

1. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Όνομα: Κωστής
- Επίθετο: Ήντουνας
- Έτος γέννησης: 1977
- Διεύθυνση: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Πατησίων 76, 10434, Αθήνα.
- Τηλέφωνο: 210-8203487
- E-mail: indounas@aueb.gr

2. ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

- Διδάκτωρ του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με τίτλο διδακτορικής διατριβής «Η Διαδικασία Τιμολόγησης και οι Παράγοντες που την Επηρεάζουν στον Κλάδο των Υπηρεσιών: Θεωρητική και Εμπειρική Ανάλυση με Ελληνικά Δεδομένα», 2003.
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου «MSc in Marketing» από το Πανεπιστήμιο του Stirling της Σκωτίας, 1999.
- Απόφοιτος του τμήματος Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών με βαθμό «Λίαν Καλώς», 1998.
- Απόφοιτος του Γενικού Λυκείου Νέας Χαλκηδόνας με βαθμό «Άριστα», 1994.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

- Φεβρουάριος 2022-Σήμερα: Καθηγητής στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Ιούνιος 2017-Φεβρουάριος 2022: Αναπληρωτής Καθηγητής στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Μάιος 2011-Ιούνιος 2017: Επίκουρος Καθηγητής στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Μάρτιος 2006-Μάιος 2011: Λέκτορας στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Φεβρουάριος 2003-Μάρτιος 2006: Λέκτορας με βάση το ΠΔ 407/80 στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

- Οκτώβριος 2005-Σήμερα (με εξαίρεση το Ακαδημαϊκό Έτος 2016-2017): Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.
- Φεβρουάριος 2013-Δεκέμβριος 2019 (με εξαίρεση το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018): Διδάσκων σε μεταπτυχιακά προγράμματα στο Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος.
- Σεπτέμβριος 2016-Φεβρουάριος 2017: Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.
- Σεπτέμβριος 2015-Φεβρουάριος 2016: Μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.
- Μάρτιος 2012-Αύγουστος 2013: Διδάσκων με βάση το ΠΔ 407/80 στο Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών στη Βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή.
- Οκτώβριος 2003-Ιούλιος 2009: Επιστημονικός Συνεργάτης στη Βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή στο τμήμα «Εμπορίας και Διαφήμισης» του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών.
- Οκτώβριος 2003-Ιούλιος 2004: Επιστημονικός Συνεργάτης στη Βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή στο τμήμα «Συντήρησης Αρχαιοτήτων και Έργων Τέχνης» του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών.

4. ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΔΙΔΑΧΘΕΙ

Διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών:

- Τιμολογιακή Στρατηγική (συνδιδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2003-2004 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2008-2009 και αυτοδύναμη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2009-2010 έως σήμερα).
- Βιομηχανικό (B2B) Μάρκετινγκ (αυτόνομη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2016-2017 έως σήμερα).
- Μάρκετινγκ Κοινωνικών Επιχειρήσεων και μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών (αυτόνομη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2016-2017 έως σήμερα).
- Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών (συνδιδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2004-2005 έως το Ακαδημαϊκό έτος 2014-2015 και αυτόνομη διδασκαλία κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2015-2016).
- Τουριστικό Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2006-2007).

- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2002-2003 και αυτόνομη διδασκαλία κατά το ακαδημαϊκό έτος 2019-2020).
- B2B Marketing (αυτοδύναμη διδασκαλία στο τμήμα Erasmus κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2018-2019).
- Introduction to Marketing (αυτοδύναμη διδασκαλία στο τμήμα Erasmus από το Ακαδημαϊκό Έτος 2002-2003 έως το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016).
- Non-Profit Marketing (αυτοδύναμη διδασκαλία στο τμήμα Erasmus κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2009-2010 και 2010-2011).

Λοιπή διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο:

- Μάρκετινγκ I (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο ως μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού από το Ακαδημαϊκό Έτος 2005-2006 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2015-2016 και από το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018 έως σήμερα).
- Αρχές Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2016-2017 ως μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού).
- Διεθνές Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2015-2016 ως μέλος Συνεργαζόμενου Εκπαιδευτικού Προσωπικού).
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών κατά το Ακαδημαϊκό έτος 2014-2015).
- Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων I (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών ως Επίκουρος Καθηγητής με βάση το ΠΔ 407/80 κατά τα Ακαδημαϊκά έτη 2011-2012 και 2012-2013).
- Μάρκετινγκ II (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2003-2004).
- Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2008-2009).
- Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2007-2008).

- Τουριστικό Μάρκετινγκ (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά το Ακαδημαϊκά Έτη 2005-2006 και 2006-2007).
- Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2003-2004 και 2004-2005).
- Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Τμήμα Συντήρησης Αρχαιοτήτων και Έργων Τέχνης του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Αθηνών ως Επιστημονικός Συνεργάτης κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2003-2004).

Διδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο:

- Διοίκηση Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων: MBA», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2013-2014, 2014-2015 και αυτόνομη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2015-2016 έως σήμερα).
- Διοίκηση Πωλήσεων και Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων: MBA», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015 έως σήμερα).
- Μάρκετινγκ (αυτόνομη διδασκαλία στο Δι-ιδρυματικό Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Athens MBA» συνδιοργανώνεται από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο από το Ακαδημαϊκό Έτος 2021-2022 έως σήμερα).
- Marketing Management (αυτόνομη διδασκαλία στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MBA International», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2013-2014 έως σήμερα).
- B2B Marketing (αυτόνομη διδασκαλία στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MBA International», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015 έως σήμερα).
- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018 και αυτόνομη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2018-2019 έως σήμερα).
- Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών κατά το Ακαδημαϊκό Έτος

2013-2014 και αυτόνομη διδασκαλία από το Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018).

- Τιμολογιακή Πολιτική (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Μάρκετινγκ και Επικοινωνία», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2010-2011).
- International Marketing (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Marketing and Communication, Specialization in International Marketing», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2013-2014 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018).
- International B2B and Relationship Marketing (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Marketing and Communication, Specialization in International Marketing», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2008-2009 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2014-2015 και αυτόνομη διδασκαλία κατά το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018).
- International Pricing (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Marketing and Communication, Specialization in International Marketing», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2009-2010 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2012-2013).
- Tourism Marketing and the Promotion of Cultural Heritage (συνδιδασκαλία στο Δι-Ιδρυματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MA in Heritage Management», που συνδιοργανώνεται από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Πανεπιστήμιο Kent (UK) από το Ακαδημαϊκό Έτος 2013-2014 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2019-2020).
- Μαθηματικά Υποδείγματα Εμποριολογίας (αυτοδύναμη διδασκαλία στο Δι-Ιδρυματικό Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Μαθηματικά της Αγοράς και της Παραγωγής», που συνδιοργανώνεται από το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών και το Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2005-2006 έως το Ακαδημαϊκό Έτος 2008-2009).
- Marketing Analysis and Brand Research Strategy (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Strategic Product Design», Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2018-2019 και 2019-2020).
- Strategic Marketing for Sustainable Tourism (αυτόνομη διδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Sustainable Development», Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2015-2016 και 2016-2017).

- Marketing and Branding (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Strategic Product Design», Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος κατά τα Ακαδημαϊκά Έτη 2013-2014 και 2014-2015).
- Marketing (συνδιδασκαλία στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «MSc in Management», Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2013-2014).

Διδασκαλία σε διδακτορικό επίπεδο:

- Προηγμένα Ερευνητικά Θέματα (συνδιδασκαλία στο Διδακτορικό Πρόγραμμα Σπουδών του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών από το Ακαδημαϊκό Έτος 2011-2012 έως σήμερα).

5. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΚΡΙΤΩΝ

1. Indounas, K. (2020), “New B2B product pricing”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 35 No. 11, pp. 1861-1869 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
2. Indounas, K. (2019), “Market based pricing in B2B service industries”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 34 No. 5, pp. 1030-1040 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
3. Indounas, K. (2018), “Market structure and pricing objectives in the services sector”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 32 No. 7, pp. 792-804 **(2020 Impact Factor: 4.466, 5-year Impact Factor (2020): 5.585, ABS List: 2)**.
4. Indounas, K. and Arvaniti, A. (2015), “Success factors of new health-care services”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 24 No. 7, pp. 679-692 **(2020 Impact Factor: 4.335, 5-year Impact Factor (2020): 5.354, ABS List: 1)**.

5. Indounas, K. (2015), "The adoption of strategic pricing by industrial service firms", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 30 No. 5, pp. 521-535 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
6. Indounas, K. (2014), "The antecedents of strategic pricing and its effect on company performance in the case of industrial service firms", *Journal of Services Marketing*, Vol. 28 No. 5, pp. 402-413 **(2020 Impact Factor: 4.466, 5-year Impact Factor (2020): 5.585, ABS List: 2)**.
7. Indounas, K. and Roth, S. (2012), "Antecedents and consequences of strategic price management: An analysis in the New Zealand industrial service context", *Australasian Marketing Journal*, Vol. 20 No. 2, pp. 113-121 **(ABS List: 1)**.
8. Indounas, K. and Avlonitis, G. (2011), "New industrial service pricing strategies and their antecedents: Empirical evidence from two industrial sectors", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 26 No. 1, pp. 26-33 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
9. Argouslidis, P. 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 **(2020 Impact Factor: 6.960, 5-year Impact Factor (2020): 8.698, ABS List: 3)**.
10. Indounas, K. and Avlonitis, G. (2009), "Pricing objectives and their antecedents in the services sector", *Journal of Service Management*, Vol. 20 No. 3, pp. 342-374 **(2020 Impact Factor: 11.768, 5-year Impact Factor (2020): 9.522, ABS List: 2)**.
11. Indounas, K. (2009), "Successful industrial service pricing", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 24 No. 2, pp. 86-97 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
12. Indounas, K. (2008), "The relationship between pricing and ethics in two industrial service industries", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 23 No. 3, pp. 161-169 **(2020 Impact Factor: 3.462, 5-year Impact Factor (2020): 3.962, ABS List: 2)**.
13. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2007), "An empirical examination of the pricing policies and their antecedents in the services sector", *European Journal of Marketing*, Vol. 41 No. 7/8, pp. 740-764 **(2020 Impact Factor: 4.647, 5-year Impact Factor (2020): 4.687, ABS List: 3)**.
14. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2007), "Service pricing: An empirical investigation", *Journal*

- of Retailing and Consumer Services*, Vol. 14 No. 1, pp. 83-94 **(2020 Impact Factor: 7.135, ABS List: 2)**.
15. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2006), "Pricing practices of service organizations", *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. 5, pp. 346-356 **(2020 Impact Factor: 4.466, 5-year Impact Factor (2020): 5.585, ABS List: 2)**.
 16. Indounas, K. (2006), "Making effective pricing decisions", *Business Horizons*, Vol. 49 No. 5, pp. 415-424 **(2020 Impact Factor (2020): 6.361, ABS List: 2)**.
 17. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2006), "How are prices set? An exploratory investigation in the Greek services sector", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 15 No. 3, pp. 203-213 **(2020 Impact Factor: 4.335, 5-year Impact Factor (2020): 5.354, ABS List: 1)**.
 18. Skouras, T., Avlonitis, G. and Indounas, K. (2005), "Economics and Marketing on pricing: How and why do they differ", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14 No. 6, pp. 362-374 **(2020 Impact Factor: 4.335, 5-year Impact Factor (2020): 5.354, ABS List: 1)**.
 19. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2005), "Pricing of services: An empirical analysis from the Greek service sectors", *Journal of Marketing Management*, Vol. 21 No. 3/4, pp. 339-362 **(2020 Impact Factor: 3.048, 5-year Impact Factor (2020): 4.973, ABS List: 2)**.
 20. Avlonitis, G., Indounas, K. and Gounaris, S. (2005), "Pricing objectives over the service life cycle: Some empirical evidence", *European Journal of Marketing*, Vol. 39 No. 5/6, pp. 696-714 **(2020 Impact Factor: 4.647, 5-year Impact Factor (2020): 4.687, ABS List: 3)**.
 21. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2005), "Pricing objectives and pricing methods in the services sector", *Journal of Services Marketing*, Vol. 19 No. 1, pp. 47-57 **(2020 Impact Factor: 4.466, 5-year Impact Factor (2020): 5.585, ABS List: 2)**.
 22. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2004), "The impact of market structure on pricing objectives of service firms", *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 13 No. 5, pp. 343-358 **(2020 Impact Factor: 4.335, 5-year Impact Factor (2020): 5.354, ABS List: 1)**.
 23. Papastathopoulou, P., Avlonitis, G. and Indounas, K. (2001), "The initial stages of new service development: A case study From the Greek banking sector", *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 6 No. 2, pp. 147-161 **(ABS List: 1)**.

6. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΩΝ ΚΡΙΤΩΝ

1. Indounas, K. (2020), “Pricing strategies for new financial services”, *American Marketing Association Summer Academic Conference*, USA.
2. Indounas, K. (2016), “Pricing new business-to-business products in a recession period”, *Global Marketing Conference*, Hong.
3. Indounas, K. (2015), “Pricing strategies for new business-to-business products”, *Academy of Marketing Annual Conference*, University of Limerick, Limerick, Ireland.
4. Indounas, K. (2014), “The effect of market structure on pricing behavior of industrial service firms”, *Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, Esan Graduate School of Business, Lima, Peru.
5. Indounas, K. (2013), “The antecedents of strategic pricing and its effect on company performance in industrial service industries”, *American Marketing Association Summer Academic Conference*, Boston, USA.
6. Indounas, K. (2013), “The antecedents of strategic pricing and its effect on company performance”, *Academy of Marketing Science World Marketing Congress*, University of Monash, Melbourne, Australia.
7. Indounas, K. (2012), “Strategic price management in industrial service industries”, *Academy of Marketing Annual Conference*, University of Southampton, Southampton, UK.
8. Indounas, K. and Roth, S. (2010), “Antecedents and consequences of strategic price management in New Zealand service industries”, *European Marketing Academy Conference*, Copenhagen Business School, Copenhagen, Denmark.
9. Indounas, K., Avlonitis, G. and Argouslidis, P., (2009), “Pricing objectives and their antecedents in the services sector”, *Academy of Marketing Annual Conference*, Leeds Metropolitan University, Leeds, UK.
10. Argouslidis, P., Indounas, K., Baltas, G. and Mavrommatis, A. (2008), “An empirical investigation into the concept of relationship pricing in an industrial export context”, *American Marketing Association Summer Academic Conference*, San Diego, USA.
11. Indounas, K., Avlonitis, G. and Haghirian, P. (2007), “New product pricing strategies and their antecedents in the Japanese industry”, *European Marketing Academy Conference*, University of Reykjavik, Reykjavik, Iceland.

12. Vidalis, M., Lymperopoulos, C. and Indounas, K. (2007), “Coordinated optimal pricing to maximize total profits within a supply chain constituted by two or more members”, *1st Biannual International Conference on Strategic Developments in Services Marketing*, University of the Aegean, Chios, Greece.
13. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2005), “Pricing research and pricing objectives in the services sector”, *European Marketing Academy Conference*, University of Bocconi, Milan, Italy.
14. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2004), “Market structure and pricing information in the services sector”, *European Marketing Academy Conference*, University of Murcia, Murcia, Spain.
15. Indounas K. and Avlonitis G. (2003), “Pricing objectives and their relationship with the stage of the product life cycle: Some evidence from the service sector”, *European Marketing Academy Conference*, University of Glasgow, Glasgow, Scotland.
16. Indounas K. (2002), “An empirical research on the pricing practices of Greek service organizations”, *15th EIASM/EMAC Colloquium for Doctoral Students in Marketing*, University of Minho, Braga, Portugal.

7. ΒΙΒΛΙΑ

1. Παπαβασιλείου, Ν. και Ήντουνας, Κ. (2017), *Η Τιμολογιακή Στρατηγική της Επιχείρησης*, Unibooks, Αθήνα.
2. Αυλωνίτης, Γ., Δημητριάδης, Σ. και Ήντουνας, Κ. (2015), *Στρατηγικό Βιομηχανικό Μάρκετινγκ: Μια Ολοκληρωμένη Προσέγγιση*, Rosili, Αθήνα.
3. Παπαβασιλείου, Ν. και Ήντουνας, Κ. (2005), *Η Τιμολογιακή Στρατηγική της Επιχείρησης*, Σταμούλης, Αθήνα.

8. ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ

1. Ήντουνας, Κ. (2019), «Λειτουργία Μάρκετινγκ», σε Σαλαβού, Ε., *Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ: Εταιρικές Λειτουργίες*, Κεφάλαιο 3, Εκδόσεις Εταιρίας Αξιοποίησης και Διαχείρισης της Περιουσίας του ΟΠΑ, Αθήνα.
2. Avlonitis, G. and Indounas, K. (2015), “Price Management in Financial Services”, in Harrison, T. and Estelami, H., *The Routledge Companion to Financial Services Marketing*, Routledge, New York.

3. Indounas, K. (2014), “Case Study on Break-Even Analysis”, in Liozu, S.M. and Hinterhuber, A., *The ROI of Pricing: Measuring the Impact and Making the Business Case*, Routledge, New York.

9. ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

1. Παρνασιλιού, Ν. and Indounas, Κ. (2007), *International Pricing*, European Postgraduate Program in International Marketing, European Union’s Socrates Program.
2. Παπαβασιλείου, Ν. και Ήντουνας, Κ. (2005), *Η Τιμολογιακή Στρατηγική της Επιχείρησης*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα.

10. ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ (ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ: 21/2/2022)

- 1189 ετεροαναφορές, h-index: 17, i-10 index: 20 (Πηγή: Google Scholar).
- 314 ετεροαναφορές, h-index: 11, (Πηγή: Scopus).
- 175 ετεροαναφορές, h-index: 10, (Πηγή: Web of Science).

11. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

1. «PRIMA: Program in international marketing», *Ευρωπαϊκή Ένωση*, 2005.
2. «Έρευνα και μελέτη του περιβάλλοντος μεταφορών στον άξονα Αθηνών-Θεσσαλονίκης», *Οργανισμός Σιδηροδρόμων Ελλάδος (ΟΣΕ)*, 2003.
3. «Μελέτη-έρευνα καταγραφής της διείσδυσης των πρακτικών του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις μέσω επαναληπτικών συνεντεύξεων σε ανώτατα στελέχη πληροφορικής», *Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ)*, 2003.
4. «Βαρόμετρο ικανοποίησης πολιτών», *Υπουργείο Εργασίας*, 2002.
5. «Μελέτη αποτύπωσης και επιπτώσεων των δικτύων διανομής και πωλήσεων στον τομέα εμπορίας αλιευτικών προϊόντων», *Υπουργείο Γεωργίας*, 2001.
6. «Μελέτη έρευνας και στρατηγικής ανάπτυξης αγοράς Χρυσού Οδηγού», *Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος*, 2000.
7. «Χρήση προηγμένων εφαρμογών τηλεματικής για τη διεξαγωγή εξετάσεων και την αξιολόγηση των εκπαιδευόμενων σε περιβάλλοντα τηλεκπαίδευσης μέσω Internet», *Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ)*, 2000.

12. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΕΡΓΟ

- 2018-Σήμερα: Συμμετοχή στην επιτροπή ερευνών και διαχείρισης του ΕΛΚΕ Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2018-Σήμερα: Συμμετοχή στην ειδική διατμηματική επιτροπή του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA International του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2015-Σήμερα: Συμμετοχή στην επιτροπή προγράμματος σπουδών του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2013-Σήμερα: Συμμετοχή στην ειδική διατμηματική επιτροπή του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2013-Σήμερα: Συμμετοχή στην επιτροπή κατατακτήριων εξετάσεων τελειόφοιτων φοιτητών άλλων τμημάτων και άλλων ΑΕΙ στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2018-2020: Συμμετοχή στις επιτροπές αποδοχής διδασκόντων με βάση το ΠΔ 407/80 και ακαδημαϊκών υποτρόφων του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2016-2020: Συμμετοχή στις επιτροπές αποδοχής νέων επιστημόνων (πρόγραμμα ΕΣΠΑ) του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2015-2021: Συμμετοχή στην ειδική διατμηματική επιτροπή του μεταπτυχιακού προγράμματος MA in Heritage Management, που συνδιοργανώνεται από το Πανεπιστήμιο Kent και το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2014-2016: Συμμετοχή στην επιτροπή πραγματοποίησης ερευνητικών σεμιναρίων του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2011-2018: Συμμετοχή στην επιτροπή αποδοχής φοιτητών στο προ-διδακτορικό πρόγραμμα σπουδών του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2009-2010: Εκπρόσωπος του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών στη Σύγκλητο του εν λόγω πανεπιστημίου.
- 2009-2010: Συμμετοχή στην επιτροπή πιστοποίησης του μεταπτυχιακού προγράμματος του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών μέσω του οργανισμού EFQM.

- 2008-2016: Συμμετοχή στην επιτροπή αναγνώρισης μαθημάτων τελειόφοιτων φοιτητών άλλων τμημάτων και άλλων ΑΕΙ στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2007-2008: Συμμετοχή στη συγγραφή του απαραίτητου υλικού στα πλαίσια της αξιολόγησης του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών από την ΑΔΙΠ.
- 2004-2007: Συμμετοχή στην επιτροπή υλοποίησης του μεταπτυχιακού προγράμματος PRIMA του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2004-2006: Συμμετοχή σε ενέργειες υποστήριξης του διεθνούς συνεδρίου EMAC, που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα το Μάιο του 2006.
- 2004-2005: Συμμετοχή στην επιτροπή προβολής του μεταπτυχιακού προγράμματος του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- 2003-2004: Συμμετοχή στη συγγραφή του newsletter του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

13. ΛΟΙΠΕΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

- Μέλος του Editorial Board του Διεθνούς Επιστημονικού Περιοδικού *Journal of Revenue and Pricing Management*.
- Session Chair στα πλαίσια του διεθνούς επιστημονικού συνεδρίου *American Marketing Association Summer Academic Conference* (Panel: “The New Pricing Revolution and Emerging Markets Stage”, August 2020, Virtual Conference).
- Discussion Leader στα πλαίσια του διεθνούς επιστημονικού συνεδρίου, *World Marketing Congress, Lima 2014* (Session 2.8: “Pricing Issues in Marketing”, August 2014, Lima, Peru).
- Session Chair στα πλαίσια του διεθνούς επιστημονικού συνεδρίου *35th Emac Conference, Athens 2006* (Panels: “Marketing of Public and Non-Profit Organizations”, “Pricing and Financial Issues in Marketing”, May 2006, Αθήνα, Ελλάδα).
- Επιβλέπων σε διδακτορικές διατριβές στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Συμμετοχή σε τριμελείς επιτροπές επίβλεψης διδακτορικών διατριβών στο τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

- Επίβλεψη μεταπτυχιακών διατριβών (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος).
- 2013-Σήμερα: Διδάσκων σε εκπαιδευτικά προγράμματα που διοργανώνονται από το ΚΕΔΙΒΙΜ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ.

14. ΟΜΙΛΙΕΣ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ-ΗΜΕΡΙΔΕΣ

1. Indounas, K. (2022), “Successful pricing practices”, *Pricing Conference: The Key to Profit Maximization*, Boussias Communications (Φεβρουάριος, Virtual Conference).
2. Ήντουνας, Κ. (2021), «Μονοπάτια σταδιοδρομίας στον χώρο του μάρκετινγκ», Πανόραμα Επιχειρηματικότητας και Σταδιοδρομίας (Ιούλιος, Virtual Conference).
3. Indounas, K. (2019), “The role of Psychology in explaining how consumers evaluate prices”, *8th International Social Science Conference* (July, Dubrovnik, Croatia).
4. Ήντουνας, Κ. (2016), «Κοινωνικό μάρκετινγκ και αιμοδοσία», *9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Μεταγγισιοθεραπείας* (Μάιος, Καβάλα, Ελλάδα).
5. Ήντουνας, Κ. (2011), «Σύγχρονες τάσεις στο μάρκετινγκ: Θεωρητικές προσεγγίσεις και πρακτικές», *1^η Ημερίδα του Τμήματος Μάρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας* (Δεκέμβριος, Έδεσσα, Ελλάδα).
6. Ήντουνας, Κ. (2007), «Διατηρώντας την αξία της υπηρεσίας μέσω του αποτελεσματικού χειρισμού παραπόνων», *3^ο Συμπόσιο της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ* (Μάιος, Αθήνα, Ελλάδα).

15. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΥΠΟ (ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ-ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ)

1. Ήντουνας, Κ. (2018), «Σύγχρονα προγράμματα σπουδών προσαρμοσμένα στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της ελληνικής και διεθνούς οικονομίας και κοινωνίας», *www.news247.gr*, 5 Ιουλίου 2018.
2. Ήντουνας, Κ. (2011), «Η έννοια της στρατηγικής τιμολόγησης», *Επιστημονικό Μάρκετινγκ*, Τεύχος 88, Δεκέμβριος, σελ. 59-61, Τεύχος 1366, Δεκέμβριος, σελ. 59-61.
3. Ήντουνας, Κ. (2011), «Η σημασία της στρατηγικής αντιμετώπισης της τιμολογιακής στρατηγικής», *Marketing Week*, Τεύχος 1366, Δεκέμβριος, σελ. 20.

4. Ήντουνας, Κ. (2010), «Δημόσια υγεία και οικονομική κρίση», *Άλμα Υγείας*, Τεύχος 8, Φθινόπωρο, σελ. 16.
5. Ήντουνας, Κ. (2009), «Αποτελεσματική τιμολόγηση προϊόντων private labels», *Self Service*, Τεύχος 382, Μάρτιος, σελ. 50-51.
6. Ήντουνας, Κ. (2008), «Τι σημαίνει ολοκληρωμένη στρατηγική τιμολόγησης», *Self Service*, Τεύχος 370, Φεβρουάριος.
7. Ήντουνας, Κ. (2007), «Η μοντέρνα μέθοδος τιμολόγησης των private labels», *Self Service*, Τεύχος 367, Νοέμβριος, σελ. 78.
8. Ήντουνας, Κ. (2007), «Ο στρατηγικός χειρισμός των παραπόνων του πελάτη», *Self Service*, Τεύχος 365, Σεπτέμβριος, σελ. 72-74.
9. Παπαβασιλείου, Ν. και Ήντουνας, Κ. (2005), «Επικίνδυνες οι απλές μέθοδοι τιμολόγησης», *Ναυτεμπορική*, 5 Ιουλίου 2005, σελ. 8-9.
10. Παπαβασιλείου, Ν. και Ήντουνας, Κ. (2005), «Πώς αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές τις τιμές», *Ναυτεμπορική*, 16 Νοεμβρίου 2005, σελ. 51.

16. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

- 2000-Σήμερα: Σύμβουλος Επιχειρήσεων. Συνεργασία με διάφορους οργανισμούς και επιχειρήσεις (π.χ., Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Ελληνικό Ινστιτούτο Ασφαλιστικών Σπουδών, Eurolife, Alpha Bank, ΑΒ Βασιλόπουλος, ΜΕΤΡΟ, Κωτσόβολος, Bayer Crop Science, ΟΠΑΠ, Kyana, Νομική Βιβλιοθήκη) σε επίπεδο επιμόρφωσης του ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα μάρκετινγκ και πωλήσεων καθώς και παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών.

17. ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- Best paper award για το άρθρο 6.3 (B2B Marketing Track).
- Βραβείο αριστείας διδασκαλίας από το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών «MBA International» κατά το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018.
- Υποτροφία από το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών τις περιόδους Νοεμβρίου 2000-Δεκεμβρίου 2002 με σκοπό τη συγγραφή της διδακτορικής διατριβής.