαζί με τον Αναπλ. Καθ. Ηντουνα Κ.) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) & του University of Kent, 2011-σήμερα (στα Αγγλικά).

**L1. Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ**, Διδακτικές Σημειώσεις για το μάθημα «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», 6ο εξάμηνο, ΑΤΕΙ Χαλκίδος, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, 2004, 2005, 2006.

## 5. ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Reviewer, European Journal of Marketing (Emerald), από το 2012
- Reviewer, Journal of Destination Marketing & Management (Elsevier), από το 2019
- Reviewer, Tourism Economics (SAGE), από το 2019
- Reviewer, Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, από το 2019
- Reviewer, 18th Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress. Bari, Italy / July 14-18, 2015. Hosted by AMS and University of Bari Aldo Moro.
- Reviewer, Academy of International Business (AIB) Annual Conference. Istanbul, Turkey July 3–6, 2013 ([https://aib.msu.edu/events/2013/pdfs/AIB2013\\_Conference\\_Program.pdf](https://aib.msu.edu/events/2013/pdfs/AIB2013_Conference_Program.pdf), p.20)
- Reviewer, Environment, Development and Sustainability Journal (Springer Editions), από 2015

## 6. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

- University Network representative for the University of Piraeus at the Cultural Routes of the **Council of Europe Programme - University Network**.
- Session Chair proposal - **Academy of Marketing Science (AMS), 18th World Marketing Congress**. Bari, Italy, July 14-18, 2015 (Session Chair Proposal - δεν παρέστη λόγω capital controls). Session 3.7 Service Quality and Satisfaction in Tourism and Hospitality [program of the Conference: [https://cdn.ymaws.com/www.ams-web.org/resource/resmgr/2015/WMC Preliminary Program NK.pdf](https://cdn.ymaws.com/www.ams-web.org/resource/resmgr/2015/WMC_Preliminary_Program_NK.pdf), p.16]
- Επισκέπτρια Εισηγήτρια στο Πανεπιστήμιο Logos University. Διάλεξη για την ανάπτυξη προοπτικών συνεργασίας σε επίπεδο Τουρισμού, Ιούνιος 2014.
- Academic Coordinator at the 3rd Tourism Summer School (Institute of Euromed Affairs/partnership with Dokuz Eylül University) & Olympian Summer School 2012 (in cooperation with University of Piraeus), Olympia, Greece, 27/07-02/08/12.
- Academic Coordinator at the 2nd Tourism Summer School (Institute of Euromed Affairs/partnership with Dokuz Eylül University) Izmir, Turkey, 11-16 September 2011

## 7. ΜΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΤΡΟΠΩΝ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΤΡΙΒΩΝ

Επιτροπή Αξιολόγησης Διδακτορικής Διατριβής (Ισπανία) - “Destination Branding and the role of emigrants: the case of Morocco”, Fatimazohra Elaoui (2014), PhD Dissertation, Department of Business Management in Rovira i Virgili University, Spain. (Dipòsit Legal: T 308-2015)

## 8. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΚΑΙ ΟΜΙΛΙΕΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ

- **Council of Europe, 11th Cultural Routes of the Council of Europe Annual Advisory Forum**, Chania, Crete (Greece) 5 - 7 October 2022. **Invited Speaker**
- **Council of Europe, Routes4U Final Steering Committee** , Παρουσίαση Στρατηγικής Branding Adriatic Ionian Region (7 July 2020)
- **ΔΙΑΛΟΓΟΙ του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ)**, **Webcast – Σε Αχατογράφητα Νερά ο Τουρισμός**, Συμμετοχή ως ομιλήτης στην ημερίδα, 24 Ιουνίου 2020
- **Επιμελητήριο Κυκλάδων**: εισηγητής webinar για τον COVID-19 σε επιχειρηματίες και στελέχη τουρισμού , 29/05/2020
- **Στρατηγικό Τουριστικό Μάρκετινγκ**, INSETE (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων), 2019-σήμερα. **Digital Marketing**,
- **Digital Marketing Masterclass**, INSETE (Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων), 2016-σήμερα.
- **Επιμελητήριο Κυκλάδων**: εισηγητής σεμιναρίων για επιχειρηματίες και στελέχη τουρισμού , 2019
- ALBA The American College of Greece, Εισηγήσεις Επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα Venture Garden, (μέσω της Πρεσβείας ΗΠΑ), 6 μήνες (2 τρίμηνα), Αθήνα, 2014-2015.
- Career Builder, KARIERA.gr, «Online Marketing», 8 ώρες, από το 2012 έως 2015, Αθήνα.
- Amalia Hotels, «Online Marketing», 12 ώρες-ενδοεπιχειρησιακή εκπαίδευση, Αθήνα.
- Colab Academy, «Διαδικασία Ανάπτυξης και Λανσαρίσματος Νέων Προϊόντων», 8 ώρες, Αθήνα, 2014-2015.
- Τουρισμός: Πώς διαφοροποιούμαστε και ξεχωρίζουμε από τον ανταγωνισμό, Έκθεση HORECA, 5/02/2015
- Εξωστρέφεια, στρατηγική αξιοποίηση & ευημερία τουριστικών προορισμών, Ημερίδα Διεύθυνσης Τουρισμού του Δήμου Ρόδου, Ρόδος, 12/12/2014
- Στρατηγική και Ελληνικός Τουρισμός: Το 4ο S που μας χρειάζεται! Διημερίδα «Ομίλου Καρεκλίδη», Βόλος, Volos Palace, 1/2/2014
- Online Στρατηγική & Τουρισμός: Ναι αλλά Πώς; Έκθεση HORECA, 9 Φεβρουαρίου 2014
- Made in Greece or Made in Κρίση? παραδείγματα από την Online Συμπεριφορά των Τουριστών, Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ, Money Show, 19 Μαρτίου 2014
- Social Media & Υπηρεσίες Τουρισμού, Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ, Money Show, 13 Απριλίου 2013
- Εισηγητής στην περιφερειακή εκδήλωση του του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος στην Κρητη (Ηράκλειο στις 15/6/13 και στα Χανιά στις 16/6/13) μαζί με την **Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (με Καθηγητές κ.κ. ΑΥΛΩΝΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ & ΚΟΥΡΕΜΕΝΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ)**
- Στρατηγική και Ελληνικός Τουρισμός, Έκθεση HORECA, 8/02/2013
- Online Στρατηγική για Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις , Έκθεση Ξενία, 27-11-2011
- 1/03/11 – 30/06/14 Institute of EUROMED Affairs – IEMA, GR Academic partner & lecturer at the Annual Tourism SummerSchool (cooperation with Dokuz Eylul University, with the University of Piraeus)
- Συνεχής παρουσία κι ομιλίες στο δίκτυο Opentourism από το 2010 – σήμερα

## 10.ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΈΡΓΑ

2022- σήμερα **Δήμος Πειραιά στα πλαίσια του ΕΠ Αττική 2014-2020 (με συγχρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης – ΕΤΠΑ).**

«Υποστήριξη για τη δημιουργία και ανάπτυξη Κοινότητας Γνώσης και Καινοτομίας για τη Γαλάζια Οικονομία (ΚΓΚ-ΓΟ) στον Πειραιά» με κωδικό C.894 που χρηματοδοτείται στο πλαίσιο της πράξης με MIS 5074954 από το Δήμο Πειραιά

**Επιστημονικός Υπεύθυνος Επικ. Καθηγητής Γαλανός Γεώργιος**

Συμμετοχή στο Πακέτο Εργασίας Π.Α.3 – Στρατηγικό Σχέδιο διάγνωσης των αναγκών του παραγωγικού περιβάλλοντος για τη Γαλάζια Οικονομία. Σχεδιασμός και Υλοποίηση Πρωτογενούς Έρευνας προς επιχειρήσεις της

### **2021-22 Περιφέρεια Στερεας Ελλάδας**

Δημιουργία Παρατηρητήριου Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας

**Επιστημονικός Υπεύθυνος Καθηγητής Ν. Γεωργόπουλος**

Συμμετοχή στην υλοποίηση όλων των παραδοτέων του έργου

### **2020-21 Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής στο πλαίσιο του νέου ΕΣΠΑ και του Εθνικού Τομεακού Αναπτυξιακού Προγραμματισμού.**

«Επιστημονική Υποστήριξη και Τεκμηρίωση κατά τον σχεδιασμό και την κατάρτιση του αναπτυξιακού προγραμματισμού του Υπουργείου Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής με έμφαση στην Ολοκληρωμένη Θαλάσσια Πολιτική και το Νησιωτικό χώρο, στο πλαίσιο της νέας Προγραμματικής Περιόδου 2021-2027»

**Επιστημονικός Υπεύθυνος Καθηγητής Κότιος Αγγελος**

*Συμμετοχή ως Ειδικός στη Διατύπωση προτάσεων πολιτικής για τη διαμόρφωση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής ανάπτυξης του νησιωτικού χώρου/ Τεκμηρίωση της ανάγκης διαμόρφωσης ενός επιχειρησιακού προγράμματος ή/ και χαρτοφυλακίου για τα νησιά και τη γαλάζια οικονομία*

### **2020 Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Πελοπόννησος 2014 – 2020» που χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση – Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από Εθνικούς Πόρους.**

Υποέργο 4 με τίτλο «Έρευνες παρακολούθησης κοινωνικό-οικονομικών εξελίξεων και δημιουργία ψηφιακού υλικού προβολής του προορισμού Πελοπόννησος» της Πράξης με τίτλο «Δημιουργία και διαχείριση συστήματος διαχείρισης προορισμού (DMS) σε Περιφερειακό επίπεδο» με κωδικό MIS 5034540

**Επιστημονικός Υπεύθυνος Καθηγητής Ν. Γεωργόπουλος**

*Συμμετοχή ως Ειδικός σε θέματα τουριστικού μάρκετινγκ/μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών/ψηφιακού μάρκετινγκ με αποδεδειγμένη εμπειρία στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και στο χώρο του τουρισμού. Συμμετοχή στο Παραδοτέο Πακέτο Εργασίας 3 (ΠΕ3): Π.Ε. 3: Έρευνα στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ και επικοινωνίας του προηγμένου περιφερειακού συστήματος διαχείρισης προορισμού (Destination Management System) Παραδοτέα ΠΕ3 : Π3.1 Μελέτη στρατηγικής ψηφιακού μάρκετινγκ*

### **2019-2020 Regio\_Gnosis Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα**

*Έργο «ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ» (ΚΕΠΠ), με κωδικό C.491 και τίτλο «REGIO GNOSIS ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ» (Αρ. Σύμβασης: 4500056417)*

**Επιστημονικός Υπεύθυνος Καθηγητής Κουρεμένος Αθανάσιος**

Το πρόγραμμα Regio\_Gnosis -«Υποστήριξη μέτρων ενημέρωσης σχετικά με την πολιτική συνοχής της ΕΕ»(με συντονιστή το Πανεπιστήμιο Πατρών και συμμετέχοντες φορείς το Πανεπιστήμιο Πειραιά και το Παρατηρητήριο Οδικών Αξόνων Δυτικής Ελλάδας και Πελοποννήσου (ΠΟΑΔΕΠ) αφορά σε ενέργειες για την βελτίωση της ενημέρωσης των πολιτών σχετικά με τα έργα που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ καθώς και η ευαισθητοποίηση τους για τις επιπτώσεις τους στον κοινωνικό και οικονομικό τομέα, καθώς και την καθημερινότητα των πολιτών.

*Συμμετοχή ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας. Συμμετοχή στα πακέτα εργασίας D (Ενέργειες Προβολής και Δημοσιότητας με στόχο την ενημέρωση των κατοίκων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας) & E (Ενέργειες Προβολής και Δημοσιότητας με στόχο την ενημέρωση των κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής).*

### **2018- 2019 ROUTES4U: Συμβούλιο της Ευρώπης – ΕΕ (Council of Europe and the European Union)**

Το Routes4U είναι ένα κοινό πρόγραμμα μεταξύ του Συμβουλίου της Ευρώπης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το έργο 30 μηνών (2017-20) στοχεύει στην προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης μέσω των πολιτιστικών διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης στις τέσσερις μακροπεριφέρειες της ΕΕ.

- *2019 Συμμετοχή σαν Υπεύθυνη Στρατηγικής σχεδιασμού και επωνυμίας για τον πολιτιστικό τουρισμό 8 χωρών της Αδριατικής και της Ιονίας μακρο-περιοχής.*
- *2018 Συμμετοχή ως moderator στο 1st Routes4U workshop in the Adriatic and Ionian Macro-region” (6 June 2018, in Venice, Italy)- Preparation of the report following the moderation*

2017 **Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Υπουργείο Τουρισμού: Έργο «Τεχνική Βοήθεια για την υποστήριξη της Πολιτικής και του Σχεδιασμού του Τουρισμού για την προώθηση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης στην Ελλάδα»**

*Συμμετοχή σαν Επικεφαλής της Ελληνικής Ομάδας Έργου (Greek Component Leader) για την Τουριστική Εκπαίδευση στην Ελλάδα*

2017 **RIS3 «Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης»**

**Το έργο RIS3 Crete** της «Στρατηγικής Έξυπνης Εξειδίκευσης» της Περιφέρειας Κρήτης, στο πλαίσιο της «Επιχειρηματικής Ανακάλυψης» (Entrepreneurial Discovery) στοχεύει να αναπτυχθούν συνέργειες για την ανάπτυξη καινοτομικών εφαρμογών και προϊόντων, με στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας – ανταγωνιστικότητας.

*Συμμετοχή σαν Συντονιστής της ενότητας «Marketing και προώθηση τουριστικού προϊόντος» στη Διαβούλευση του Α΄ Κύκλου του Πολιτιστικού – Τουριστικού Τομέα*

2014-2016 **Goals Πρόγραμμα της ΕΕ - Co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF)**

Το πρόγραμμα GOALS στοχεύει στην εφαρμογή μιας κοινής στρατηγικής για την ενσωμάτωση του μοντέλου «Ολικής Διαχείρισης Ποιότητας» στην τουριστική βιομηχανία και στη δημιουργία νέων τουριστικών διαδρομών και πακέτων.  
*Συμμετοχή σαν εμπειρογνώμονας ερευνητής στο πρόγραμμα*

2012 **DANTE (INTERREG IV) EU**

Ο στόχος του DANTE είναι να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα των περιφερειακών πολιτικών στον τομέα της καινοτομίας, ενισχύοντας τον βασικό ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει η κοινωνία της πληροφορίας στην τουριστική οικονομία των αγροτικών και ορεινών περιοχών.

*Συμμετοχή με παρουσίαση στο Workshop, Destination Marketing & Communication Strategies: the case of Olympia (Greece), EU INTERREG IV Program, Hersonissos, 17-18/5/2012*

2004 - 2005 **ΕΠΕΑΕΚ II: «Ανάπτυξη, Διαχείριση, Παρακολούθηση του πανελληνίου Διαγωνισμού για την ανάπτυξη επιχειρηματικών σχεδίων»**

Επιστημονικός Υπεύθυνος: Καθηγητής Κονδύλης Εμμ

- Απασχόληση στο Υπόεργο1 «Ανάπτυξη, Διαχείριση, Παρακολούθηση του πανελληνίου Διαγωνισμού για την ανάπτυξη επιχειρηματικών σχεδίων» (ΕΠΕΑΕΚ II)..
- *Συμμετοχή σαν Μέλος ομάδας Έργου*

## 11. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

**ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ – ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

2018- σήμερα

*Cultural Routes Evaluation Expert for 2022-23*

*Expert στο έργο Routes4U*

*Ειδική Εμπειρογνώμονας Στρατηγικής Μάρκετινγκ και Branding Μακρο-Περιοχών*

- Εμπειρογνωμόνων υπεύθυνη για την αξιολόγηση και πιστοποίηση των Πολιτιστικών Διαδρομών του Συμβουλίου της Ευρώπης για το πρόγραμμα «2022-2023 Cultural Routes Certification Cycle»



- Υπεύθυνη Στρατηγικής σχεδιασμού και επωνυμίας (branding Strategy) για τον πολιτιστικό τουρισμό 8 χωρών της Αδριατικής και της Ιονίας μακρο-περιοχής, 2019
- Υπεύθυνη για Moderation of Marketing workshop - 1st Routes4U workshop in the Adriatic and Ionian Macro-region” ( 6 June 2018, in Venice, Italy)
- Reports development about marketing and visibility of cultural tourism in macroregions, 2018

#### **ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ – ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ**

2017

Επικεφαλής της Ελληνικής Ομάδας Έργου (Greek Component Leader)

#### **ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

2014 – σήμερα

Αυτοαπασχολούμενος

#### **CVEXPERTS ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΚΑΡΙΕΡΑΣ**

2007 – σήμερα

Συνιδρυτής & Εξωτερικός Σύμβουλος, <https://www.cvexperts.gr/>

#### **ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΚΟΤΡΕΤΣΟΣ ΑΕ**

2010 – σήμερα

Μέτοχος & Εξωτερικός Σύμβουλος

- Μέτοχος & Διατελέσασα Μέλος ΔΣ
- Συνεισφορά ως Σύμβουλος Μάρκετινγκ σε Όμιλο 3 ξενοδοχείων στην Αρχαία Ολυμπία.

#### **WURTH Ελλάς ΑΕ**

1999- 2010

Στέλεχος Τμήματος Marketing

- Απασχόληση με σύμβαση αορίστου χρόνου σε Γερμανική Πολυεθνική Εταιρεία.

## **12.ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ**

### **Πιστοποίηση στην ανοιχτή & εξ' αποστάσεως εκπαίδευση και στις νέες τεχνολογίες με δια ζώσης διαδικασία:**

- Παρακολούθηση διαδικτυακού σεμιναρίου διάρκειας 25 ωρών και λήψη πιστοποιητικού επιμόρφωσης στην ανοιχτή & εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης, μετά από γραπτή εξέταση (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Μονάδα εσωτερικής αξιολόγησης και επιμόρφωσης, 4 Απριλίου έως 11 Ιουνίου 2016)
- Παρακολούθηση διαδικτυακού σεμιναρίου διάρκειας 13 ωρών και λήψη πιστοποιητικού επιμόρφωσης στις Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών του ΕΑΠ, μετά από γραπτή εξέταση (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Μονάδα εσωτερικής αξιολόγησης και επιμόρφωσης, 4 Απριλίου έως 11 Ιουνίου 2016)

#### **Ξένες Γλώσσες**

Αγγλικά : Άριστη γραπτή και προφορική επικοινωνία (Cambridge Proficiency in English)

Γαλλικά : Καλή γραπτή και προφορική επικοινωνία (Certificat-DELF 1-3-4)

Ιταλικά : Μέτρια γραπτή και προφορική επικοινωνία (Elementare di PALCO)

#### **Τεχνικές Γνώσεις**

Στατιστικά Πακέτα: SPSS • Statgraphics

MS Office: Word • Excel • PowerPoint

Διαδίκτυο: Digital Marketing, SOSTAC Planning,, Social media Marketing (Facebook, Twitter, κλπ • Μέτρηση επίδοσης digital marketing campaigns, και αξιολόγηση βάσει στόχων (ROI, KPIs)

#### **Λοιπές Πιστοποιήσεις**

- Εγγεγραμμένη στο Μητρώο Κύριου Διδακτικού Προσωπικού του Εθνικού Κέντρου Δημόσιας Διοίκησης & Αυτοδιοίκησης (ΕΚΔΔΑ, Αρ.Απόφασης :4549-20/02/2020)
- Εγγεγραμμένη στο Μητρώο Εισηγητών ΛΑΕΚ του ΟΑΕΔ
- Εγγεγραμμένη στο μητρώο διδασκόντων Κολλεγίων του Υπουργείου Παιδείας (Αρ. Μητρώου: 20/2012)

#### **Επιστημονικές Ενώσεις**

- Μέλος Οικονομικού & Οικονομοτεχνικού Επιμελητηρίου Ελλάδος
- Μέλος του International Network of Tourism Research and Academic Community (TRINET)

#### **Πρωτοβουλίες ως προς τον Τουρισμό**

- Ιδρυτικό μέλος του Τουριστικού Δικτύου Orentourism, με πάνω από 14.500 μέλη
- Ιδρυτικό μέλος συλλόγου αποφοίτων MBA Τουρισμού Πανεπιστήμιο Πειραιώς

#### **Πρωτοβουλίες ως προς την Επιχειρηματικότητα**

- Ακαδημαϊκή Υπεύθυνη στο Colab Workspace, τον πρώτο εκκολαπτήριο startup επιχειρήσεων στην Ελλάδα
- Εισηγητής Σεμιναρίων Επιχειρηματικότητας (πχ. ALBA Venture Garden)
- Συνιδρυτής της CVexperts, εταιρίας Συμβουλευτικής Καριέρας
- Μέλος και Σύμβουλος της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων (EENE- HSA)
- Μέντορας νεοφυών επιχειρήσεων.

#### **Ακαδημαϊκές Διακρίσεις**

- 2008 Best Paper Award – 17th Annual International CHME Research Conference, Strathclyde, May 2008
- Υπότροφος του Ι.Κ.Υ. για εκπόνηση διδακτορικής διατριβής.
- Υπότροφος του Ιδρύματος Λάτση καθ' όλη τη διάρκεια μεταπτυχιακών σπουδών
- Υπότροφος του Ιδρύματος Λάτση καθ' όλη τη διάρκεια προπτυχιακών σπουδών
- Δεύτερη θέση στον Πανελλήνιο Διαγωνισμό της Ελληνικής Μαθηματικής Εταιρίας