

ΚΑΛΥΨΩ Μ. ΚΑΡΑΝΤΙΝΟΥ

25 Σεπτεμβρίου 2023

1. ΤΙΤΛΟΙ ΣΠΟΥΔΩΝ/ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

- 3/2005** **University of Manchester, Department of Teaching and Learning**
Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στην Ακαδημαϊκή Διδασκαλία
(Postgraduate Diploma in Academic Teaching & Practice).
- 6/2002** **University of Manchester Institute of Science and Technology (UMIST),
Manchester School of Management**
Διδακτορικό Δίπλωμα στο Μάρκετινγκ (PhD in Marketing)
Τίτλος διδακτορικής διατριβής: “Relationship management in management consultancy: a study of two European markets”.
- 12/1998** **University of Manchester Institute of Science and Technology (UMIST),
Manchester School of Management**
Μάστερ στο Μάρκετινγκ (MSc in Marketing)
Τίτλος διπλωματικής εργασίας: “Qualitative relationship marketing measures of the dyadic relationships between suppliers and corporate clients”.
- 12/1995** **Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ)**
Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης
Πτυχίο στην Επικοινωνία και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
Βαθμός πτυχίου: 9.00 (Άριστα)
[Σειρά αποφοίτησης: Πρώτη, Εκφώνηση του όρκου].

2. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- 09/2023** **Αναπληρώτρια Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 03/2021** **Επίτευξη Μονιμοποίησης στη θέση της Επίκουρης Καθηγήτριας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- 11/2016** **Επίκουρη Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 6/2009** **Λέκτορας στο Μάρκετινγκ**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 3/2006-5/2009** **Λέκτορας στο Μάρκετινγκ (ΠΔ407)**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (*θέση μερικής απασχόλησης*).
- 9/2006-9/2008** **Αναπληρώτρια Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ** (Professor II in Marketing), Μεταπτυχιακό Τμήμα του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος, Deree College Graduate School.
- 9/2005-8/2006** **Επίκουρη Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ** (Professor I in Marketing), Μεταπτυχιακό Τμήμα του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος, Deree College Graduate School.
- 5/2005-6/2005** **Επισκέπτρια Καθηγήτρια**, Μεταπτυχιακό Τμήμα του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος, Deree College Graduate School.
- 8/2001-8/2005** **Λέκτορας στο Μάρκετινγκ**, Manchester Business School, University of Manchester/UMIST.
[1/2004 επίτευξη μονιμοποίησης (tenure) μετά από επιτυχή ολοκλήρωση της τριετούς περιόδου δοκιμασίας (probation)].
- 8/2000 - 8/2001** **Research Associate in Marketing**, Manchester Business School, University of Manchester/UMIST.
- 9/1998-6/2000** **Βοηθός Διδασκαλίας**, Manchester Business School, University of Manchester/UMIST (*θέση μερικής απασχόλησης*).
- 7/1999-9/1999** **Συμβουλευτικές Υπηρεσίες** στο Γραφείο Εσωτερικού Ελέγχου και Προγραμματισμού, INTPAKOM.
- 10/1993-7/1995** **Βοηθός (υπεύθυνη γραφείου) του καθηγητή κ. Μιχάλη Σταθόπουλου** Πανεπιστήμιο Αθηνών, Νομική Σχολή (*θέση μερικής απασχόλησης*).

3. ΒΡΑΒΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- 2022** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- 2022** **Βραβείο Ερευνητικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- 2021** **Βραβείο Ερευνητικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2021** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2019** **Βραβείο Ερευνητικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2018** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- 2017** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών *(για τέταρτη συνεχή χρονιά)*.
- 2016** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών *(για τρίτη συνεχή χρονιά)*.
- 2015** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- 2015** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών *(για δεύτερη συνεχή χρονιά)*.
- 2014** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών *(πρώτη χρονιά θεσμοθέτησης των βραβείων αριστείας)*
- 2013** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2013-2019** **Εκλεγμένη Εκπρόσωπος της Ελλάδος στη Διοικούσα Επιτροπή** της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC).
- 2014-Σήμερα** **Μέλος του Editorial Board, Journal of Service Theory and Practice.**
- 2015** **Προσκεκλημένη Διάλεξη TedXAueb:** “Overcoming inertia: how small changes can have big impact”
<https://www.youtube.com/watch?v=3uvUx57t838>).

4. ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ

2016-2017	Υποτροφία Ενίσχυσης Έρευνας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
2014-2015	Υποτροφία Ενίσχυσης Έρευνας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
1999-2001	Υποτροφία Κοινωφελούς Ιδρύματος Αλέξανδρος Σ. Ωνάσης <i>Υποτροφία για διδακτορικές σπουδές.</i>
1999-2000	Υποτροφία του British Federation of Women Graduates <i>Υποτροφία κάλυψης των εξόδων για ερευνητικές δραστηριότητες.</i>
1998-2001	Υποτροφία του Manchester School of Management, UMIST <i>Υποτροφία κάλυψης των διδάκτρων για διδακτορικές σπουδές.</i>

5. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

2020-2023	Επιστημονικά Υπεύθυνη του χρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Erasmus+) Προγράμματος Managing Digital Transformation . Το ευρωπαϊκό αυτό έργο, σε συνεργασία με έξι ακόμα κορυφαία ευρωπαϊκά εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα, στοχεύει στη δημιουργία ενός υψηλού επιπέδου επιμορφωτικού προγράμματος εκπαίδευσης στη Διοίκηση του Ψηφιακού Μετασχηματισμού που θα καλύψει το κενό που έχει διαπιστωθεί στην κατάρτιση και ετοιμότητα των στελεχών και θα τους επιτρέψει να ανταποκριθούν επιτυχώς στις προκλήσεις της ψηφιακής εποχής. Το διεπιστημονικό αυτό πρόγραμμα αναμένεται να εκπαιδεύσει έναν μεγάλο αριθμό φοιτητών και στελεχών τα επόμενα χρόνια και σκοπό έχει να προετοιμάσει ψηφιακούς ηγέτες, συνεισφέροντας με αυτό τον τρόπο στην ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης και των οργανισμών της.
-----------	---

6. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

6.1 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΗ

1. Trompeta, M.A, Karantinou, K, Koritos, K, & Bijmolt, T.H.A., (2022) “A Meta-analysis of the Effects of Music in Tourism and Hospitality Settings, *Journal of Business Research*, Vol. 138, January, pp.130-145 (AJG List 2021:3, Impact Factor: 7.550, 5-year Impact Factor: 8,980, CiteScore: 9.2).
2. Sakellariou E., Karantinou K. & Goffin, K. (2021), “Video-ethnography During Covid-19 and Beyond: Generating User Foresights in a Virtual World”, *Technological Forecasting & Social Change*, 169, 120817 (AJG List 2021:3, Impact Factor: 8.593, CiteScore: 12.1).

3. Brinol, P., Lamprinakos, G., Stavradi, M., Petty, R., Karantinou, K., & Diaz, D. (2021), "The Influence of Emotions on Information Processing and Persuasion: A Differential Appraisals Perspective", *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol. 93, March, 104085 (AJG List 2021:4, Impact Factor: 3.603, CiteScore: 6.2).
4. Szmigin, I., O'Loughlin, D., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B., Lambrinakos, G. & Fernandez, E. (2020), "Keep Calm and Carry On: European Consumers and the Development of Persistent Resilience in the Face of Austerity", *European Journal of Marketing*, Vol.54, No.8, 1883-1907 (AJG List 2021:3, Impact Factor: 4.647, 5-year Impact Factor: 4.687, CiteScore: 4.7).
5. Sakellariou E., Karantinou K. & Goffin, K. (2020), "From User Insights to Foresights: Applying Video-based Ethnographic Narratives and User Innovation in NPD», *Technological Forecasting & Social Change*, 153, 119873 (AJG List 2021:3, Impact Factor: 8.593, CiteScore: 12.1).
6. Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019), "Hospitality Servicescape Effects on Customer-Employee Interactions: A Multilevel Study", *Tourism Management*, 72, 130-144 (AJG List 2021:4, Impact Factor: 5.921, 5-year Impact Factor: 10.967, CiteScore: 16.5).
7. Sakellariou E., Karantinou K. & Goffin, K. (2017), "Telling Tales': Stories, Metaphors and Tacit Knowledge at the Fuzzy Front-End of NPD", *Creativity and Innovation Management Journal*, Vol. 26, Issue 4, December, pp. 353-369 (AJG List 2021:2, Impact Factor: 3.051).
8. O'Loughlin, D., McEachern, M., Szmigin, I., Karantinou, K., Barbosa, B., Fernandez, E. & Lambrinakos, G. (2017) "European Consumers and their Persistent Resilience in the Face of Austerity", *Advances in Consumer Research, Association for Consumer Research Journal*, 45, 2, pp. 785-789 (AJG List 2021:2).
9. O'Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Barbosa, B., Karantinou, K., & Fernandez, E. (2017) "Man Thou Art Dust: Rites of Passage in Austere Times", *Sociology*, Vol. 51, No. 5, pp.1050-1066 (AJG List 2021:4, Impact Factor: 4.816, 5-year Impact Factor: 4.834).
10. O'Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B. & Fernandez, E., (2015), "Austere Times: Male Experiences of Liminal Vulnerability", *Advances in Consumer Research, Association for Consumer Research Journal*, Vol.43, pp.633-639 (AJG List 2021:2).
11. Kaminakis, K., Karantinou, K. & Boukis, A. (2014), "The Mediating Role of Self-Concept Discrepancy in the Relationship between Values and Personal Based Motivation of Luxury Products Consumers", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 619-624.

12. Sakellariou E., Karantinou K. & Poulis, K. (2013), “Managing the Global Front End of New Product Development”, *The Journal of General Management*, Vol. 39, No.2, pp.61-81 (*AJG List 2021:2, Impact Factor: 1.020*).
13. Karantinou, K.M. & Hogg, M.K. (2009), “An Empirical Investigation of Relationship Development in Professional Business Services”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 23, No. 4, pp. 249-260 (*AJG List 2021:2; ABS List 2009:3, Impact Factor: 4.466, 5-year Impact Factor: 5.585, CiteScore: 5.9*).
14. Soureli, M., Lewis, B.R., and Karantinou, K.M. & (2008), “Factors that Affect Consumers’ Cross-Buying Intention: A Model for Financial Services”, *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 13, No. 1, pp. 5-16 (*AJG List 2021:1, Impact factor: 0.966*).
15. Karantinou, K.M. & Hogg, M.K. (2007), “Developing and Managing Relational Market-Based Assets in Professional Services: Client Relationships in Management Consultancy”, *Marketing Management Journal (US)*, Vol. 17, No. 2, Fall, pp. 16-39 (*Impact Factor: 2.740*).
16. Karantinou, K.M., Hogg, M.K., & Lewis B.R. (Editors) (2006), “Changing Perspectives on Customer Behavior”, Editorial - Special Issue, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 5, No. 2, pp. 97-101 (*AJG List 2021:2, Impact Factor: 3.280*).
17. Karantinou, K.M. (2003), “Investigating the Interactions that Take Place Behind Closed Doors: An Insight into the Confidential Meetings between Clients and Consultants”, *Journal of Customer Behavior*, Vol. 2, No. 1, pp. 11-34 (*ABS List 2015:1*).
18. Karantinou, K.M. & Hogg, M.K. (2001), “Exploring Relationship Management in Professional Services: A Study of Management Consultancy”, *Journal of Marketing Management*, Vol. 17, No. 3-4, pp. 263-286 (*AJG List 2021:2; ABS List 2010:3, Impact Factor: 3.048*).

6.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ

1. O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B., Lambrinakos, G. & Fernandez, E. (*forthcoming, 2023*) “Theorizing Resilience in Times of Austerity”, *Researching Poverty and Austerity: Theoretical Approaches, Methodologies and Policy Applications*, Routledge.
2. O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B., Lambrinakos, G. & Fernandez, E. (2023) “The Influential Role of Austerity in Normalizing Sustainable Consumption”, *The Handbook of Ethical Consumption*, Edward Elgar Publishers.
3. Γούναρης Σ. και Καραντινού Κ. (2015) *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Rosili.

4. Karantinou, K.M. (2014), "Customer Relationship Management", "Relationship Marketing", "Depth Interviews", "Buyers", "Customers" discrete entries in the *Wiley Encyclopedia of Management* Third Edition, Nick Lee and Andrew Farrell (Editors).
5. Karantinou, K.M. (2006), "Athenian Mothers and Daughters", case study on consumer behavior written for *Consumer Behavior, Third European Edition*, Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., and Hogg, M.K.
6. Karantinou, K.M. (2005), "Relationship Marketing", "Customer Relationship Management", "Qualitative Research", "Depth Interviews", "Buyers", "Customers", discrete entries in the *Blackwell Encyclopedia of Marketing*, Second Edition, D.A. Littler (Editor).

6.3 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΚΡΙΤΗ

1. Karantinou, K., Gkaintatzis, A., Van der Lubbe, R., & Constantinides, E. (2023), "*The Impact of Scent on Individuals: A Systematic Literature Review of EEG Studies*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
2. Gkaintatzis, A., Karantinou, K., Constantinides, E., & Van der Lubbe, R. (2023), "*A Systematic Literature Review of EEG Studies Investigating the Effects of Music on Individuals*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
3. Papastamatiou, G., Karantinou, K., Sakellariou, E., Gkaintatzis, A., & Trompeta, M. (2023), "*A Systematic Literature Review of Three Decades of Research on the Front End of NPD*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
4. Xanthakis, G., Karantinou, K., & Gkaintatzis, A. (2023), "*The effect of brand love on word of mouth in different business sectors: A systematic literature review and future research agenda*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
5. Siatra, M., Karantinou, K., Koritos, C., & Gkaintatzis, A. (2023), "*Visual Elements of Product Packaging: A Systematic Literature Review Using Topic Modeling*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
6. Ntelmpenteri, I., Karantinou, K., Koritos, C., & Gkaintatzis, A. (2023), "*Brand Activism: Quo Vadis*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
7. Chortis, A., Karantinou, K., Trompeta, M., & Gkaintatzis, A. (2023), "*The Use of Choice Architecture Tools in Sustainable Tourism: A Systematic Literature Review*", **EMAC 2023 Regional Conference, Pireaus, Greece.**
8. Papastamatiou, G., Karantinou, K., Sakellariou, E., Gkaintatzis, A., & Trompeta, M. (2023), "*A Systematic Literature Review of Three Decades of Research on the Front End of NPD*", **30th Innovation and Product Development Management Conference, Lecco, Como Lake, Italy.**

9. Trompeta, M.A, Karantinou, K, Koritos, K, & Bijmolt, T.H.A., (2020), “A meta-analysis of the effects of background music on customers of tourism services, *EMAC 2020 Conference, Budapest, Hungary*.
10. Constantinides, E., Gkaintatzis, A., Karantinou, K., Van der Lubbe, R. (2019), “The impact of music tempo on consumers’ binary choices: an EEG and EDA study”, *EMAC 2019 Regional Conference, Saint Petersburg, Russia*.
11. Gkaintatzis, A., van der Lubbe, R., Karantinou, K., & Constantinides, E., (2019) “Consumers’ cognitive, emotional and behavioral responses towards Background music: an EEG study”, *The 15th International Conference on Web Information Systems and Technologies, WEBIST 2019, Vienna, Austria*.
12. Gounaris, S. Karantinou, K., Chatzipanagiotou, & K., Koritos, C. (2019), “A fresh insight into the management of the servicescapes” *48th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Hamburg, Germany* (May-June).
13. Sakellariou, E., Karantinou K., & Goffin, K. (2019), “Customer insights: Sensemaking and sensegiving in NPD”, *26th Innovation and Product Development Management Conference, Leicester, UK*.
14. Karantinou, K., Pollakis, F. & Palaiologos, A. (2018), “An investigation of the factors influencing electronic word of mouth communication on Facebook”, *47th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Glasgow, UK* (May-June).
15. Sakellariou, E., Karantinou K., Goffin, K. & Anagnostaki, M. (2017), “Opening the black box of video-based ethnography”, *24th Innovation and Product Development Management Conference, Reykjavik, Iceland* (June).
16. Sakellariou, E., Karantinou K. & Hogg, M. (2016), “Winning (or Losing) in Global Product Innovation”, *23rd Innovation and Product Development Management Conference, Glasgow, UK* (June).
17. Sakellariou, E., Karantinou K. & Goffin, K. (2016), “Telling tales: Metaphors, stories and eureka moments in NPD”, *23rd Innovation and Product Development Management Conference, Glasgow, UK* (June).
18. O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B. & Fernandez, E., (2015), “Liminality in recessionary times – A male view”, *Academy of Marketing Conference, Limerick, Ireland* (July).
19. Sakellariou, E., Karantinou K. & Goffin, K. (2015), “Magic moments: when customer insights emerge”, *22nd Innovation and Product Development Management Conference, Copenhagen, Denmark* (June).

20. Palaiologos, A. & Karantinou, K. (2015), "The impact of Facebook-generated interpersonal influence on consumers' buying intentions in services", *44th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Leuven, Belgium* (May).
21. Koritos C., Karantinou K. & Gounaris S. (2015), "Quo vadis servicescapes research: a critical review and empirical investigation of an integrative conceptualization", *44th European Marketing Academy (EMAC) Conference, Leuven, Belgium* (May).
22. O'Loughlin, D., Barbosa, B., Fernandez, E., Karantinou, K., McEachern, M., Szmigin, I. (2014), "A cross-cultural exploration of austerity-based practices around the home", *39th Annual Macromarketing Conference, London, England* (July).
23. Sakellariou, E., Karantinou K. & Goffin, K. (2014), "Customer insights: how managers use market research data to generate product ideas", *21st International Product Development Management Conference, Limerick, Ireland* (June).
24. Karantinou K., Kaminakis, K. & Gounaris S. (2014), "A multilevel investigation into the impact of servicescapes on the service encounter", *43rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Valencia, Spain* (June).
25. Koritos C., Gounaris S. & Karantinou K. (2014), "Perceived Servicescapes: a configural view and implications for behavioral intentions", *43rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Valencia, Spain* (June).
26. Kaminakis, K., Karantinou K. & Boukis A. (2014), "Social values and bandwagon motivations in the context of luxury consumption", *43rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Valencia, Spain* (June).
27. Papadas, K.K., Avlonitis G. & Karantinou K., (2014), "Green marketing orientation: introducing a new construct", *43rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Valencia, Spain* (June).
28. Kaminakis, K., Karantinou K., Gounaris S. & Koritos, C. (2014), "An investigation of the effects of the service environment on employee-customer interactions", *13th International Research Conference in Service Management, La Londe les Maures, France* (June).
29. Sakellariou, E & Karantinou K. (2013), "An action research investigation of the global front end", *20th International Product Development Management Conference, Paris, France* (June).
30. Kaminakis, K. & Karantinou K. (2013), "The impact of servicescapes on employees and its subsequent effects on customers' perceptions: a multilevel study", *42nd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Istanbul, Turkey* (June).
31. Sakellariou, E & Karantinou K. (2012), "The success factors in the global front end", *41st European Marketing Academy (EMAC) Conference Lisbon, Portugal* (May).

32. Karantinou, K.M. (2011), "An analysis of the positive and negative consequences of relationships in professional services", *3rd Biannual International Conference on Services Marketing, Cesme, Turkey* (September).
33. Vonatsos K.N. & Karantinou, K.M. (2011), "Relationships in private banking under the pressures of the financial crisis", *3rd Biannual International Conference on Services Marketing, Cesme, Turkey* (September).
34. Karantinou, K.M., Hogg, M.K., Soureli, M., Vonatsos, K.N. (2010), "Sense the difference: Changes in relationship management in the context of the financial crisis", *European Marketing Academy (EMAC) Conference, Copenhagen, Denmark* (June).
35. Soureli, M., Karantinou, K.M., Chaniotakis, I., Lymperopoulos, C., (2010), "See them, hear them, trust them: Identifying the factors that affect cross-buying intention in retail banking", *European Marketing Academy (EMAC) Conference, Copenhagen, Denmark* (June).
36. Lewis, B.R., Karantinou, K.M. and Soureli, M. (2007), "Factors that affect consumers' cross-buying intention: A model for financial services", *1st Biannual Conference Strategic Developments in Services Marketing Proceedings, Chios, Greece* (September).
37. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2007), "Unpredictable disadvantages of relationship development", *European Marketing Academy Conference (EMAC) Proceedings, Reykjavik, Iceland* (May).
38. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2007), "What is the real value of relationships? Assessing the benefits and costs of relationships in consultancy", *Annual UK Academy of Marketing (AM) Conference Proceedings, London, England* (July).
39. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2006), "Relationships in consultancy: Developing a sustainable competitive advantage", *European Marketing Academy Conference (EMAC) Proceedings, Athens, Greece* (May).
40. Karantinou, K.M. and Gong, Y. (2003), "A multilevel perspective on relationships and relationship marketing in the life insurance industry in China", *Annual UK Academy of Marketing (AM) Conference Proceedings, Birmingham, England* (July).
41. Karantinou, K.M. (2003), "Relationships in professional services: an investigation into management consultancy", *American Marketing Association, SERVSIG Services Research Conference Proceedings, Reims, France* (June).
42. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2002), "Insights into the marketing and management practices of management consultants", *British Academy of Management (BAM) Conference Proceedings, London, England* (September).
43. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2002), "Understanding interactions in professional services: an insight into confidential meetings between clients and consultants", *Annual UK Academy of Marketing (AM) Conference Proceedings, Nottingham, England* (July).

44. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2000), “Examining relationships in professional services: a cross-cultural comparison”, *European Marketing Academy Conference (EMAC) Proceedings, Rotterdam, Netherlands* (May).

6.4 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΗ (WORKING PAPERS)

1. Gkaintatzis, A., Karantinou, K., van der Lubbe, R., & Constantinides, E. (2019). “The effect of music on consumer behavior: A neuromarketing approach”, *The 27th Annual High Technology Small Firms Conference, HTSF 2019, Enschede, The Netherlands*.
2. Gkaintatzis, A., Constantinides, E., Karantinou, K., & van der Lubbe, R., (2019). “The Impact of music on consumer attention during decision making: An EEG and eye-tracking study”. *The 7th International PhD Meeting in Economics 2019, Thessaloniki, Greece*.
3. Karantinou, K., Kaminakis, K. & Koritos, C. (2014), “Servicescape effects on both customers and employees”, *American Marketing Association SERVSIG Conference, Thessaloniki, Greece* (June).
4. Palaiologos, A., Patera, P. & Karantinou, K. (2014), “Facebook influence on consumers’ buying intentions in services”, *American Marketing Association SERVSIG Conference, Thessaloniki, Greece* (June).
5. Gounaris, S., Koritos, C. & Karantinou, K. (2014), “Servicescapes revisited: identifying the sources of conflict in servicescapes research”, *American Marketing Association SERVSIG Conference, Thessaloniki, Greece* (June).
6. Karantinou K., Sakellariou, E. & Poulis K. (2013), “A guiding framework for the management of the global front end”, *42nd European Marketing Academy (EMAC) Conference (poster session), Istanbul, Turkey* (June).
7. Sakellariou, E., Poulis, K. & Karantinou K. (2013), “The global front end of the new product development process: managerial insights through action research”, *42nd European Marketing Academy (EMAC) Conference (poster session), Istanbul, Turkey* (June).
8. Karantinou, K.M. and Gong, Y. (2006), “Relationship dynamics in the life-insurance industry in China”, *Customer Research Academy Workshop 5 (CRAWS5), Manchester, England* (April).
9. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2004), “Relationship management in the knowledge economy: a case study of management consultancy”, *Customer Research Academy Workshop 4 (CRAWS4), Manchester, England* (March).
10. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2002), “Understanding the interactions that take place behind closed doors: an insight into the confidential meetings between clients and consultants”, *Customer Research Academy Workshop 3 (CRAWS3), Manchester, England* (April).

11. Karantinou, K.M. (2000), "Relationships in management consultancy: a cross-cultural comparison study", *British Academy of Management (BAM) Conference*, Working Paper, *Edinburgh, England* (September).
12. Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2000), "Investigating the strategic importance of relationships in professional services: a cross-cultural comparison between England and Greece", *Customer Research Academy Workshop 2 (CRAWS2)*, *Manchester, England* (April).
13. Karantinou, K.M. (2000) "Understanding relationships in professional services: a comparative study of two European markets", *European Marketing Academy (EMAC) Doctoral Colloquium*, *Rotterdam, Netherlands* (May).

Σύνολο ετεροαναφορών/παραθέσεων: 548

h-index: 12

i10-index: 14

7. ΛΟΙΠΕΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

7.1 ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΩΝ ΔΙΑΤΡΙΒΩΝ

Επίβλεψη διδακτορικών διατριβών με τον ρόλο του επιβλέποντα καθηγητή που βρίσκονται σε εξέλιξη:

- 1) Της κυρίας Ντζουμανίκα Παρασκευής με τίτλο: **"E-Servicescapes and the Customer Experience: Antecedents & Consequences"** (Το Ηλεκτρονικό Περιβάλλον της Υπηρεσίας και η Εμπειρία Πελάτη) (αναμένεται να ολοκληρωθεί τον Δεκέμβριο του 2024).
- 2) Της κυρίας Σάρδη Πολυξένης με τίτλο: **"The Impact of Resilience on Consumer Behavior"** (Η Επίδραση της Ανθεκτικότητας στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή) (αναμένεται να ολοκληρωθεί τον Ιανουάριο του 2025).

Επίβλεψη διδακτορικών διατριβών με τον ρόλο της επιβλέπουσας καθηγήτριας που έχουν ολοκληρωθεί:

- 1) Του κυρίου Αθανασίου Γκαϊντατζή με τίτλο: **"A Neuromarketing investigation of the Impact of Environmental Stimuli on Consumer Behavior"** (Μια Νευρομάρκετινγκ Έρευνα στις Επιπτώσεις των Περιβαλλοντικών Ερεθισμάτων στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή) (ολοκληρώθηκε τον Αύγουστο του 2023).
- 2) Της κυρίας Μαρίας Αγγελικής Τρομπέτα με τίτλο: **"A Meta-Analysis of the Effects of Background Music on Customers of Tourism Services"** (Μια Μετα-Ανάλυση της

Επίδρασης της Μουσικής στους Αποδέκτες Τουριστικών Υπηρεσιών) (ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2020).

- 3) Του κυρίου Γρηγορίου Λαμπρινάκου με τίτλο: **“Emotions and Cognition: The Multiple Roles of Anger, Surprise and Awe in Persuasive Communication”** (Συναίσθημα και Γνωστικές Διεργασίες: Οι Πολλαπλοί Ρόλοι του Θυμού, της Έκπληξης και του Δέους στην Επικοινωνία με Απώτερο Σκοπό την Πειθώ) (ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2019).

Συνεπίβλεψη διδακτορικής διατριβής με τον ρόλο του επιβλέποντα καθηγητή που έχει ολοκληρωθεί:

- 1) Της κυρίας Μαγδαληνής Σουρέλη με τίτλο: **“Consumers Cross-Buying Behavior in Financial Services”** (με Professor Barbara Lewis, στο Manchester Business School, University of Manchester) (ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2006).

Συμμετοχή σε τριμελείς επιτροπές επίβλεψης διδακτορικών διατριβών που έχουν ολοκληρωθεί:

- 1) Του κυρίου Κωνσταντίνου Καμινάκη με τίτλο: **“The Impact of Servicescapes on Employees, Customers, and their Interactions: A Multilevel, Multigroup Study”** (Η Επίδραση του Περιβάλλοντος Χώρου Παροχής Υπηρεσιών στους Εργαζόμενους, τους Πελάτες και τις μεταξύ τους Αλληλεπιδράσεις: Μια Έρευνα Πολλαπλών Επιπέδων και Πολλαπλών Ομάδων) (ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο 2013).
- 2) Του κυρίου Κάρουλου-Κωνσταντίνου Παπαδά με τίτλο: **“Green Marketing Orientation: Antecedents & Consequences”** (Προσανατολισμός στο Πράσινο Μάρκετινγκ: Οι Παράγοντες που τον Επηρεάζουν και οι Συνέπειες του) (ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2016)
- 3) Της κυρίας Μαρίας Ψιμούλη με τίτλο: **“Nation Brand: Exploring the Concept”** (Η Επωνυμία μιας Χώρας: Διερευνώντας την Έννοια) (ολοκληρώθηκε τον Μάιο του 2016).

7.2 ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

2010-2023	Επίβλεψη περισσότερων από εκατό διπλωματικών εργασιών ΜΠΣ Μάρκετινγκ πλήρους και μερικής φοίτησης, ΜΠΣ Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών) και MBA.
2005-2008	Επίβλεψη δέκα MBA capstone projects (Graduate School, Deree College)
2000-2003	Επίβλεψη επτά διπλωματικών εργασιών MSc Marketing (University of Manchester)

8. ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

8.1 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος “**Ακαδημία Στελεχών METRO**” με την ενότητα **Εξυπηρέτηση Πελάτη** στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ (Μάρτιος 2023)

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος “**Executive Πρόγραμμα Διοίκησης για Ασφαλιστικά Στελέχη**” ΣΕΣΑΕ-ΟΠΑ, στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ (Οκτώβριος 2022).

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος “**Omni-Customer Experience – Dixons**” στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ (Ιούνιος 2022).

Συμμετοχή στην προετοιμασία και διοίκηση του “**Executive Leadership Program in Retailing**” για την Dixons-Κωτσόβολος και τη διεξαγωγή της ενότητας **Διαχείρισης Εμπειρίας Πελάτη** στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ (Ιούνιος 2019-Σήμερα)

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος “**Management and Leadership Skills Program**” στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ με την ενότητα **Προσανατολισμός στην Υπηρεσία-Servitization** (Οκτώβριος 2019- Σήμερα)

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος “**Διοίκησης Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητας για Φαρμακοποιούς**” με τη χορηγία της Arivita με την ενότητα **Μάρκετινγκ Υπηρεσιών** στο Κέντρο Δια Βίου Μάθησης (ΚΕΔΙΒΙΜ) του ΟΠΑ (Απρίλιος 2019- Σήμερα)

Συμμετοχή στη διεξαγωγή του προγράμματος της **Eurolife και του Πανεπιστημίου του Πειραιά** για την κατάρτιση ασφαλιστών με την ενότητα του “**Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και Αριστείας στις Υπηρεσίες**” (Οκτώβριος 2015 & Οκτώβριος 2017).

Διεξαγωγή σεμιναρίων **σε θέματα Μάρκετινγκ, Διοίκησης Υπηρεσιών, Αριστείας στις Υπηρεσίες και Διοίκηση Εμπειρίας Πελάτη** για μια ευρεία γκάμα εταιριών.

8.2 ΠΡΟΣΚΕΚΛΗΜΕΝΕΣ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ

Προσκεκλημένη Διάλεξη στο **Sensory Workshop – Μπισκότα Παπαδοπούλου**, Νοέμβριος 2022.

Προσκεκλημένη Διάλεξη στο **Customer Experience Event - Κωτσόβολος/Dixons South-East Europe**, Οκτώβριος 2022

Προσκεκλημένη Διάλεξη για το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (**ΕΕΑ**) με θέμα “**Προσανατολισμός στην Υπηρεσία και Εμπειρία Πελάτη**”, Ιούνιος 2021.

Προσκεκλημένη Διάλεξη για τον Σύνδεσμο Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (**ΣΕΒ**) στο **ExportReady Ψηφιακό Εργαστήριο** με θέμα “**Διεθνές Branding: από τη Θεωρία στην Πράξη**” Μάιος 2021.

Προσκεκλημένες Διαλέξεις στο Πανεπιστήμιο του Limerick στην Ιρλανδία με θέμα: “**Services Branding**”, “**Ethics and Social Marketing**” και “**Destination Branding**”, 2013 & 2014.

“**Customer Service and Service Excellence**”, προσκεκλημένες διαλέξεις από το Chartered International Institute of Management της Κύπρου 2012, 2013, & 2014.

“**Achieving Service Excellence**” διάλεξη/εκπαίδευση για τους εργαζόμενους του νεοσυσταθέντος Student Success Center του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος, 2006.

“**Relationship Marketing in Professional Business Services**” ESRC (Αγγλικό Κρατικό Συμβούλιο Έρευνας σε Οικονομικές και Κοινωνικές Επιστήμες) προσκεκλημένη διάλεξη στο Seminar Series: “**Interdisciplinary Relationship Marketing: Industrial, Services and Consumer Perspectives**”, University of Nottingham, England, Μάρτιος 2004.

Προσκεκλημένη Διάλεξη με θέμα: “**Management Consultancy and the Development of Long Term Relationships with Clients**”, UK Senior Consultants’ Forum, Manchester, 2003.

8.3 ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥ ΑΞΙΟΛΟΓΗΤΗ (REVIEWER DUTIES)

Journal of Service Research

Journal of Business Research

Annals of Tourism Research

Journal of Service Theory & Practice

International Journal of Consumer Studies

International Journal of Hospitality Management

International Marketing Review

International Journal of Retail & Distribution Management

Journal of Marketing Management

European Marketing Academy Conference (EMAC)

UK Academy of Marketing Conference (AM)

Customer Research Academy Workshop (CRAWS)

9. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

9.1 ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Μάρκετινγκ Υπηρεσιών

Τουριστικό Μάρκετινγκ

Πολιτική Προϊόντος

Research Methodology

Marketing Management

Consumer Behavior

Introduction to Marketing

9.2 ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΩΝ

Ερευνητική Μεθοδολογία (Ph.D. and Masters)
Μάρκετινγκ Υπηρεσιών (Executive MBA and Masters)
International Services Marketing (Masters)
Consumer Behavior (Masters)
International Consumer Behavior (Masters)
Customer Relationship Management (MBA)
Global Marketing Environment (MBA)
Marketing Management (EngD, Masters, MBA and Executive MBA)
Marketing Analysis and Strategic Marketing Management (Masters)

10. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ

Μέλος της Συντονιστικής Επιτροπής των Μεταπτυχιακών Προγραμμάτων Σπουδών του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2016-Σήμερα).

Μέλος της Διατμηματικής Επιτροπής Διοίκησης του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Executive MBA, ΟΠΑ (2016-Σήμερα).

Μέλος της Διατμηματικής Επιτροπής Διοίκησης του Μεταπτυχιακού Προγράμματος MBA, ΟΠΑ (2012-2018).

Μέλος της Τριμελούς Επιτροπής Αξιολόγησης Υποψηφίων για το Πρόγραμμα Διδακτορικών Σπουδών του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2018-Σήμερα).

Μέλος της Τριμελούς Επιτροπής Αξιολόγησης Αιτήσεων και Διενέργειας Συνεντεύξεων για την επιλογή υποψηφίων στα μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών Μάρκετινγκ πλήρους φοίτησης, ΟΠΑ (από το 2011-Σήμερα).

Μέλος της Επιτροπής Προβολής του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2014-Σήμερα).

Υπεύθυνη για την Εκπροσώπηση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας κατά τη διάρκεια Open Days Ενημέρωσης Υποψηφίων (2016-Σήμερα).

Εκπρόσωπος τμήματος στην Επιτροπή Βιβλιοθήκης (2021-Σήμερα)

Υπεύθυνη του Οδηγού Σπουδών του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2015-Σήμερα).

Μέλος της Ομάδας Εργασίας Δημιουργίας του Κέντρου Δια Βίου Μάθησης του ΟΠΑ (2016-2017).

Μέλος της Επιτροπής Alumni της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΟΠΑ (2015-Σήμερα).

Ακαδημαϊκός Συντονιστής του Προγράμματος Erasmus του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας (2016-2018).

Υπεύθυνη για τη Συμμετοχή του ΟΠΑ στο Cambridge Strategies Catalogue (2016).

Συμμετοχή στην Προετοιμασία του Επετειακού Ιστότοπου για τα 20 χρόνια του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2012).

Υπεύθυνη της Προετοιμασίας της Έκθεσης Αριστείας του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας που Υπεβλήθη στο Υπουργείο Παιδείας (2011).

Συμμετοχή στην Υποβολή της Έκθεσης προς Αξιολόγηση του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας στην ΑΔΙΠ - Αρχή Διασφάλισης Ποιότητας (2009).

Επικεφαλής του Academic Advising στο πρόγραμμα MBA, Μεταπτυχιακό Τμήμα του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος (2006-2008).

Μέλος της Διοικούσας Επιτροπής Μεταπτυχιακών Σπουδών (Graduate Studies Committee), του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος (2005-2008).

Συντονίστρια της Συμμετοχής του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος σε Διεθνείς Φοιτητικούς Διαγωνισμούς και Επιβλέπουσα (*mentor/supervisor*) των Ομάδων που Συμμετείχαν σε όλους τους Διαγωνισμούς (*L'Oreal Brandstorm, E-strat, Ashridge MBA Essay Competition*) (2005-2008).

Υπεύθυνη για την Αξιολόγηση των Αιτήσεων και την Επιλογή Προπτυχιακών Φοιτητών (Undergraduate Admissions Tutor) για όλα τα Προγράμματα του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων (Manchester School of Management, UMIST) (2000-2004).

Υπεύθυνη για τη Διοργάνωση και τη Διεξαγωγή Open Days για την Παρουσίαση και Προβολή των Προγραμμάτων (Manchester School of Management, UMIST) (2000-2004).

Υπεύθυνη Διοργάνωσης και Συντονισμού της Σειράς Ερευνητικών Σεμιναρίων της Ακαδημίας Έρευνας της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή (*Organiser and Chair of the Customer Research Academy Seminar Series*): υπεύθυνη για την επιλογή των θεμάτων και των ομιλητών και για την διοργάνωση και τον συντονισμό όλων των συνεδριάσεων, περίπου οκτώ ανά έτος (Manchester School of Management, UMIST) (2000-2004).

Μέλος της Επιτροπής Ελέγχου όλων των Θεμάτων Εξετάσεων για όλα τα Προπτυχιακά Μαθήματα (*Member of the Exam Paper Review Panel*) του School of Management, UMIST (2000-2004).

Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Κέντρου Εφαρμοσμένης Έρευνας Management (CAMaR: Centre for Applied Management Research, University of Manchester (2001-2004).