

ΔΡ. ΚΑΛΥΨΩ Μ. ΚΑΡΑΝΤΙΝΟΥ

kkarantinou@aub.gr

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 (Ph.D. 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 (M.Sc. 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].

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- 11/2016- Σήμερα** **Επίκουρη Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ**, Τμήμα Μάρκετινγκ και
Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο
Αθηνών.
- 6/2009-10/2016** **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 (θέση πλήρους απασχόλησης).

- 9/2005-8/2006** **Επίκουρη Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ** (Professor I in Marketing), Μεταπτυχιακό Τμήμα του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος, Deree College, Graduate School (*θέση πλήρους απασχόλησης*).
- 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 (*θέση πλήρους απασχόλησης*).
[*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 (*θέση πλήρους απασχόλησης*).
- 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*).

ΒΡΑΒΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

- 2018** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- 2018** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2017** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2016** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 2015** **Βραβείο Υψηλής Διδακτικής Επίδοσης**, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) για Στελέχη, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- 2014** **Βραβείο Διδακτικής Αριστείας**, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- 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>).

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**
Υποτροφία για διδακτορικές σπουδές
- 1999-2000 **Υποτροφία του British Federation of Women Graduates**
Υποτροφία κάλυψης των εξόδων για ερευνητικές δραστηριότητες
- 1998-2001 **Υποτροφία του Manchester School of Management, UMIST**
Υποτροφία κάλυψης των διδάκτρων για διδακτορικές σπουδές

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΗ ΥΠΟ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ (UNDER REVIEW)

- Sakellariou E., Karantinou K. & Goffin, K., “From User Insights to Foresights: Applying Video-based Ethnographic Narratives and User Innovation in NPD», *Technological Forecasting & Social Change* (ABS List 2015: 3, Impact Factor: 3,815, 5-year Impact Factor: 4,040).
- O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B., Fernandez, E. & Lambrinakos, G. “Keep Calm and Carry On: The Persistent Resilience of European Consumers in the Face of Austerity”, *European Journal of Marketing* (ABS List 2015: 3, Impact Factor: 1,716, 5-year Impact Factor: 2,549).
- Brinol, P., Lambrinakos, G., Stavradi, M., Petty, R., Karantinou, K., & Diaz, D. “The Influence of Emotion on Information Processing and Persuasion Reconciling Classic and Contemporary Research on Anger, Surprise, and Awe”, *Journal of Personality and Social Psychology: Attitudes and Social Cognition* (ABS List 2015: 4, Impact Factor: 5,919, 5-year Impact Factor: 7,293).

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΗ

- Kaminakis, K., Karantinou, K., Koritos, C., & Gounaris, S. (2019), “Hospitality Servicescape Effects on Customer-Employee Interactions: A Multilevel Study”, *Tourism Management*, 72, 130-144 (ABS List 2015: 4, Impact Factor: 5,921, 5-year Impact Factor: 7,080, Citations: 2).
- 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 (ABS List 2015: 2, Impact Factor: 1,553, Citations: 4).
- 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”, *Association for Consumer Research Journal*, 45, 2, pp. 785-789 (ABS List 2015: 2).
- O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Barbosa, B., Karantinou, K., & Fernandez, E. (2017) “Man Thou Art Dust: Liminal Vulnerability in Austere Times”, *Sociology*, Vol. 51, No. 5, pp.1050-1066 (ABS List 2015: 4, Impact Factor: 2.537, Citations: 8).
- O’Loughlin, D., Szmigin, I., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B. & Fernandez, E., (2015), “Austere Times: Male Experiences of Liminal Vulnerability”, *Association for Consumer Research Journal*, Vol.43, pp.633-639 (ABS List 2015: 2, Citations: 1).
- Sakellariou E., Karantinou K. & Poulis, K. (2014), “Managing the Global Front End of New Product Development”, *The Journal of General Management*, Vol. 39, No.2, pp.61-81 (ABS List 2015: 2, Citations: 8).
- Boukis, A., Karantinou, K. & Kaminakis, K. (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*, Vol.148, pp.619-624 (Citations: 2).
- 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 (ABS List 2015: 2; ABS List 2009: 3, Impact factor: 2.408, 5-year Impact Factor: 2.817, Citations: 46).
- Lewis, B.R., Karantinou, K.M. & Soureli, 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 (ABS List 2015: 1, Citations: 75).
- 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 (Citations: 13).
- 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 (ABS List 2015: 2, Impact Factor: 1.659, Citations: 3).

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, Citations: 1*).

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 (*ABS List 2015: 2; ABS List 2010: 3, Impact Factor: 2.229, Citations: 79*).

Citations Total: 242

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ

Γούναρης Σ. και Καραντινού Κ. (2015) *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Rosili.

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).

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.

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).

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΚΡΙΤΗ

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*.

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).

Sakellariou, E., Karantinou K., & Goffin, K. (2019), “Customer Insights: Sensemaking and Sensegiving in NPD”, *26th Innovation and Product Development Management Conference, Leicester, UK*.

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).

- 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).
- Sakellariou, E., Karantinou K. & Hogg, M. (2016), "Winning (or Losing) in Global Product Innovation", *23rd Innovation and Product Development Management Conference, Glasgow, UK* (June).
- 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).
- 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).
- Sakellariou, E., Karantinou K. & Goffin, K. (2015), "Magic moments: when customer insights emerge", *22nd Innovation and Product Development Management Conference, Copenhagen, Denmark* (June).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).

- Papadas, K.K., Avlonitis G. & Karantinou K., (2014), “Green marketing orientation: introducing a new construct”, *43rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Valencia, Spain* (June).
- 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).
- Sakellariou, E & Karantinou K. (2013), “An action research investigation of the global front end”, *20th International Product Development Management Conference, Paris, France* (June).
- 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).
- Sakellariou, E & Karantinou K. (2012), “The success factors in the global front end”, *41st European Marketing Academy (EMAC) Conference Lisbon, Portugal* (May).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- Karantinou, K.M. and Hogg, M.K. (2007), “Unpredictable disadvantages of relationship development”, *European Marketing Academy Conference (EMAC) Proceedings, Reykjavik, Iceland* (May).
- 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).
- 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).

- 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).
- Karantinou, K.M. (2003), “Relationships in professional services: an investigation into management consultancy”, *American Marketing Association, SERVSIG Services Research Conference Proceedings, Reims, France* (June).
- 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).
- 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).
- 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).

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΗ

(WORKING PAPERS)

- Karantinou, K., Kaminakis, K. & Koritos, C. (2014), “Servicescape effects on both customers and employees”, *American Marketing Association SERVSIG Conference, Thessaloniki, Greece* (June).
- Palaiologos, A., Patera, P. & Karantinou, K. (2014), “Facebook influence on consumers’ buying intentions in services”, *American Marketing Association SERVSIG Conference, Thessaloniki, Greece* (June).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).
- 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).

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).

Karantinou, K.M. (2000), “Relationships in management consultancy: a cross-cultural comparison study”, *British Academy of Management (BAM) Conference*, Working Paper, *Edinburgh, England* (September).

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).

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).

ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Διδασκαλία Μεταπτυχιακών Μαθημάτων

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

Διδασκαλία Προπτυχιακών Μαθημάτων

Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
Τουριστικό Μάρκετινγκ
Research Methodology
Πολιτική Προϊόντος
Marketing Management
Consumer Behavior/Συμπεριφορά Καταναλωτή
Introduction to Marketing/Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ

- Μέλος της Διοικούσας Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ ως εκλεγμένη εκπρόσωπος της Ελλάδος (Member of the EMAC Executive Committee) 2013-2019
- Μέλος της Επιτροπής Προβολής του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2014-2016 και 2018-Σήμερα)
- Μέλος της Συντονιστικής Επιτροπής των Μεταπτυχιακών Προγραμμάτων του Μάρκετινγκ (2018-Σήμερα).
- Μέλος της Ειδικής Διατμηματικής Επιτροπής του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Executive MBA, ΟΠΑ (2016-Σήμερα).
- Μέλος της Ειδικής Διατμηματικής Επιτροπής του Μεταπτυχιακού Προγράμματος MBA, ΟΠΑ (2012-2018).
- Μέλος της ομάδας εργασίας για την πρόταση νέας δομής για το Κέντρο Δια Βίου Μάθησης του ΟΠΑ (2016-2017)
- Υπεύθυνη για τη συγγραφή του κειμένου για τη συμμετοχή του ΟΠΑ στο Cambridge Strategies Catalogue (2016)
- Μέλος της Επιτροπής Alumni της Σχολής Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΟΠΑ (2015-Σήμερα)
- Υπεύθυνη του Οδηγού Σπουδών του Τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, ΟΠΑ (2015-Σήμερα)
- Ακαδημαϊκός Συντονιστής του Προγράμματος Erasmus του τμήματος Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας (2016-2018)
- Μέλος της επιτροπής συνεντεύξεων για την επιλογή υποψηφίων στα μεταπτυχιακά προγράμματα σπουδών Μάρκετινγκ πλήρους φοίτησης, Μάρκετινγκ μερικής φοίτησης και Μάρκετινγκ με Διεθνή Προσανατολισμό, ΟΠΑ (από το 2011).
- 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).

Ακαδημαϊκή υπεύθυνη για την συμμετοχή του Αμερικανικού Κολεγίου Ελλάδος σε διεθνείς φοιτητικούς διαγωνισμούς και επιβλέπουσα (*mentor and supervisor*) των ομάδων που συμμετείχαν σε όλους αυτούς τους διαγωνισμούς (π.χ. L’Oreal Brandstorm, L’Oreal 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 του UMIST (Manchester School of Management, UMIST) και για την εκπροσώπηση και προβολή των προγραμμάτων (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).

Ακαδημαϊκός Σύμβουλος / Μέντορας (Personal Tutor) προπτυχιακών και μεταπτυχιακών φοιτητών (2000-2004).

Μέλος της επιτροπής ελέγχου όλων των θεμάτων εξετάσεων για όλα τα προπτυχιακά μαθήματα του School of Management, UMIST (Member of the Exam Paper Review Panel) (2000-2004).

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