



Δρ. Γεωργία Ζούνη

Βιογραφικό Σημείωμα

Email: gzouni@gmail.com

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

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

ΣΥΓΓΡΑΦΙΚΟ ΕΡΓΟ

A. Δημοσιεύσεις σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά με κριτές

- A14.** Rapti, E., Zouni, G., Lykoydi, D.M., Tountopoulos, V., and Kallipolitou, T. (2025). Smart Sustainability in Urban Tourism: The GreCO Behavioural Change Framework. TPM – Testing, Psychometrics, Methodology in Applied Psychology, 32(S7), 2586–2591. <https://tpmap.org/submission/index.php/tpm/article/view/3810/2831>
- A13.** Zouni, G., Katsanakis, I., Athanasiadis, A., & Nika, M.S. (2024). “The Impact of Antecedents on Airbnb Listing Prices: Evidence from Greece”, *Studia Periegetica*, <https://doi.org/10.58683/sp.1994>
- A12.** Pnevmatikos, T., Zouni, G., and Nasiou, M.P. (2024). The effects of crises on the tourism sector: the case of Greece. *Journal of Economics, Management and Trade*, 30 (9), pp 67-77 <https://doi.org/10.9734/jemt/2024/v30i91242>
- 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/cgi/viewcontent.cgi?article=1015&context=jsr>
- 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 IF (2022): 15.48] <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1765009> (αναδημοσίευση του A7.)
- 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://www.tandfonline.com/doi/pdf/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. <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
- 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>
- Βιβλιογραφική σημείωση: οι εγγραφές A7 (ηλεκτρονική πρώτη δημοσίευση, 2020) και A10 (έντυπη/τελική έκδοση τόμου, 2022) αφορούν το ίδιο άρθρο του *Tourism Geographies* και δεν προσμετρώνται ως δύο αυτοτελείς δημοσιεύσεις.

B. Βιβλία, κεφάλαια σε επιστημονικούς τόμους και ερευνητικές εκδόσεις

- B24.** Katsanakis, I., Zouni, G., & Bampa, V. (2026). Designing a Conceptual Framework for a Knowledge Hub in Tourism Destinations: Data Integration Across Ecosystem Stakeholders. In A. Emrouznejad, S. Bersimis & D. A. Georgakellos (Eds.), *Advanced Data Analytics, Machine Learning and AI in Business, Lecture Notes in Operations Research* (pp. 631–645). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-032-23493-3_38
- B23.** Katsanakis, I., Zouni, G., Nika, M.-S., & Kefalas, S. (2026). Understanding Visitor Experience in the Hospitality and Tourism Sector Through Text Analytics: A Case Study from a Greek Tourism Destination. In A. Emrouznejad, S. Bersimis & D. A. Georgakellos (Eds.), *Advanced Data Analytics, Machine Learning and AI in Business, Lecture Notes in Operations Research* (pp. 375–389). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-032-23493-3_23
- B22.** Balzan, A., Jiménez-Zarco, A. I., Gomis-López, J. M., & Zouni, G. (2025). Positioning Greek Islands as sustainable destinations: A proposal of digital marketing strategy for Elafonisos, Greece. In book: *A Research Agenda for Tourism, Digitalisation and Sustainability* (pp.27-44) DOI:10.4337/9781035346011.00008
- B21..** Katsanakis, I., Zouni, G., Spasos, S., Lykoudi, D.-M., & Akriotis, N. (2025). “Exploring the Impact of Artificial Intelligence on the Tourism Industry: Opportunities and Challenges”, In Zarkada A. (ed) *Empowering Digital Transformation*, Springer Nature, pp. 154-178, 978-3-031-96930-0. <https://www.springerprofessional.de/en/exploring-the-impact-of-artificial-intelligence-on-the-tourism-i/51182598>
- B20..** Zouni, G., & Katsanakis, I. (2025). “Profiling Slow Tourists and Implications for Marketing and Product Development”, In V. Katsoni & C. Costa (eds) *Innovation and Creativity in Tourism, Business and Social Sciences*. Springer, Cham, <https://link.springer.com/book/9783031784705>
- B. 19.** Rapti, E., and Zouni, G. (2024). Changes in Travel Behaviour Caused by COVID-19: The Case Study of Outbound Chinese Tourists. In Shem Wambugu Maingi, Vanessa GB Gowreesunkar, and Maximiliano E Korstanje (Eds.) *Tourist Behaviour and the New Normal, Volume I: Implications for Tourism Resilience* (Ch. 4). Springer International Publishing AG. ISBN: 9783031458477 <https://www.springerprofessional.de/tourist-behaviour-and-the-new-normal-volume-i/26707572>
- B. 18.** Zouni, G., Katsanakis, I., Klintsaris, C. (2024). “Online Travel Behavior of Millennials Versus Gen Z: A Comparative Analysis”. In: Stylos, N., Rahimi, R., Robinson, P. (eds) *Contemporary Marketing Management for Tourism and Hospitality*. Palgrave Macmillan, Cham, pp. 153-176, https://doi.org/10.1007/978-3-031-65049-9_7
- B. 17.** Λυκούδη Δ., Ζούνη Γ., και Τσόγκας Μ. (2024). Διερεύνηση του συναισθήματος της Αγάπης για έναν Τουριστικό Προορισμό που αναπτύσσεται από την επαφή με τους ντόπιους. Τμητικός Τόμος Ορότιμου Καθηγητή Λ. Χυτήρη, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς (σελ. 438-455). https://www.ode.unipi.gr/images/stories/Faculty/epistimonikos_tomos_lchytiri.pdf
- B. 16.** Zouni G. and Roupoglou A. (2024). Digital Marketing Strategy in Destinations: The Case of Thessaloniki, Greece. Τμητικός Τόμος Ορότιμου Καθηγητή Λ. Χυτήρη, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Πειραιώς (σελ. 423-437). https://www.ode.unipi.gr/images/stories/Faculty/epistimonikos_tomos_lchytiri.pdf
- B15.** Lykoudi, D. M., Zouni, G., & Tsogas, M. M. (2023). Self-love emotion as a novel type of love for tourism destinations. In *Affect and Emotion in Tourism* (pp. 233-254). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003292241-15/self-love-emotion-novel-type-love-tourism-destinations-dimitra-margieta-lykoudi-georgia-zouni-markos-marios-tsogas>
- 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 behaviour? 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 Gkougoulitsas 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. Τμητικός Τόμος Ορότιμου 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://odesrvbnp.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, Ταξινόμικός 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>

Γ. Συμμετοχές σε διεθνή επιστημονικά συνέδρια με αξιολόγηση

C62. Lykoudi, D. M., Zouni, G., Rapti, E., Katsanakis, I., & Tsogas, M. M. (2026). Decoding Experiential and Psychological Outcomes in Urban Tourism Marketing: A MIMIC Approach. Proceedings of the European Marketing Academy, EMAC 2026 Spring Conference, Bath, UK, 2–5 June 2026. <https://proceedings.emac-online.org/index.cfm?abstractid=A2026-133538>

C61. Rapti, E., Zouni, G., & Lykoudi, D. M. (2026). Exploring Intercultural Competence Among Tourists in Urban Destinations: Insights for Effective Marketing. Proceedings of the European Marketing Academy, EMAC 2026 Spring Conference, Bath, UK, 2–5 June 2026. <https://proceedings.emac-online.org/index.cfm?abstractid=A2026-133711>

C.60. Katsanakis, I., Zouni, G. & Kastrounis, D. (2026). “Embedding Education and Training as Infrastructure for Resilient and Sustainable Tourism Destination Ecosystems”, 2nd INTOCUS International Conference - Heritage, Cultural Tourism, and Sustainability, 27-28 February 2026, Athens, Greece. (Accepted for presentation)

C.59. Katsanakis, I., Zouni, G. & Kastrounis, D. (2026). “Understanding Visitor Experience in the Hospitality Sector through Text Analytics: Evidence from Rhodes”, 2nd INTOCUS International Conference - Heritage, Cultural Tourism, and Sustainability, 27-28 February 2026, Athens, Greece. (Accepted for presentation)

C.58. Rapti, E., Zouni, G., & Lykoudi, D.-M. (2025). Bridging cultures: Empowering tourists' intercultural competence by leveraging personalised destination experiences for sustainable growth. In Proceedings of the 2025 Global Marketing Conference, Hong Kong. Conference Proceedings: pp. 770-773 <https://doi.org/10.15444/GMC2025.10.02.05>

C.57. Rapti, E., Zouni, G., Tountopoulos, V., & Kallipolitou, T. (2025). Building the future of smart cities: The conceptual framework of the GreCO project. In Proceedings of the 2025 International Conference on Domestic Tourism, Hospitality and Sustainability, Copenhagen. <https://academicresearchlibrary.com/storage/pdf/UbxZD3feQtY1KrEhwOC8urpgihErBS8MfdAcm50i.pdf>

C.56. Lykoudi, D., Zouni G., and Tsogas, M. (2025). Emotion-Driven Segmentation: Revealing Destination Love Types for Destination Marketing Management, is accepted for oral presentation at the 2025 American Marketing Association Summer Academic Conference on 22 - 24 August 2025, in Chicago, USA. Proceedings (pp. 531-536)https://46387974.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/46387974/2025_Summer_AMA_Proceedings_August_19_2025.pdf

C.55. Katsanakis, I., Bampa, V., Agoraki, K., & Zouni, G. (2025). “Tourism Destination Ecosystems and AI: A Framework for Personalization, Optimization, and Sustainable Development”, 21st National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systemic Human Resources Management and New Technologies, 08-11 October 2025, Tripoli, Greece.

C.54. Katsanakis, I., Bampa, V., & Zouni, G. (2025). “The EDUCATE Framework for Resilience, Flexibility and Sustainability in Tourism Destination Ecosystems”, 21st National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systemic Human Resources Management and New Technologies, 08-11 October 2025, Tripoli, Greece.

C.53. Katsanakis, I., Zouni, G., Lykoudi, D.M. (2025). “Unveiling tourist perceptions and preferences in urban destinations: Insights from the Athens Riviera, Greece”, 25th Annual Conference of the European Network for Business and Industrial Statistics (ENBIS), 14-18 September 2025, Piraeus, Greece.

C.52. Katsanakis, I., Zouni, G. (2025). “Designing a Conceptual Framework for a Knowledge Hub in Tourism Destinations: Data Integration across Ecosystem Stakeholders”, International Conference on Business Analytics in Practice (ICBAP) 2025: Machine Learning and AI in Business, 24-27 August 2025, Piraeus, Greece.

C.51. Katsanakis, I., Zouni, G., Nika, M.-S., Kefalas, S. (2025). “Understanding Visitor Experience in the Hospitality and Tourism Sector through Text Analytics: A Case Study from a Greek Tourism Destination”, International Conference on Business Analytics in Practice (ICBAP) 2025: Machine Learning and AI in Business, 24-27 August 2025, Piraeus, Greece.

C.50. Zouni, G., Katsanakis, I., Kakaraki, A., Lykoudi, D.M. (2025). “Traditional vs digital marketing strategies on consumer behavior”,

International Conference on Tourism (ICOT2025) “Regenerative Travel: Balancing Technology and Sustainability”, 25-28 June 2025, Dubrovnik, Croatia.

C.49. Bampa, V., Zouni, G., Katsanakis, I. (2025). “Building resilient and sustainable tourism destinations through education: A theoretical framework for stakeholder learning and engagement”, International Conference on Tourism (ICOT2025) “Regenerative Travel: Balancing Technology and Sustainability”, 25-28 June 2025, Dubrovnik, Croatia.

C.48. Lykoudi, D., Zouni, G., and Tsogas, M. (2025). Self-love towards destinations: scale development and validation (ID: 616), is accepted for oral presentation at the EMAC Conference 2025 hosted by ESIC University on May 27-30, 2025, in Pozuelo (Madrid), Spain. <https://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2025-126092.pdf>

C.47. Akriotis, N. and Zouni, G. (2024). “Behavioral International Survey on Post- COVID Wine Tourists' Behavior, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.46. Zouni, G., Lykoudi, M.M, and Panagiotidou, Z. (2024). “Survey and Findings on Hiking Tourism post- pandemic Behavior”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.45. Akriotis, N. and Zouni, G. (2024). “Behavioral and Psychographic Characteristics of Modern Cultural Tourists: A Comprehensive Literature Review”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.44. Zouni, G., Katsanakis, I., & Lika, E. (2024). “Marketing Strategies for Companies Providing Alternative Forms of Tourism with a Focus on Sustainability”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.43. Zouni, G., Katsanakis, I., Pnevmatikos, T., Nasiou, P.-M., & Koutoulakis, M. (2024). “Evaluating the socioeconomic and experiential impact of the Aegean Regatta 2024 on local communities and participants”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.42. Pnevmatikos, T., Zouni, G., Katsanakis, I., & Nasiou, P.-M. (2024). “The impact of economic crisis in productivity of tourism sector in Greece”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.41. Bampa, V., Katsanakis, I., Zouni, G., & Kopanaki, E. (2024). “Flexibility and agility in tourism destination ecosystems”, 20th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systems Approach for Innovative Entrepreneurship, 11-14 December 2024, Ioannina, Greece. https://lab-ntodl.ecedu.uoi.gr/files/document/filename/20th_hsss_national_conference.pdf

C.40. Zouni, G., & Katsanakis, I. (2024). “Profiling Slow Tourists and Implications for Marketing and Product Development”, 11th International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism (IACuDiT) “Innovation and Creativity in Tourism, Business and Social Sciences”, 03-05 September 2024, Naxos, Greece.

C.39. Katsanakis, I., Zouni, G. & Kournioti, M. (2024). “A quantitative evaluation of user experience in digital travel platforms”, International Conference on Tourism (ICOT2024) “Tourism in the Era of Liquid Modernity: Rethinking Tourism Strategy and Facing Uncertainty”, 26-29 June 2024, Corfu, Greece. <https://iatour.org/icot2024/programme/>

C.38. Zouni, G., Katsanakis, I., Nika, M. & Mitropoulou, K. (2024). “Understanding tourists' perception and utilization of Artificial Intelligence”, International Conference on Tourism (ICOT2024) “Tourism in the Era of Liquid Modernity: Rethinking Tourism Strategy and Facing Uncertainty”, 26-29 June 2024, Corfu, Greece. <https://iatour.org/icot2024/programme/>

C.37. Bampa, V., Zouni, G. & Katsanakis, I. (2024). “A theoretical framework integrating resilience, flexibility and sustainability in tourism destinations leveraging emerging technologies”, International Conference on Tourism (ICOT2024) “Tourism in the Era of Liquid Modernity: Rethinking Tourism Strategy and Facing Uncertainty”, 26-29 June 2024, Corfu, Greece. <https://iatour.org/icot2024/programme/>

C.36. Katsanakis, I., & Zouni, G. (2024). “A Quantitative Approach on the Evaluation of Travel Applications and Web Platforms”, International Scientific Conference “Innovation in the Tourism Industry in light of International Contemporary Changes”, 24-25 April 2024, New Alamein, Egypt.

C.35. Bampa, V., Zouni, G., & Katsanakis, I. (2024). “Integrating Flexibility, Resilience, and Sustainability in Tourism Destination Ecosystems”, International Scientific Conference “Innovation in the Tourism Industry in light of International Contemporary Changes”, 24-25 April 2024, New Alamein, Egypt.

C.34. Zouni, G., Katsanakis, I., & Kleisarchaki, I. (2024). “A Stakeholder Approach for Evaluating Carrying Capacity in Tourist Destinations”, International Scientific Conference “Innovation in the Tourism Industry in light of International Contemporary Changes”, 24-25 April 2024, New Alamein, Egypt.

C.33. Katsanakis, I., Zouni, G. (2024). “A Theoretical Model for Digital Transformation in Tourism: Pathways to Resilience and Sustainability”, 1st INTOCUS International Conference on “Tourism and Cultural Heritage: Resilience, Sustainability, and Transformation”, 08-09 March 2024, Athens, Greece. https://www.tourismheritage.hua.gr/wp-content/uploads/2024/03/INTOCUS-FINAL-PROGRAM_05_03-1.pdf

C.32. Zouni, G., Katsanakis, I., Lykoudi D.-M. (2024). “The Impact of Island Festivals to the Sustainable Tourism Development of the Destinations”, 1st INTOCUS International Conference on “Tourism and Cultural Heritage: Resilience, Sustainability, and Transformation”, 08-09 March 2024, Athens, Greece. <https://www.tourismheritage.hua.gr/wp-content/uploads/2024/03/INTOCUS->

- C.31.** Bampa, V., Zouni, G., Katsanakis, I. (2024). “A Theoretical Framework for Flexibility, Resilience, and Sustainability in Tourism Destinations”, 1st INTOCUS International Conference on “Tourism and Cultural Heritage: Resilience, Sustainability, and Transformation”, 08-09 March 2024, Athens, Greece. https://www.tourismheritage.hua.gr/wp-content/uploads/2024/03/INTOCUS-FINAL-PROGRAM_05_03-1.pdf
- C.30.** Griva, A., and Zouni, G. (2023). “Exploitation of the New Business Models in Agritourism Businesses and Organizations”, 19th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systemic Digital Transformation in Contemporary Business Ecosystems, 11-14 October 2023, Piraeus, Greece. <https://confe.hsss.eu/wp-content/uploads/2023/10/HSSS-2023.pdf>
- C.29.** Bampa, V., Zouni, G., Katsanakis, I. (2023). “Resilience and Sustainability in Contemporary Tourism Ecosystems: Developing a holistic conceptual model”, 19th National and International Conference of Hellenic Society of Systemic Studies: Systemic Digital Transformation in Contemporary Business Ecosystems, 11-14 October 2023, Piraeus, Greece. <https://confe.hsss.eu/wp-content/uploads/2023/10/HSSS-2023.pdf>
- C.28.** 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://proceedings.emac-online.org/pdfs/R2023-117238.pdf>
- C.27.** 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://proceedings.emac-online.org/index.cfm?abstractid=R2023-117194&Profiling%20Tourists%E2%80%99%20Segments%20with%20types%20of%20Destina>
- C.26.** 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://proceedings.emac-online.org/pdfs/R2023-117267.pdf>
- C.25.** 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://proceedings.emac-online.org/pdfs/R2023-117164.pdf>
- C24.** 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
- 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> [pp.1240-41]
- C22.** 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>
- 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, 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., Kanellopoulou, 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 Δουργυτιού. 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 Δουργυτιού 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

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.

Ετεροαναφορές – Δείκτες απήχησης

Google Scholar: 327 ετεροαναφορές, h-index 7 (καταγραφή 7 Ιανουαρίου 2026 από το αναλυτικό ακαδημαϊκό βιογραφικό). Για τρέχοντες δείκτες: https://scholar.google.com/citations?user=IXU_9KIAAAAJ&hl=en

ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Αυτοδύναμη Διδασκαλία

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ – ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

13/06/2022 – σήμερα

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

01/10/2019 – 13/06/2022

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 – 2020

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

Σχολή Οικονομικών Επιχειρηματικών & Διεθνών Σπουδών

Αυτοδύναμη Διδασκαλία: «Αρχές Τουρισμού & Τουριστική Πολιτική» – 1ο 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

02/2019 – 06//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

ODE248 Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης Μάρκετινγκ – 6ο Εξάμηνο (εαρινό, 2019).

Συνδιδασκαλία με Καθ. Αθαν. Κουρεμένο.

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»

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)

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. Καθηγητή Γ. Μαλινδρέτο)

ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΛΟΙΠΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ

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

ALBA GRADUATE BUSINESS SCHOOL

2020

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

1 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΈΡΓΑ

2026–2029 | **CIRCULARIS — Horizon Europe** (Grant Agreement 101292246): συμμετοχή και ακαδημαϊκός συντονισμός δράσεων από την πλευρά του Πανεπιστημίου Πειραιώς, με αντικείμενο την κυκλική οικονομία, την καινοτομία zero-waste και το ψηφιακό διαβατήριο προϊόντος.

2024–2028 | **GreCO – Green Cultural Oases — EUI–Innovative Actions**: ακαδημαϊκή υπεύθυνη του Πανεπιστημίου Πειραιώς και συντονισμός έρευνας, διακυβέρνησης και δράσεων διάχυσης· το έργο καταγράφεται επίσης στην προϋπάρχουσα λίστα.

2025 - **ECONOMIC IMPACTS OF GREEK FINFISH FARMING**
(10/02-09/05)

"Rauch Foundation 2025
Συντονίστρια Έργου - Ακαδημαϊκή Υπεύθυνη

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.

ETHNIKO KAI KAPODISTRIAKO PANEPISTIMIO ATHINON (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.**

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**

Εργο «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 Υποέργο1 «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

- Υπευθυνα 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

Στέλεχος Τμήματος Marketing

- Απασχόληση με σύμβαση αορίστου χρόνου σε Γερμανική Πολυεθνική Εταιρεία.

3 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 ανοικτή & 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 εκκολλαπτήριο 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