



Βιογραφικό Σημείωμα

Email: gzouni@gmail.com

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

Δρ. Γεωργία Ζούνη

Ακαδημαϊκές Σπουδές

Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων
Διδάκτωρ Τουριστικού Μάρκετινγκ (Ph.D.)

Απονομή: 2011
Βαθμός: Άριστα

Τίτλος Διατριβής: «**Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών: Διαφορές Εκτιμήσεων και Αντιλήψεων της Τουριστικής Εμπειρίας μεταξύ Επαγγελματιών και Τουριστών**»

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

Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων
Μεταπτυχιακό (MBA) - Μάνατζμεντ Τουρισμού (ΠΜΣ.ΔΕ.ΜΤ)

Απονομή: 2001
Βαθμός: Άριστα

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

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
Ειδίκευση: Μάρκετινγκ

Απονομή: 1998
Βαθμός: Λίαν Καλώς

- 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 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΈΡΓΑ

2024 - GreCO - Green Cultural Oases, **European Urban Initiative** – Innovative Actions - EU

Project Leader- Academic Coordinator

"GreCO" offers innovative and personalized routes and educational programs that actively engage stakeholders.

2023 **HORIZON-CSA Project NEXUS-MONARC** Duration (months): 36

Proposal title: CAPACITY BUILDING NEXUS FOR MONITORING WATER QUALITY IN MULTI-STRESSOR AREAS: PILOT STUDY AT THE HELLENIC VOLCANIC ARC.

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΡΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ (NKUA - Coordinator)

Participation as a Team Leader at the WP5: Dissemination and communication of the Project

2022 **ENI CBC MED - Project acronym: Med Pearls** - Full title: The Mediterranean as an innovative, integral and unique destination for Slow Tourism initiatives

Participation as Mediterranean Regional Mentor assigned to coordinate at Mediterranean regional level all the national mentors to ensure.

2022 **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 γαλάζιας οικονομίας

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.**

Υπόεργο 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*

2 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ – ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
2018- σήμερα
Ειδική Εμπειρογνώμονας Στρατηγικής Μάρκετινγκ και Branding Μακρο-Περιοχών

- Υπευθυνη για χαρτογράφηση Πολιτιστικών διαδρομών στην Ελλάδα
- Υπεύθυνη Στρατηγικής σχεδιασμού και επωνυμίας (branding Strategy) για τον πολιτιστικό τουρισμό 8 χωρών της Αδριατικής και της Ιονίας μακρο-περιοχής, (*Expert στο έργο Routes4U*)
- 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

- Απασχόληση με σύμβαση αορίστου χρόνου σε Γερμανική Πολυεθνική Εταιρία.

3 ΣΥΓΓΡΑΦΙΚΟ ΕΡΓΟ - ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

Ετεροαναφορές (Citations/ Scientific Impact)

Επικαιροποιημένη λίστα ετεροαναφορών διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:

https://scholar.google.com/citations?user=IXU_9KIAAAAJ&hl=en

Google Scholar h-index: 6, Citations: 234, h- index: 4 (1 Ιουνίου 2024)

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

- A11. 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. [Impact Factor: 9.8] <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2020.1765009>
- 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* [ISSN: 2224-3534 EISSN: 2415-5152, Taylor & Francis Publications]
- 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*

- 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.ithsm.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
- 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
- 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 Δεξιοτήτων» 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, Τιμητικός 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

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

C.35. Georgia Zouni; Ioannis Katsanakis; Dimitra Margieta Lykoudi (2024). The Impact Of Island Festivals To The Sustainable Tourism Development Of The Destinations. 1st Intocus International Conference | 8–9 March 2024, Athens, Greece.

C.34. Ioannis Katsanakis; Georgia Zouni (2024). A Theoretical Model For Digital Transformation In Tourism: Pathways To Resilience And Sustainability. 1st Intocus International Conference | 8–9 March 2024, Athens, Greece.

C.33. Varvara Bampa; Georgia Zouni; Ioannis Katsanakis (2024). A Theoretical Framework For Flexibility, Resilience, And Sustainability In Tourism Destinations. 1st Intocus International Conference | 8–9 March 2024, Athens, Greece.

C.32. G. Zouni, I. Katsanakis & I. Kleisarchaki (2024). A Stakeholder Approach for Evaluating Carrying Capacity in Tourist Destinations". International Conference "Innovation in the Tourism Industry in Light of International Contemporary Changes", 24-25 April, New El-Alamein, Egypt.

C.31. V. Bampa, G. Zouni & I. Katsanakis (2024). Integrating Flexibility, Resilience, and Sustainability in Tourism Destination Ecosystems. International Conference "Innovation in the Tourism Industry in Light of International Contemporary Changes", 24-25 April, New El-Alamein, Egypt.

C.30. I. Katsanakis & G. Zouni (2024). A Quantitative Approach on the Evaluation of Travel Applications and Web Platforms. International Conference "Innovation in the Tourism Industry in Light of International Contemporary Changes", 24-25 April, New El-Alamein, Egypt.

C.29. Zouni, G., Athanasiadis G., A., and Nika, M. (2023).The Impact of Antecedents on Airbnb Listing Prices: Evidence from Greece. EMAC Regional Conference 2023, September 27-29, 2023, University of Piraeus, Piraeus, Greece.

https://www.ode.unipi.gr/images/EMAC/PROGRAMME_LOW_copy.pdf

C.28. Lykoudi, D., **Zouni G.,** and Tsogas, M. (2023). Profiling Tourists' Segments with types of Destination Love: Matching Emotions to Demographics. EMAC Regional Conference 2023, September 27-29, 2023, University of Piraeus, Piraeus, Greece.

https://www.ode.unipi.gr/images/EMAC/PROGRAMME_LOW_copy.pdf

C.27. Katsanakis, I., **Zouni, G.,** and Stasinou, D. (2023). Contemporary digital marketing and tourism destination management tools in Greek tourism destinations: A qualitative approach. EMAC Regional Conference 2023, September 27-29, 2023, University of Piraeus, Piraeus, Greece.

https://www.ode.unipi.gr/images/EMAC/PROGRAMME_LOW_copy.pdf

C.26. Rapti, E., and **Zouni, G.** (2023). Adapting to the new normal: a study on Chinese outbound

tourists' travel behaviour in the post pandemic era. EMAC Regional Conference 2023, September 27-29, 2023, University of Piraeus, Piraeus, Greece.
https://www.ode.unipi.gr/images/EMAC/PROGRAMME_LOW_copy.pdf

- C25.** Athanasiadis G., A., Nika, M., and **Zouni, G.** (2023). Price Determinants of Airbnb Listings: A Study of Listings from Four Greek Regions. Eighth International Conference on Tourism and Leisure Studies - Tourism and Leisure Studies Research Network, June 14-16, 2023, University of Granada, Granada, Spain. https://cgscholar.com/cg_event/events/K23en/proposal/66428
- C24.** 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> [pp.1240-41]
- C23.** 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) <https://proceedings.emac-online.org/pdfs/pdfs/index.cfm?abstractid=A2020-62921&Destination%20love,%20brand%20love%20and%20interpersonal%20lov>
- C22.** 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].
- C21.** Lykoudi, D., **Zouni G.**, and Tsogas, M. (2019), A comparative, exploratory study of the emotional nature of love across different contexts. Proceedings of the European Marketing Academy, 48th, (8636) <https://proceedings.emac-online.org/pdfs/pdfs/index.cfm?abstractid=A2019-8636&A%20comparative,%20exploratory%20study%20of%20the%20emotional>
- 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, 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.**, Kanellouropoulou, 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>, 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, 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.**, Toulías, 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, 2012, 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
https://books.google.gr/books/about/Marketing_Landscapes.html?id=D6lAPgAACAAJ&redir_esc=y
- 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.

4 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

5.1 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
σήμερα

13/06/2022 –

Επίκουρη Καθηγήτρια Μάρκετινγκ
Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών
Διδασκαλία μαθημάτων:

- Τουριστικό Μάρκετινγκ
- Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού
- Ψηφιακό Μάρκετινγκ
- Περιφερειακή Ανάπτυξη
- Τουριστική Συμπεριφορά Καταναλωτή και Ψυχολογία

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
13/06/2022

01/10/2019 –

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 – 2020

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
(ΠΜΣ-ΔΕ.ΜΤ)
Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών

Αυτοδύναμη Διδασκαλία: «Αρχές Τουρισμού & Τουριστική Πολιτική» – 10
Εξάμηνο(χειμερινό)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
2019 – 2020

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
06//2019

02/2019 –

Διδασκαλία ως ΠΔ 407/80

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 ΠΔ 407/80

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»

5.2 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΛΟΙΠΑ ΔΗΜΟΣΙΑ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ

Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
σήμερα

2019 –

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
2016 – 2017

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ

ΙΔΡΥΜΑ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΜΣ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ»

Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: «Διαχείριση Πολιτιστικών Πόρων»

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
σήμερα

2014 –

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού (ΣΕΠ) στη ΘΕ ΔΤΕ61

Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: «Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων & Επιχειρήσεων»

Το 2015 είχα αναλάβει 2 τμήματα (συνολικά 47 φοιτητές)

- Η αξιολόγηση φοιτητών για το μάθημα (Μ.Ο. 2014-20): **4.61 στα 5**
- Η αξιολόγηση συντονιστών για το μάθημα (Μ.Ο. 2014-20): **4.68 στα 5**
- Επίβλεψη και αξιολόγηση διπλωματικών εργασιών (19 ως α' και 17 ως β επιβλέπουσα)

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
2004 – 2005

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ

ΊΔΡΥΜΑ

ΧΑΛΚΪΔΟΣ

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
– 2020

2011

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
– 2020

2014

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. Καθηγητή Γ. Μαλινδρέτο)

5.3 ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΛΟΙΠΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ

—

- Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
2020

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ Β' ΕΙΔΙΚΗΣ ΦΑΣΗΣ ΤΗΣ ΚΣΤ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗΣ ΣΕΙΡΑΣ

Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Πολιτιστικός Τουρισμός και Ανάπτυξη

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΝΕΑΠΟΛΙΣ ΠΑΦΟΥ

2020-21

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού

Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Στρατηγική Διαχείριση Προορισμών

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**Αυτοδύναμη Διδασκαλία Μαθήματος: Digital Communication and Channel Management**

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΕΕΔΕ)
2018-2020

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ «ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

Υπεύθυνη Προγράμματος

Διδασκαλία των Μαθημάτων: Τουριστικό Μάρκετινγκ, Ηλεκτρονικό Τουριστικό Μάρκετινγκ, Επιχειρηματικότητα & Τάσεις Τουριστικής Αγοράς

5 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 (ALBA Venture Garden), πρωτοβουλία του Hellenic Initiative
- Συνιδρυτής της CVexperts, εταιρείας Συμβουλευτικής Καριέρας
- Μέλος και Σύμβουλος της Ελληνικής Ένωσης Νεοφυών Επιχειρήσεων (EENE- HSA)
- Μέντορας νεοφυών επιχειρήσεων (Peripatos, Ploos Design, Ladolea).

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 Εταιρείας