

Παρασκευάς Χ. Αργουσιδής

Καθηγητής

Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Πατησίων 76, 104 34, Αθήνα, Τηλέφωνο γραφείου: +30 210 8203543, E-mail: pargousl@aueb.gr

1. Σπουδές

2002	Ph.D., Department of Marketing, University of Stirling, Scotland, UK
1998	M.Sc., Department of Marketing, University of Stirling, Scotland, UK
1996	Πτυχίο, Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

2. Πανεπιστημιακή προϋπηρεσία

Σεπτέμβριος 2022-σήμερα	Καθηγητής, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Ιούνιος 2017-Αύγουστος 2022	Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Φεβρουάριος 2010-Μάιος 2017	Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Οκτώβριος 2004-Ιανουάριος 2010	Λέκτορας, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Σεπτέμβριος 2002-Σεπτέμβριος 2004	Π.Δ. 407/80, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Σεπτέμβριος 1998-Μάιος 2001	Teaching Assistant, Department of Marketing, University of Stirling, Scotland, UK

3. Ερευνητικά ενδιαφέροντα

Πολιτική προϊόντος
Διοίκηση ποικιλίας προϊόντων στον κλάδο του λιανικού εμπορίου
Εξαγωγική τιμολόγηση βιομηχανικών προϊόντων
Συμπεριφορά καταναλωτή
Πρωθυθητικές ενέργειες στον κλάδο του λιανικού εμπορίου

4. Δημοσιεύματα σε επιστημονικά περιοδικά με σύστημα κριτών

- 4.21. Skarmeeas D., Zeriti A., and **Argouslidis P.C.** (2019). Importer and exporter capabilities, governance mechanisms, and environmental factors determining customer-perceived relationship value. *Industrial Marketing Management*, Vol. 78 April, pp. 158-168.
- 4.20. **Argouslidis P.C.**, Skarmeeas D., Kühn A., and Mavrommatis A. (2018). Consumers' reactions to variety reduction in grocery stores: A freedom of choice perspective. *European Journal of Marketing*, Vol. 52 No. 9/10, pp. 1931-1955.
- 4.19. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Mavrommatis A. (2015). An empirical investigation into the determinants of decision speed in product elimination decision processes. *European Management Journal*, Vol. 33 No. 4, pp. 268-286.
- 4.18. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Mavrommatis A. (2014). Outcomes of decision speed: An empirical study in product elimination decision-making processes. *European Journal of Marketing*, Vol. 48 No. 5/6, pp. 982-1008.
- 4.17. Avlonitis G.J., and **Argouslidis P.C.** (2012). Tracking the evolution of theory on product elimination: past, present, and future. *The Marketing Review*, Vol. 12 No. 4, pp. 345-379.
- 4.16. Baltas G., **Argouslidis P.C.**, and Skarmeeas, D. (2010). The role of customer factors in multiple store patronage: A cost-benefit approach. *Journal of Retailing*, Vol. 86 No. 1, pp. 37-50.
- 4.15. **Argouslidis P.C.**, and Indounas K. (2010). Exploring the role of relationship pricing in industrial export settings: Empirical evidence from the UK. *Industrial Marketing Management*, Vol. 39 No. 3, pp. 460-472.
- 4.14. **Argouslidis P.C.** (2008). Determinants of the speed of elimination decision-making in financial services. *Journal of Services Marketing*, Vol. 22 No. 3, pp. 237-254.
- 4.13. **Argouslidis P.C.**, and Baltas G. (2007). Structure in product line management: The role of formalization in service elimination decisions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 35 No. 4, pp. 475-491.
- 4.12. **Argouslidis P.C.** (2007). Problem situations triggering line pruning in financial services: Evidence from the UK. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25 No. 6, pp. 372-393.
- 4.11. Baltas G., and **Argouslidis P.C.** (2007). Consumer characteristics and demand for store brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 35 No. 5, pp. 328-341.
- 4.10. **Argouslidis P.C.** (2007). The evaluation stage in the service elimination decision-making process: Evidence from the UK financial services sector. *Journal of Services Marketing*, Vol. 21 No. 2, pp. 122-136.
- 4.9. **Argouslidis P.C.** (2006). Contextual effects on the objectives that financial institutions pursue

through range pruning: Evidence from the UK. *Journal of Retailing & Consumer Services*, Vol. 13 No. 1, pp. 15-33.

4.8. Kent R., and **Argouslidis P.C.** (2005). Shaping business decisions using fuzzy-set analysis: Service elimination decisions. *Journal of Marketing Management*, Vol. 21 No. 5/6, pp. 641-658.

4.7. **Argouslidis P.C.** (2004). An empirical investigation into the alternative strategies to implement the elimination of financial services. *Journal of World Business*, Vol. 39 No. 4, pp. 393-413.

4.6. **Argouslidis P.C.**, and McLean F. (2004). Service elimination decision-making: The identification of financial services as candidates for elimination. *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 11/12, pp. 1355-1381.

4.5. **Argouslidis P.C.**, and McLean F. (2003). Service elimination decision-making: Analysis of candidates for elimination and remedial actions. *Journal of Marketing Management*, Vol. 19 No. 3/4, pp. 307-344.

4.4. **Argouslidis P.C.**, and McLean F. (2001). Service elimination decision-making: Preliminary empirical evidence from the UK financial services sector. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19 No. 4, pp. 166-178.

4.3. **Argouslidis P.C.**, and McLean F. (2001). Financial service elimination: Objectives and problem situations. *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 5 No. 3, pp. 227-237.

4.2. Tzokas N., Hart S., **Argouslidis P.C.**, and Saren M. (2000). Industrial export pricing practices in the UK. *Industrial Marketing Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 191-204.

4.1. Tzokas N., Hart S., **Argouslidis P.C.**, and Saren M. (2000). Strategic pricing in export markets: Empirical evidence from the UK. *International Business Review*, Vol. 9 No. 1, pp. 95-117.

5. Κεφάλαια σε συλλογικούς τόμους

5.1. Papavassiliou N. and Argouslidis P.C. (2004). The successful course of a Greek SME in the domestic and in the international marketplace. Zentes J. and Swoboda B. (Eds.), *Fallstudien zum Internationalen Management*, pp. 413-426, Lehrbuch, Gabler.

6. Ανακοινώσεις σε πρακτικά επιστημονικών συνεδρίων με σύστημα κριτών

6.26. Kyriakopoulos N., **Argouslidis P.C.**, and Skarmeas, D. (2022). Product rollovers: An empirical investigation. *American Marketing Association Global Marketing SIG Conference*, Crete, Greece.

6.25. Kollia E., **Argouslidis P.C.**, and Baltas, G. (2021). Drivers of consumers' willingness to buy nostalgic products. *ISMS Marketing Science Conference*, New York, USA.

6.24. Skarmeas D., **Argouslidis P.C.**, Kokkinaki F., Mavrommatis A., and Lisboa A. (2018). On

relationship value in international marketing channels. *Global Marketing Conference*, Tokyo, Japan.

6.23. Skarmeas D., **Argouslidis P.C.**, Kokkinaki F., and Zeriti A. (2018). Predictors and effects of importer-perceived relationship value. *American Marketing Association Global Marketing SIG Conference*, Santorini, Greece.

6.22. **Argouslidis P.C.**, Skarmeas D., Kühn A., and Mavrommatis A. (2016). Consumers' reactions to variety reduction in grocery product categories: A reactance theory approach. *Global Marketing Conference*, Hong Kong, China.

6.21. Baltas G., Painesis G., and **Argouslidis P.C.** (2014). Exploring the effectiveness of cross-ruff coupons: An experimental approach. *Winter American Marketing Association Conference*, Orlando, USA.

6.20. Baltas G., Painesis G., and **Argouslidis P.C.** (2012). Framing effects on evaluation of coupon offers: Assessing the performance of face value frames. *Summer American Marketing Association Conference*, Chicago, USA.

6.19. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Mavrommatis A. (2012). Outcomes of decision-making pace: Evidence from product elimination decision processes. *British Academy of Management Conference*, Cardiff, UK.

6.18. Baltas G., **Argouslidis P.C.**, and Painesis G. (2012). The effects of framing, stock-up nature and promotion depth on consumers' evaluation of coupon offers. *British Academy of Management Conference*, Cardiff, UK.

6.17. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., Mavrommatis A., and Oikonomou K. (2011). Pace of the service product elimination decision-reaching process: An empirical investigation into the effects of firm and product characteristics. *Academy of Marketing Conference*, Liverpool, UK.

6.16. Baltas G., **Argouslidis P.C.**, and Painesis G. (2009). Coupon face value framing: A neglected issue. *2nd Biennial International Conference on Services*, Thessaloniki, Greece.

6.15. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Mavrommatis A. (2009). Exploring product delisting in retail firms. *Academy of Marketing Conference*, Leeds, UK.

6.14. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Indounas K. (2008). Retrospective assessment of decisions to prune the product line: Evidence from the UK financial services sector. *Academy of Marketing Conference*, Aberdeen, UK.

6.13. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Skarmeas D. (2007). The use of store portfolios by supermarket customers: An empirical study. *Summer American Marketing Association Conference*, Washington D.C., USA.

6.12. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Lodorfos G. (2007). How fast can financial firms withdraw a

product from the line? The effects of selected product characteristics. *Academy of Marketing Conference*, Surrey, UK.

6.11. **Argouslidis P.C.**, Baltas G., and Papavassiliou N. (2007). Determinants of decision speed in product line pruning: An empirical study. *European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, Iceland.

6.10. Baltas G., **Argouslidis P.C.**, and Skarmeas D. (2006). Exploring heterogeneity in store brand preferences: A survey. *European Institute of Retailing and Services Studies Conference*, Budapest, Hungary.

6.9. Kent R.A., and **Argouslidis P.C.** (2005). Shaping business decisions using fuzzy-set analysis: Service elimination decisions. *Academy of Marketing Conference*, Dublin, Ireland.

6.8. **Argouslidis P.C.**, and Papavassiliou N. (2005). Organisational and environmental effects on the degree of formalisation during service elimination decision-making: Evidence from the UK financial services sector. *European Marketing Academy Conference*, Milan, Italy.

6.7. Kent R.A., and **Argouslidis P.C.** (2005). A fuzzy-set analysis of marketing data. *European Marketing Academy Conference*, Milan, Italy.

6.6. **Argouslidis P.C.**, and Papavassiliou, N. (2004). Towards the evaluation of the impact of elimination decisions involving financial services: Empirical evidence from the UK. *European Marketing Academy Conference*, Murcia, Spain.

6.5. Papastathopoulou P.G., Avlonitis G.J., **Argouslidis P.C.**, and Gounaris S.P. (2003). Elimination strategies in the British financial services sector. *European Marketing Academy Conference*, Glasgow, UK.

6.4. **Argouslidis P.C.**, and McLean F. (2001). The identification of financial services as candidates for elimination: Empirical evidence from the British financial services sector. *European Marketing Academy Conference*, Bergen, Norway.

6.3. **Argouslidis P.C.** (1999). The service elimination practices in the British tertiary sector. *Academy of Marketing Conference*, Stirling, UK.

6.2. Tzokas N., Hart S., **Argouslidis P.C.**, and Saren M. (1999). Strategic pricing in export markets: empirical evidence from the UK. *European Marketing Academy Conference*, Berlin, Germany.

6.1. Tzokas N., Hart S., **Argouslidis P.C.**, and Saren M. (1998). Industrial export pricing competence and practices. *British Academy of Management Conference*, Nottingham, UK.

7. Διδακτική εμπειρία στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών	
Μαθήματα	Ακαδημαϊκά έτη διδασκαλίας
Προπτυχιακό επίπεδο	
Πολιτική Προϊόντος	2004-2005 έως σήμερα
Retail Sales Promotions (Erasmus)	2014-2015 έως σήμερα
Σχεδιασμός & Ανάλυση Προωθητικών Ενεργειών	2016-2017 έως σήμερα
Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ	2003-2004
Industrial Marketing (Erasmus)	2003-2004 έως 2012-2013
Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ	2004-2005
Πρώθηση Πωλήσεων & Άμεσο Μάρκετινγκ	2004-2005 έως 2015-2016
Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων & Τροφίμων	2005-2006 έως 2015-2016
Μεταπτυχιακό επίπεδο	
Πολιτική Προϊόντος & Καινοτομίας (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης)	2007-2008 έως σήμερα
International Marketing (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήμα διεθνούς προσανατολισμού)	2018-2019 έως σήμερα
Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ (ΠΜΣ <i>MBA</i> , τμήμα πλήρους φοίτησης)	2019-2020 έως σήμερα
Workshop "How to write a Master's Dissertation" (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήμα διεθνούς προσανατολισμού)	2016-2017 έως σήμερα
Αρχές & Μέθοδοι Πρώθησης Πωλήσεων (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήματα πλήρους και μερικής φοίτησης)	2007-2008 έως 2017-2018
International Product & Brand Management (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήμα διεθνούς προσανατολισμού)	2007-2008 έως 2015-2016
International Business Management (ΠΜΣ <i>Μάρκετινγκ & Επικοινωνία</i> , τμήμα διεθνούς προσανατολισμού)	2007-2008 έως 2017-2018
Ειδικά Θέματα Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (ΠΜΣ <i>Διοίκηση Υπηρεσιών</i> , τμήμα πλήρους φοίτησης)	2008-2009 έως 2018-2019
Διαφήμιση & Πρώθηση Πωλήσεων (ΠΜΣ	2008-2009 έως 2009-2010

Διοίκηση Υπηρεσιών, τμήμα πλήρους φοίτησης)

Διαφήμιση & Προώθηση Πωλήσεων (ΠΜΣ 2011-2012 έως 2018-2019

Διοίκηση Υπηρεσιών, τμήμα μερικής φοίτησης)

8. Διδακτική εμπειρία στην τριτοβάθμια εκπαίδευση σε ιδρύματα του εξωτερικού

Ίδρυμα	Μαθήματα	Επίπεδο	Ακαδημαϊκά έτη διδασκαλίας
EADA Business School, Barcelona, Spain	Sales Promotions: Practical Applications in Global Retailing	Μεταπτυχιακό	2010-2011 έως 2012-2013
EADA Business School, Barcelona, Spain	Advanced Topics in International Export Marketing	Μεταπτυχιακό	2007-2008 έως 2009-2010

9. Εμπειρία στην εξ αποστάσεως διδασκαλία στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Θεματικές ενότητες	Ρόλος	Ακαδημαϊκά έτη διδασκαλίας
ΔΕΟ 33 (Μάρκετινγκ ΙΙ)	Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού	2016-2017 έως 2019-2020
ΔΕΟ 23 (Μάρκετινγκ Ι)	Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού	2005-2006 έως 2015-2016

10. Βραβεύσεις ερευνητικής δραστηριότητας

Βραβείο Ερευνητικής Αριστείας, 2019, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, για το άρθρο 4.21. στο περιοδικό *Industrial Marketing Management*.

Outstanding Reviewer Award, 2018, Emerald Publishing Literati, για το περιοδικό *European Journal of Marketing*.

Track Best Paper Award, 2012, *British Academy of Management Conference*, Cardiff, UK, για το άρθρο 6.19.

Highly Commended Award, 2008, Emerald Literati Club, για το άρθρο 4.11. στο περιοδικό *International Journal of Retail & Distribution Management*.

Award for Excellence, 2002, Emerald Literati Club, για το άρθρο 4.4. στο περιοδικό *International Journal of Bank Marketing*.

11. Βραβεύσεις διδακτικού έργου

Αριστείο Διδασκαλίας για τα Ακαδημαϊκά Έτη 2019-2021, ΠΜΣ ΜΒΑ, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Αριστείο Διδασκαλίας για το Ακαδημαϊκό Έτος 2018-2019, Πρόγραμμα Προπτυχιακών Σπουδών, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Αριστείο Διδασκαλίας για τα Ακαδημαϊκά Έτη 2013-2015, ΠΜΣ στη Διοίκηση Υπηρεσιών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Αριστείο Διδασκαλίας για τα Ακαδημαϊκά Έτη 2012-2014, ΠΜΣ στη Διοίκηση Υπηρεσιών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

12. Άρθρα σε περιοδικό τύπο

Αργουσιδής Π. και Σκαρμέας Δ. (2022). Περί ποικιλίας και άλλων δαιμονίων (στο σουπερμάρκετ). *ΤΑ ΝΕΑ*, 28 Απριλίου 2022, σελ. 18.

Αργουσιδής Π. και Μπάλτας Γ. (2010). Η υπερβολική ποικιλία στο ράφι των σουπερμάρκετ: μύθοι και πραγματικότητες. *In Store-In Retail*, σελ. 70-74.

Αργουσιδής Π. και Βρεχόπουλος Α. (2007). Νέες τεχνολογίες και ικανοποίηση του πελάτη στο λιανεμπόριο. *Retail Technology*, Τεύχος 32, Ιούνιος-Ιούλιος, σελ.36-39.

13. Λοιπές επιστημονικές δραστηριότητες

Editorial Review Board, *Journal of Product & Brand Management* (2017-σήμερα)

Associate Editor, *Journal of Consumer Marketing* (2014-2020)

Book Editor, *International Journal of Bank Marketing* (2010-2014)

Ad hoc reviewer: *European Journal of Marketing*, *Industrial Marketing Management*, *International Journal of Bank Marketing*, *International Journal of Retail & Distribution Management*, *International Business Review*, *International Review of Retail Distribution & Consumer Research*, *Journal of Business Research*, *Journal of Marketing Management* και *Journal of Product & Brand Management*

Session Chair, *American Marketing Association Global Marketing Conference*, Greece, 2022

Session Chair, *American Marketing Association Global Marketing Conference*, Argentina, 2019

Track Co-Chair, *American Marketing Association Global Marketing Conference*, Greece, 2018

Session Chair, *American Marketing Association Global Marketing Conference*, Cuba, 2017

Session Chair, *International Conference in Services Marketing*, Greece, 2007

Session Chair, *European Marketing Academy Conference*, Greece, 2006

Track Co-Chair, *European Marketing Academy Conference*, Greece, 2006

14. Συμμετοχή σε επιστημονικές κοινότητες

Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ)

Academy of Marketing (AM)

American Marketing Association (AMA)

British Academy of Management (BAM)

European Marketing Academy (EMAC)

15. Τρέχοντα και παρελθόντα διοικητικά καθήκοντα στο Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

Αναπληρωτής διευθυντής Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών *Μάρκετινγκ & Επικοινωνία*

Εκπρόσωπος του Τμήματος στην επιτροπή του ΕΛΚΕ

Μέλος της επιτροπής αξιολόγησης υποψηφιοτήτων βάσει του ΠΔ 407/80

Μέλος της επιτροπής αξιολόγησης υποψηφιοτήτων ακαδημαϊκών υποτρόφων

Μέλος της επιτροπής διοργάνωσης ερευνητικών σεμιναρίων

Μέλος της επιτροπής κατατακτηρίων εξετάσεων

Μέλος της επιτροπής προετοιμασίας για το Πιστοποιητικό Αριστείας EFQM

Μέλος της επιτροπής αξιολόγησης του Τμήματος

Μέλος της επιτροπής προβολής του Τμήματος

Αναπληρωματικός εκπρόσωπος του Τμήματος στην Σύγκλητο