

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ ΑΡΓΟΥΣΛΙΔΗ

Όνομα Πατρός: Χρήστος
Τόπος Γεννήσεως: Αθήνα
Ημερομηνία Γεννήσεως: 23 Νοεμβρίου 1972
Διεύθυνση Εργασίας: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας,
Πατησίων 76, 10434, Αθήνα
Τηλέφωνο Γραφείου : ++30210 8203415
Email: pargousl@aueb.gr

1. ΣΠΟΥΔΕΣ

2001: Διδακτορικό Δίπλωμα (Ph.D.) στο Μάρκετινγκ, University of Stirling, Department of Marketing, Scotland, UK.
1997: Μεταπτυχιακό Δίπλωμα (M.Sc.) στο Μάρκετινγκ, University of Stirling, Department of Marketing, Scotland, UK.
1996: Πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

2. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

Φεβρουάριος 2010-σήμερα: Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ, με έμφαση στην Πολιτική Προϊόντος, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Αθήνα.
Οκτώβριος 2004-Ιανουάριος 2010: Λέκτορας Μάρκετινγκ, με έμφαση στην Πολιτική Προϊόντος, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Αθήνα.
Σεπτέμβριος 2002-Σεπτέμβριος 2004: Διδάσκων βάσει του Π.Δ. 407/80, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας, Αθήνα.
Σεπτέμβριος 1998-Μάιος 2001: Teaching Assistant, University of Stirling, Department of Marketing, Scotland, UK.

3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

- Κατάργηση προϊόντων (product elimination).
- Εξαγωγική τιμολόγηση (export pricing).
- Μείωση ποικιλίας κατηγοριών προϊόντων σε λιανεμπορικά καταστήματα (assortment reduction in retail stores).
- Προωθητικές ενέργειες στον κλάδο του λιανεμπορίου (retail sales promotions).

4. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

- Πολιτική Προϊόντος (συνδιδασκαλία σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο).
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2003-2004).
- Προώθηση Πωλήσεων και Άμεσο Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο).
- Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων & Τροφίμων (συνδιδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο).
- Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο τμήμα Erasmus του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών).
- Διεθνές & Εξαγωγικό Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2004-2005).
- Ειδικά Θέματα Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο).
- International Business Management (συνδιδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο).
- Επισκέπτης διδάσκων στο EADA Business School της Βαρκελώνης (αυτοδύναμη διδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο).

5. ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

- 5.18. **Argouslidis, P.C.**, Baltas, G. and Mavrommatis, A. "Outcomes of decision speed: an empirical study in product elimination decision-making processes", *European Journal of Marketing*, forthcoming (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 0.956).
- 5.17. 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(4), pp. 345-79 (ABS list = 1).
- 5.16. Baltas, G., **Argouslidis, P.C.** and Skarmneas, D. (2010), "The role of customer factors in multiple store patronage: a cost-benefit approach", *Journal of Retailing*, Vol. 86(1), pp. 37-50 (JQL list, ABS list = 4, Impact Factor = 2.750).
- 5.15. **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(3), pp. 460-72 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 1.530).
- 5.14. **Argouslidis, P.C.** (2008), "Determinants of the speed of elimination decision-making in financial services", *Journal of Services Marketing*, Vol. 22(3), pp. 237-54 (JQL list, ABS list = 2, Impact Factor = 0.615).
- 5.13. **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(4), pp. 475-91 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 2.671).
- 5.12. **Argouslidis, P.C.** (2007), "Problem situations triggering line pruning in financial services: evidence from the UK", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25(6), pp. 372-93 (JQL

list, ABS list = 1).

- 5.11. Baltas, G. and **Argoulidis, P.C.** (2007), "Consumer characteristics and demand for store brands", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 35(5), pp. 328-41 (JQL list, ABS list = 1).
- 5.10. **Argoulidis, 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(2), pp. 122-36 (JQL list, ABS list = 2, Impact Factor = 0.615).
- 5.9. **Argoulidis, P.C.** (2006), "Contextual effects on the objectives that financial institutions pursue through range pruning: evidence from the UK", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 13(1), pp. 15-33 (JQL list, ABS list = 1).
- 5.8. Kent, R. and **Argoulidis, P.C.** (2005), "Shaping business decisions using fuzzy-set analysis: service elimination decisions", *Journal of Marketing Management*, Vol. 21(5-6), pp. 641-58 (JQL list, ABS list = 3).
- 5.7. **Argoulidis, P.C.** (2004), "An empirical investigation into the alternative strategies to implement the elimination of financial services", *Journal of World Business*, Vol. 39(4), pp. 393-413 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 2.383).
- 5.6. **Argoulidis, 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(11-12), pp. 1355-81 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 0.956).
- 5.5. **Argoulidis, P.C.** and McLean, F. (2003), "Service elimination decision-making: analysis of candidates for elimination and remedial actions", *Journal of Marketing Management*, Vol. 19(3-4), pp. 307-44 (JQL list, ABS list = 3).
- 5.4. **Argoulidis, 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(4), pp. 166-78 (JQL list, ABS list = 1).
- 5.3. **Argoulidis, P.C.** and McLean, F. (2001), "Financial service elimination: objectives and problem situations", *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 5(3), pp. 227-37 (ABS list = 1).
- 5.2. Tzokas, N., Hart, S., **Argoulidis, P.C.** and Saren, M. (2000), "Industrial export pricing practices in the UK", *Industrial Marketing Management*, Vol. 29(3), pp. 191-204 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 1.530).
- 5.1. Tzokas, N., Hart, S., **Argoulidis, P.C.** and Saren, M. (2000), "Strategic pricing in export markets: empirical evidence from the UK", *International Business Review*, Vol. 9(1), pp. 95-117 (JQL list, ABS list = 3, Impact Factor = 1.511).

6. ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

- 6.21. Baltas, G., Painesis, G. and **Argouslidis, P.C.** (2012), "Framing effects on evaluation of coupon offers: assessing the performance of face value frames", *Annual Proceedings of the American Marketing Association Summer Educators' Conference*, Chicago Illinois, USA, August 17-19.
- 6.20. **Argouslidis, P.C.**, Baltas, G. and Mavrommatis, A. (2012), "Outcomes of decision-making pace: evidence from product elimination decision processes", *Annual Proceedings of the British Academy of Management Conference*, Cardiff University, Wales, UK, September 11-13.
- 6.19. 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", *Annual Proceedings of the British Academy of Management Conference*, Cardiff University, Wales, UK, September 11-13.
- 6.18. **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", *Annual Proceedings of the Academy of Marketing Conference*, Liverpool University, England, UK, July 5-7.
- 6.17. Baltas, G., **Argouslidis, P.C.** and Painesis, G. (2009), "Coupon face value framing: a neglected issue", *Proceedings of the 2nd Biennial International Conference on Services*, Thessaloniki, Greece, November 4-6.
- 6.16. **Argouslidis, P.C.**, Baltas, G. and Mavrommatis, A. (2009), "Exploring product delisting in retail firms", *Annual Proceedings of the Academy of Marketing Conference*, Leeds Metropolitan University, England, UK, July 7-9.
- 6.15. **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", *Annual Proceedings of the Academy of Marketing Conference*, University of Aberdeen, Scotland, UK, July 7-11.
- 6.14. **Argouslidis, P.C.**, Indounas, K., Baltas, G. and Mavrommatis A. (2008), "Exploring the role of relationship pricing in industrial export settings: empirical evidence from the UK", *Proceedings of the American Marketing Association Summer Educators' Conference*, San Diego California, USA, August 8-11.
- 6.13. **Argouslidis, P.C.**, Baltas, G. and Skarmas, D. (2007), "The use of store portfolios by supermarket customers: an empirical study", *Proceedings of the American Marketing Association Summer Educators' Conference*, Washington D.C., USA, August 3-6.
- 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", *Annual Proceedings of the Academy of Marketing Conference*, Royal Holloway Conference Centre, Surrey, England, UK, July 3-6.
- 6.11. **Argouslidis, P.C.**, Baltas, G. and Papavasiliou, N. (2007), "Determinants of decision speed in product line pruning: an empirical study", *36th European Marketing Academy Conference*

Proceedings, Reykjavik, Iceland, May 22-25.

- 6.10. Baltas, G., **Argouslidis, P.C.** and Skarmeas D. (2006), "Exploring heterogeneity in store brand preferences: a survey", *13th Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science Institute, European Institute of Retailing and Services Studies*, Budapest, Hungary, July 9-12.
- 6.9. Kent, R.A. and **Argouslidis, P.C.** (2005), "Shaping business decisions using fuzzy-set analysis: service elimination decisions", *Annual Proceedings of the Academy of Marketing Conference*, Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland, July 5-7.
- 6.8. **Argouslidis, P.C.** and Papavasiliou, N. (2005), "Organisational and environmental effects on the degree of formalisation during service elimination decision-making: evidence from the UK financial services sector", *34th European Marketing Academy Conference Proceedings*, University of Bocconi, Milan, Italy, May 24-27.
- 6.7. Kent, R.A. and **Argouslidis, P.C.** (2005), "A fuzzy-set analysis of marketing data", *34th European Marketing Academy Conference Proceedings*, University of Bocconi, Milan, Italy, May 24-27.
- 6.6. **Argouslidis, P.C.**, and Papavasiliou, N. (2004), "Towards the evaluation of the impact of elimination decisions involving financial services: empirical evidence from the UK", *33rd European Marketing Academy Conference Proceedings*, University of Murcia, Murcia, Spain, May 18-21.
- 6.5. Papastathopoulou, P.G., Avlonitis, G.J., **Argouslidis, P.C.** and Gounaris, S.P. (2003), "Elimination strategies in the British financial services sector", *32nd European Marketing Academy Conference Proceedings*, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, UK, May 20-23.
- 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", *30th European Marketing Academy Conference Proceedings*, Norwegian School of Economics and Business Administration, Bergen, Norway, May 8-11.
- 6.3. **Argouslidis, P.C.** (1999), "The service elimination practices in the British tertiary sector", *Academy of Marketing Doctoral Colloquium Proceedings*, University of Stirling, Scotland, UK, July 6-9.
- 6.2. Tzokas, N., Hart, S., **Argouslidis, P.C.** and Saren, M. (1999), "Strategic pricing in export markets: empirical evidence from the UK", *28th European Marketing Academy Conference Proceedings*, Humboldt University, Berlin, Germany, May 11-14.
- 6.1. Tzokas, N., Hart, S., **Argouslidis, P.C.** and Saren, M. (1998), "Industrial export pricing competence and practices", *British Academy of Management Annual Conference Proceedings*, University of Nottingham, England, UK.

7. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΥΠΟ

- **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.

8. ΒΡΑΒΕΙΑ-ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- Βραβείο “*Best Paper Award*” Track: Marketing and Retailing, 2012, *British Academy of Management Conference*, Cardiff University, για το άρθρο 6.20.
- Βραβείο “*Highly Commended Award from Emerald Literati Club*”, 2008, για το άρθρο 5.11. στο περιοδικό *International Journal of Retail and Distribution Management*.
- Βραβείο “*Award for Excellence from Emerald Literati Club*”, 2002, για το άρθρο 5.4. στο περιοδικό *International Journal of Bank Marketing*.

9. ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ

Τα ανωτέρω δημοσιεύματα σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά έχουν τύχει περίπου 140 αναφορών από άρθρα σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά, συμπεριλαμβανομένων των: *European Journal of Marketing*, *European Management Journal*, *European Retail Research*, *Industrial Marketing Management*, *International Journal of Bank Marketing*, *International Journal of Retail and Distribution Management*, *International Marketing Review*, *International Review of Retail Distribution and Consumer Research*, *International Small Business Journal*, *Journal of Advertising*, *Journal of Business and Industrial Marketing*, *Journal of Business Economics and Management*, *Journal of Business Research*, *Journal of Food Products Marketing*, *Journal of International Marketing*, *Journal of Marketing*, *Journal of Marketing Management*, *Journal of Product and Brand Management*, *Journal of Retailing*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, *Journal of Service Management*, *Journal of Services Marketing*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, *Journal of the Operational Research Society*, *Management International Review* και *Marketing Letters*.

10. ΛΟΙΠΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

- Book Editor στο Διεθνές Επιστημονικό Περιοδικό *International Journal of Bank Marketing*.
- Αξιολογητής άρθρων προς δημοσίευση (ad hoc reviewer) στα περιοδικά: *European Journal of Marketing*, *International Journal of Bank Marketing*, *International Journal of Retail and Distribution Management*, *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* και *Journal of Marketing Management*.
- Αξιολογητής άρθρων προς δημοσίευση στην ειδική έκδοση (special issue) του περιοδικού *Industrial Marketing Management* με θέμα *New Product Development in Asia*.
- Αξιολογητής άρθρων προς δημοσίευση στην ειδική έκδοση (special issue) του περιοδικού *Industrial Marketing Management* με θέμα *Global Marketing of Industrial Products*.

Καθηγητής κύριος Κ. Λυμπερόπουλος).

- Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο: Σεμινάρια σε θέματα Μάρκετινγκ χρηματοοικονομικών προϊόντων (Επιστημονικός Υπεύθυνος: Αναπληρωτής Καθηγητής κύριος Κ. Λυμπερόπουλος).
- ΑΒ Βασιλόπουλος: Εισηγητής στο Πρόγραμμα «Διοίκηση Λιανεμπορίου» για στελέχη της αλυσίδας λιανεμπορίου ΑΒ Βασιλόπουλος (Επιστημονικός Υπεύθυνος: Αναπληρωτής Καθηγητής κύριος Β. Σταθακόπουλος).
- Εγνατία Τράπεζα: Σεμινάρια σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών και διαχείρισης παραπόνων (Επιστημονικός Υπεύθυνος: Καθηγητής κύριος Γ. Αυλωνίτης).
- Οργανισμός Αστικών Συγκοινωνιών Αθηνών: Εκπόνηση έρευνας σε θέμα τη μέτρηση του βαθμού ικανοποίησης του επιβατικού κοινού από τις υπηρεσίες του ΟΑΣΑ (Επιστημονικός Υπεύθυνος: Καθηγητής κύριος Γ. Αυλωνίτης).
- Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών: Σεμινάρια σε θέματα εξαγωγικής τιμολόγησης, και προώθησης εξαγωγών.