

ΕΛΕΝΑ ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

E-mail: elenachatz@aueb.gr

Google Scholar (since 2018): h-index 7, i10-index 7 (182 citations)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

ΙΟΥΛΙΟΣ 2022 - ΣΗΜΕΡΑ	ΕΠΙΚΟΥΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΚ στο τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Ο.Π.Α)
ΣΕΠ 2021 – ΙΟΥΝΙΟΣ 2022	ΕΠΙΣΚΕΠΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ , IÉSEG School of Management, ΓΑΛΛΙΑ
ΙΟΥΝ 2021 – ΑΥΓ 2021	ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ AGRIP-SIMPLE-2021, AGRIP-MULTI-2021 (Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency)
ΣΕΠ 2020 – ΣΗΜΕΡΑ	ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ MARKETING , Kent Business School, University of Kent, UK (μόνιμη θέση)
ΓΕΝ 2019 – ΣΕΠ 2020	ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ DIGITAL MARKETING , Léonard de Vinci Pôle Universitaire (EMLV Business School)
ΦΕΒΡ 2018 – ΓΕΝ 2019	ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΞΕΤΑΣΤΗΣ για το Southampton Solent University
ΓΕΝ 2018 – ΓΕΝ 2019	ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΞΕΤΑΣΤΗΣ για το Cardiff Metropolitan University
ΣΕΠ 2017 – ΓΕΝ 2019	ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MARKETING MANAGEMENT , Newcastle University Business School
ΓΕΝ 2017 – ΓΕΝ 2019	ΛΕΚΤΟΡΑΣ MARKETING , Newcastle University Business School
ΝΟΕ 2013 – ΓΕΝ 2017	ΒΟΗΘΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ (PT) , Newcastle University Business School
2007 – 2012	ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ (ΤΜΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΠΩΛΗΣΕΩΝ)

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2018

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ, ΤΜΗΜΑ MARKETING, Newcastle University Business School (UK)

ΤΙΤΛΟΣ: “A grounded theory of authenticity and quality constructions for ethnic restaurants: implications for effective marketing strategies”

2014

POSTGRADUATE CERTIFICATE IN RESEARCH TRAINING, Newcastle University (UK)

2012

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (MSM) part-time, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

2018

CERTIFICATE AT MASTERS LEVEL IN ACADEMIC PRACTICE - HIGHER EDUCATION ACADEMY, UK

2015

CERTIFICATE AT MASTERS LEVEL IN LEARNING, TEACHING AND ENGAGING STUDENTS - HIGHER EDUCATION ACADEMY, UK

2009

ΠΤΥΧΙΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

2018

FELLOW OF THE HIGHER EDUCATION ACADEMY (UK PROFESSIONAL STANDARDS FRAMEWORK) – HIGHER EDUCATION ACADEMY, UK

2015

ASSOCIATE FELLOW OF THE HIGHER EDUCATION ACADEMY (UK PROFESSIONAL STANDARDS FRAMEWORK) – HIGHER EDUCATION ACADEMY, UK

2018

PROFESSIONAL DIGITAL MARKETING DIPLOMA TOY KEAK Business School

2019

GOOGLE CERTIFICATE: Google analytics

YouTube CERTIFICATES: YouTube channel growth & Video for brands

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΙΜΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΒΡΑΒΕΙΑ

- **ΥΨΗΛΟΤΕΡΟ ΣΚΟΡ ΑΞΙΟΛΗΓΗΣΗΣ ΩΣ VISITING PROFESSOR TOY ΙÉSEG School of Management,** ποσοστό θετικής αξιολόγησης 4.83/5 (2021-2022)
- **ΥΨΗΛΟΤΕΡΟ ΣΚΟΡ ΑΞΙΟΛΗΓΗΣΗΣ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ MARKETING TOY EMLV Business School,** ποσοστό θετικής αξιολόγησης 95% (2019-2020)
- **ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΑΡΘΡΟ TOY ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ - Best paper award** 17th IFIP Conference on e-Business, e-Services and e-Society, “Under the influence of a blogger. The role of information seeking goals and issue involvement”
- **ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΩΣ ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ - Outstanding contribution in reviewing** (Computers in human behaviour journal) (2018)
- **ΒΡΑΒΕΙΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥ POSTER ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΟ - Best poster award** - Chatzopoulou E. ONOMASIA POSTER: Connecting marketing students with the industry. In: Education for Life: celebrating partnership, encouraging innovation (doi: 10.13140/RG.2.2.24921.77923) (2018)
- **ΒΡΑΒΕΙΟ ΠΡΟΤΥΠΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ - Teaching excellence award – Individual award** – Academy of Marketing (2017)

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Chatzopoulou E. & Navazhylava K., “Ethnic brand identity work: the role of authenticity and celebrity endorsement in brand self-presentation”, Journal of Business Research, 142, pp. 974–987 (<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.020>)

- Frossinis D., Anaxagora N. and Chatzopoulou E. (2021) Augmented Reality Technology as a Training Tool, *Quantum Journal of Engineering, Science and Technology*, 2(2), pp.27-39.
- Chatzopoulou E., Carochos M., Gioia F.D. and Petropoulos S.A. (2020) The Beneficial Health Effects of Vegetables and Wild Edible Greens: The Case of the Mediterranean Diet and Its Sustainability, *Applied Science* (doi: 10.3390/app10249144)
- Chatzopoulou E. and de Kiewiet A. (2020) “Millennials evaluation of corporate social responsibility: the wants and needs of the largest and most ethical generation”, *Journal of Consumer Behaviour* (doi: 10.1002/cb.1882)
- Chatzopoulou E., Filieri R. and Dogruyol S. (2020) “Instagram and Body Image: Motivation to Conform to the ‘Instabod’ and Consequences on Young Male Wellbeing”, *Journal of Consumer Affairs* (doi:10.1111/joca.12329)
- Skinner H., Chatzopoulou E., Gorton M. (2020) “Perceptions of localness and authenticity regarding restaurant choice in tourism settings”, *Journal of Travel & Tourism Marketing* (doi: 10.1080/10548408.2020.1722785)
- Chatzopoulou E., Gorton M. and Kuznesof S. (2019) “Understanding Authentication Processes and the Role of Conventions: a consideration of Greek ethnic restaurants”, *Annals of tourism research* (doi: 10.1016/j.annals.2019.06.004)
- Balabanis G. and Chatzopoulou E. (2019), “Under the influence of bloggers: The role of information-seeking goals and issue involvement”, *Psychology and Marketing* (doi: 10.1002/mar.21182)
- Filieri R., Lin Z., D'Antone S., Chatzopoulou E. (2018), “A cultural approach to brand equity: The role of brand mianzi and brand popularity in China”, *Journal of Brand Management* (doi: 10.1057/s41262-018-0137-x)

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

- Perrea T., Markatou E., Chatzopoulou E., Krystallis A. (2022), “The effect of scientific and non-scientific information stimuli on consumers’ attitudes and intention to eat insect proteins”. In: IFMRS - International Food Marketing Research Symposium, Texas, USA
- Chatzopoulou E. (2020), “An investigation of how female millennial engage with pure-play businesses through Instagram posts”. In: Nordic International Business Export Marketing and Tourism Conference 2020. Held via Zoom.
- Chatzopoulou E. & Travers N. (2020), “Authenticity goes digital: a big data analysis of the influence of the country of origin and authenticity perceptions on TripAdvisor ethnic restaurant reviews”. In: Academy of Marketing Science 44th Annual Conference. Florida, USA
- Chatzopoulou E., Chrysochou P., Zypeloudi D. and Mitkidis P. (2020), “Taking (odor) notes: when are consumers increasing their risk-taking behavior?”. In: AMA Global SIG 2020. Sicily, Italy
- Chatzopoulou E. (2019) “Shooting with the e-stars: celebrity endorsement on building authenticity meanings for ethnic fashion brands”. In: (Gamma conference) Global Fashion Management Conference. Paris, France
- Chatzopoulou E. & Filieri R. (2019) “Investigating the influence of Facebook content on the consumers’ engagement with fashion brands”. In: International Conference on Marketing and Tourism. New York, U.S.A.

- Balabanis G. & Chatzopoulou E. (2018) “Under the influence of a blogger. The role of information seeking goals and issue involvement”. In: 17th IFIP Conference on e-Business, e-Services and e-Society (I3E 2018), Kuwait. **(Best paper award - ΒΡΑΒΕΙΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥ ΑΡΘΡΟΥ ΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ)**
- Chatzopoulou E. & Filieri R. (2018) “Building and communicating fashion brands of sustainable ethnic identity”. In: International Conference on Marketing and Tourism (ICM18). New York, U.S.A. (Session Chair: Business and sustainability)
- Chatzopoulou E. & Filieri R. (2018) “Actors who make cross-national communication networks: the ethnic restaurants setting of word of mouth, authenticity and quality”. In: EMAC. Glasgow, Scotland
- Filieri R. & Chatzopoulou E. (2018) “Sources of brand equity in China: The role of brand mianzi and brand popularity”. In: EMAC. Glasgow, Scotland
- Chatzopoulou E. (2018), “Connecting marketing students with the industry”, poster in: Learning and Teaching Conference 2018: Education for Life: celebrating partnership, encouraging innovation. Newcastle, U.K. **(Best poster award - ΒΡΑΒΕΙΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥ POSTER ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΟ)**
- Chatzopoulou E., Gorton M. and Kuznesof S. (2016) Defining food authenticity: An efficient promotion for ethnic restaurants. In: European Academy and Management (EURAM) annual conference. Paris, France.
- Chatzopoulou E., Gorton M. and Kuznesof S. (2016) Quality conventions theory and the communication of authenticity: evidence from Greek restaurants in the UK and Greece. In: Academy of Marketing conference. Newcastle, U.K.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΤΟΜΟ

- Improved Safety On-board Using Augmented Reality Technology as a Training Tool κεφάλαιο στο βιβλίο: "Big Data-Driven Digital Economy: Artificial and Computational Intelligence", edited volume of Book Series: Studies in Computational Intelligence, Springer (https://doi.org/10.1007/978-3-030-73057-4_14)
- Food Authenticity κεφάλαιο στο βιβλίο: “Encyclopedia of Tourism Management and Marketing”, Editor in Chief: Professor Dimitrios Buhalis, Edward Elgar Publishing Limited (<https://www.elgar.com/shop/gbp/encyclopedia-of-tourism-management-and-marketing-9781800377479.html><https://www.elgaronline.com/view/nlm-book/9781800377479/b-9781800377479-Contents.xml>)
- Data Analysis: Using NVivo κεφάλαιο στο βιβλίο: “Research Methods in Business and Management: Theoretical and Practical Perspectives”, Editors in Chief: Pantea Froudi and Charles Dennis, Taylor & Francis Group (accepted, forthcoming in Sept 2023)
- Οινοτουρισμός κεφάλαιο στο βιβλίο: “Τουρισμός Ειδικού Ενδιαφέροντος”, Εκδότης Broken Hill Publishers Ltd.
- The influence of Instagram upon millennials’ purchase intention: celebrity endorsement and image posts κεφάλαιο στο βιβλίο: “Social media in the 21st Century: Perspectives, Influences and Effects on well-being”, ISBN: 978-1-53619-826-3

ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

- Chatzopoulou E. (2019) “Digital marketing communications: making the number 1 viral” Case study for “Principles of Marketing” book (8th European edition) by Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C

Harris & Hongwei He https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject-catalogue/marketing/kotler-principles-of-marketing-european-edition-8e.html

- Chatzopoulou E. (2018), “The case of Ancient Greek Sandals: can fashion brands benefit if they are linked with an ethnic heritage and celebrity endorsers?” In: Global fashion business cases (Bloomsbury fashion resource) <http://dx.doi.org/10.5040/9781474208765.0004>

ΜΟΝΟΓΡΑΦΙΑ

- Chatzopoulou E. (forthcoming 2023), “Ethnic Hospitality Marketing: Authenticity and Quality Constructions in the Greek Food Industry” (Routledge - Taylor and Francis Group)

ΕΚΔΟΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΛΛΗ ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

ΜΑΙΟΣ 2019 – ΣΗΜΕΡΑ	EDITORIAL BOARD (Global Business Research Journals) και (Science Journal of Business and Management)
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2021	Μέλος της επιτροπής για το διεθνές συνέδριο Global Economic Revolutions (ICGER 2021): “The Era of the Digital Economy” (Bahrain)
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2020	Μέλος της επιτροπής για το διεθνές συνέδριο 4th International Conference on Software and e-Business (Οσάκα, Ιαπωνία)

ΚΡΙΤΗΣ (REVIEWER) ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ, ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΑ

- (ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ) ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ: International Marketing Review, JBR, European Journal of Marketing, Computers in human behaviour
- (ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ) ΣΥΝΕΔΡΙΑ: European Marketing Academy conference, Academy of Marketing Science Conference (AMS), Academy of Marketing
- ΒΙΒΛΙΟ: “Qualitative Research in Organisations and Management” (εκδ. Emerald)

ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΕΡΓΟ

ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

- **International Marketing** – IÉSEG School of Management
- **Digital Marketing Strategy** – Kent Business School
- **Digital consumer** – Kent Business School
- **Branding** – Kent Business School
- **Business simulation** – EMLV
- **Business strategy in a global market** – EMLV
- **Digital Marketing** – EMLV
- **Digital Business Planning** – EMLV
- **Global Business Strategy** – EMLV
- **E-Business** – EMLV
- **International Marketing Management** – EMLV

- **International Marketing Project** – EMLV
- **Introduction to Marketing** - Newcastle University Business School
- **Essentials of Marketing** - Newcastle University Business School
- **International Marketing Communications module - Integrated Marketing Communications** – Newcastle University Business School
- **Advertising and integrated brand promotion** - Newcastle University Business School
- **Food Policy and Marketing** – Food & Agriculture School, Newcastle University

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΕΡΓΟ

ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MARKETING MANAGEMENT, Newcastle University Business School (ΣΕΠ 2017- ΓΕΝ 2019)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, Newcastle University Business School (ΣΕΠ 2017- ΓΕΝ 2019)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ (PLACEMENT) ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΤΟΥ INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT, Newcastle University Business School (ΓΕΝ 2017- ΓΕΝ 2019)

ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΤΡΙΒΩΝ, ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

- **ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΔΥΟ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΤΡΙΒΩΝ** - Newcastle University Business School (2018 - 2019)
- **ΜΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΤΡΙΤΟΥΣ ΠΡΟΟΔΟΥ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ** - Newcastle University Business School (2018)
- **ΕΠΙΒΛΕΨΗ 4 Marketing projects** – York University Business School (2021)
- **ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (23 ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΚΑΙ 43 ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ)** – Newcastle University Business School (2014-2018) & EMLV (2019-2020) & Kent University Business School (2020-2021) & York University Business School (2021) & ΙÉSEG School of Management (2022)

ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ

- **HaSS Teaching Development Fund (Co-ordinator)** – “get connected with the industry” teaching project (2017-2018)
- **ULTSEC Innovation Fund (Co-ordinator)** – Young Marketers 4 the Northeast project (2017) <https://youngmarketers2017.wordpress.com/>
- **Horizon 2020 (Partner)**, “Strength2food”, 7 εκ. ευρώ (2016-2020)
- **Prima (Horizon) - Partner**, 2 εκ. ευρώ (1^η επιλαχούσα ομάδα) (2020)

ΠΑΡΟΧΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

- **R-Action SAS** – Innovative tourism via digital platforms (2019 - σήμερα)
- **Euro car parts** – Project leader, structure of competitors map (2017-2018)

- **Creative Fuse North East** – Digital presence of start-up Companies and artisans (2018)
<http://www.creativefusene.org.uk/>

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

- **“MyMarketingExperience” simulation game play day – ΕΠΙΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ Pearson**, ΚΑΛΕΣΜΕΝΟΙ ΗΤΑΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΙ ΑΠΟ ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΝ/ΜΙΑ ΤΗΣ ΣΚΩΤΙΑΣ ΚΑΙ ΒΟΡ. ΑΓΓΛΙΑΣ
- **Young Marketers 4 the Northeast – ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Noveltea & travelling bee) ΜΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

ΟΜΙΛΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

- **Q&A με τον παγκοσμίου φήμης Prof. Kevin Lane Keller**
<https://animoto.com/play/6br3OGikANF0chiWTCEJew> (μέρος 1)
- **ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΣΤΗ ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΑΝΑΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΑΠΟ MSN GREECE** «Εκπαίδευση και λειτουργία εμπορικών πλοίων με επαυξημένη πραγματικότητα εν μέσω Covid-19»

(ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ) <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1647231/ekpaideusi-kai-leitourgia-emporikon-ploion-me-epauksimeni-pragmatikotita-en-meso-covid-19>

(MSN GREECE) <https://www.msn.com/el-gr/money/economy/%CE%B5%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%B5%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%80%CE%BB%CE%BF%CE%AF%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%B5-%CE%B5%CF%80%CE%B1%CF%85%CE%BE%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CE%BD%CE%B7-%CF%80%CF%81%CE%B1%CE%B3%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CE%B5%CE%BD-%CE%BC%CE%AD%CF%83%CF%89-covid-19/ar-BB1a5xCy?ocid=msedgntp>

- **ΟΜΙΛΙΑ TEDx “Back to basics.com: a down-to-earth research”**
<https://www.youtube.com/watch?v=3d4AwMlxrWE&t=6s>
- **ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΕ ΑΓΓΛΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ (Chronicle)** «Going, going, gone: Are our high streets doomed as major retailers close North East stores?»
<https://www.chroniclive.co.uk/news/north-east-news/going-going-gone-high-streets-14391101>
- **ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΝ-ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ Revel** - Pearson education (2017 - 2018)
- **ΜΕΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΥΝ-ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΒΙΒΛΙΟΥ Principles of Marketing, Kotler, 8th edition** - Pearson Education (2017 – 2018)
- **ΚΑΛΕΣΜΕΝΗ ΓΙΑ ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ NVIVO11 ΣΤΟ Strength2food project** (2017)
- **ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΤΟΥ “Rethink your business”** (ιδιοκτήτες εστιατορίων, καταναλωτές) – Newcastle University Business School (2016)

ΔΙΑΦΟΡΑ

ΑΔΕΙΑ ΑΣΚΗΣΕΩΣ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ (ΑΡ. ΑΔΕΙΑΣ 9909089750) – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (2009)

ΧΡΗΣΤΗΣ ΤΩΝ ΛΟΓΙΣΜΙΚΩΝ & ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ

- **NVivo** for big data analysis, visual methods & mixed methods research
- **SPSS Statistics** (IBM)
- **Moodle**
- **Blackboard**
- **Brightspace**
- **Endnote**
- **Qualtrics**
- **Survey monkey**
- **Socrative**
- **Teams**
- **Zoom**

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

- **ΑΓΓΛΙΚΑ (ΜΗΤΡΙΚΗ ΓΛΩΣΣΑ):** Certificate of Proficiency in English (ECPE), Advanced Level Certificate in English (ALCE), First Certificate in English (FCE)
ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΑΓΓΛΙΚΗΣ ΓΛΩΣΣΑΣ (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ)
- **ΓΑΛΛΙΚΑ:** Delf A1, A2, A3 and A4