

**Σπουδές**

**Ανώτατη Σχολή Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης**  
 Πιστοποιητικό Παιδαγωγικής και Διδακτικής Επάρκειας  
**2008-2009**

**Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**  
 Διδακτορικό στο Μάρκετινγκ  
**2002-2005**

**Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο & Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών**  
 Διαπιστευμένο Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Εξειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Athens MBA)  
**2001-2002**

**University of Exeter, U.K., Τμήμα Ψυχολογίας**  
 Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Εξειδίκευσης στην Οικονομική Ψυχολογία (MSc in Economic Psychology)  
**2000-2001**

**Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**  
 Πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Κατεύθυνση: Μάρκετινγκ  
**1995-1999**

**Σεμινάρια**

**Σεμινάρια Εκπαίδευσης Εκπαιδευτών**  
 Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης  
**2022**

**Σεμινάρια Επιμόρφωσης «Ανοικτή και Εξ' Αποστάσεως Εκπαίδευση»**  
 Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο  
**2018**

**Υποτροφίες**

**Εκπόνηση μεταδιδακτορικής έρευνας**  
 Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (IKY)  
**2007-2008**

**Φοίτηση σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα MBA**  
 Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο  
**2001-2002**

**Φοίτηση σε μεταπτυχιακό πρόγραμμα MSc**  
 Economic and Social Research Council (ESRC)  
**2000-2001**

Η Αικατερίνη Βασιλικοπούλου είναι Επίκουρη Καθηγήτρια Διοίκησης Μάρκετινγκ (ΦΕΚ Διακριτού: 3263/09-10-2024) στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα εστιάζουν στο χώρο της συμπεριφοράς του καταναλωτή - και ειδικότερα του καταναλωτή υπηρεσιών - καθώς και της αρνητικής εμπειρίας πελάτη.

**Διδακτική Εμπειρία**

**Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**  
 Επίκουρη Καθηγήτρια Μάρκετινγκ, Μαθήματα: Ολοκληρωμένες επικοινωνίες μάρκετινγκ, Έρευνα&μετρικές μάρκετινγκ, Συμπεριφορά καταναλωτή

**Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Αρμελουργία και Οινολογία**  
 Μάθημα: Μάρκετινγκ οίνων και αποσταγμάτων

**Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Πρόγραμμα E-learning**  
 Μάθημα: Οινικό μάρκετινγκ

**Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων**  
 Συνεργαζόμενο Εκπαιδευτικό Προσωπικό (ΣΕΠ) της Θεματικής Ενότητας "Αρχές Μάρκετινγκ"

**Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πρόγραμμα Σπουδών ΔΕΟ**  
 Συνεργαζόμενο Εκπαιδευτικό Προσωπικό (ΣΕΠ) της Θεματικής Ενότητας ΔΕΟ33 (Μάρκετινγκ ΙΙ ), Βοηθός Συντονιστή (2006-2014)

**University of Liverpool Online Programmes/ Laureate Education**  
 Honorary Lecturer, Διδασκαλία μαθημάτων μάρκετινγκ σε μεταπτυχιακά προγράμματα (MBA & MSc in Management) και επιβλεψη διπλωματικών εργασιών

**Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής (ΤΕΙ Αθήνας), Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, Τμήμα Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών**  
 Επιστημονικός/Εργαστηριακός Συνεργάτης - Διδασκαλία μαθημάτων μάρκετινγκ

**Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας (MBA)**  
 Μαθήματα: Εισαγωγή στο μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων και τροφίμων, Ειδικά θέματα μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων και τροφίμων

**Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**  
 Διδάσκουσα Π.Δ. 407/80, Μαθήματα: Συμπεριφορά καταναλωτή, Στρατηγικός σχεδιασμός μάρκετινγκ

**Ερευνητική/Επαγγελματική Εμπειρία**

**Πανεπιστήμιο Αθηνών, Πρόγραμμα E-learning**  
 Ανάπτυξη και επικαιροποίηση διδακτικού υλικού για το μάθημα «Οινικό Μάρκετινγκ»

**Ατρωτία Α.Ε.**  
 Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου

**Οινοτεχνική Ε.Π.Ε**  
 Υπεύθυνη Μάρκετινγκ

**Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ειδικός Λογαριασμός Κονδυλίων Έρευνας (ΕΛΚΕ-ΟΠΑ)**  
 Συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα (ΕΠΙΠΕΑΚ ΙΙ)

**Βιβλία**

**Διεθνές Μάρκετινγκ - Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ**  
 Εκδόσεις Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου  
 (με Γ. Πανηγυράκη, Ε. Ρηγοπούλου)

**Εφαρμογή Μεθόδων Ανάλυσης στην Έρευνα Αγοράς**  
 Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης  
 (με Γ. Σιώμκο)

**Κεφάλαια σε Βιβλία**

**B2B Marketing Research**

Sage Handbook of Industrial Marketing  
 forthcoming (με T. Fotiadis)

**New sheriff in town: Discovering Generation Z as tourists. A perspective**  
 Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality edited book  
 pp.121-140, Palgrave MacMillan (με R. Kamenidou, C.Priporas)

**Gender and age differences in destination image evaluation: the case of Drama, Greece**  
 TOURMAN 2021, 4th International Scientific Conference, Christou, E. & Fotiadis, A. (Eds.), Reviving Tourism, in the Post-pandemic era Vol. 2, p. 211-220. Thessaloniki: SEB-IHU Press (με S. Mamalis, E. Kamenidou, I. Mylona, E.Z. Bara)

**Δημοσιεύσεις σε Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά**

**Wine as a Self-Gift: A Consumer Approach**  
 Journal of Wine Research  
 Vol.34, No.1, pp. 20-32.

**Negative Airbnb Reviews: An Aspect Based Analysis**  
 Euromed Journal of Business  
 Vol.19, No.2, pp.191-207 (με E. Kamenidou, C. Priporas)

**Product-Harm Crises through the Consumer Lens: The Role of Trust, Blame and Perceived Risk**  
 Journal of Consumer Marketing  
 Vol.35, No. 5, pp. 502-511 (με A. Lepetsos, G.Siomkos)

**The Role of Consumer Ethical Beliefs in Product-Harm Crises**  
 Journal of Consumer Behaviour  
 Vol. 10, No. 5, pp. 279-289 (με G.Siomkos, K.Chatzipanagiotou, A.Triantafyllidou)

**Linking Mystery Shopping Inventory to customer-seller encounters**  
 Journal of Customer Behaviour  
 Vol. 28, pp 7-34 (με E.Rigopoulou, J.Kehagias)

**Person-Place Congruency in the Internet Banking Context**  
 Journal of Business Research  
 Vol. 63, No. 9/10, pp. 943-949 (με S. Gounaris, C. Koritos)

**Opportunities and Threats for Competitors in Product-Harm Crises**  
 Marketing Intelligence and Planning  
 Vol. 28, No.6, pp. 770-791 (με G.Siomkos, A. Triantafyllidou, I.Tsiamis)

**An Empirical Investigation of the Relationship between Market Orientation MktIS Effectiveness in Upscale Hotels in Greece**  
 Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing  
 Vol. 16, No. 4, pp. 285-297 (με C. Chatzipanagiotou, G. Siomkos)

**Internal-Market Orientation: A Misconceived Aspect of Marketing Theory**  
 European Journal of Marketing  
 Vol. 44, No.11/12, pp. 1667-1699 (με S. Gounaris, K. Chatzipanagiotou)

**Hotels on Fire: Investigating Consumers' Responses and Perceptions**  
 International Journal of Contemporary Hospitality Management  
 Vol. 21, Issue 7, pp. 791-815 (με G. Siomkos, K. Chatzipanagiotou, A. Triantafyllidou)

**Plaiting Pricing into Product Categories and Corporate Objectives**  
 Journal of Product and Brand Management  
 Vol. 18, Issue 1, pp. 67-76 (με J. Kehagias, E. Skourtis)

**Pilgrimages: The Promised Land for Travel Agents?**  
 International Journal of Contemporary Hospitality Management  
 Vol. 22, No. 3 (με K. Chatzipanagiotou, A. Triantafyllidou, C.Koritos)

**Product-Harm Crisis Management: Time Heals All Wounds?**  
 Journal of Retailing and Consumer Services  
 Vol. 16, No.3, pp. 174-180 (με G. Siomkos, K. Chatzipanagiotou and A. Pantouvakis)

**The Importance of Factors Influencing Product-Harm Crisis Management across Different Crisis Extent Levels: A Conjoint Analysis**  
 Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing  
 Vol. 17, No. 1, pp. 65-74. (με A. Lepetsos, G. Siomkos, K. Chatzipanagiotou)

**Measuring the Degree of Tourists' Satisfaction with the Use of Log-Linear Analysis: The Case of North Greece**  
 Tourist Scientific Review  
 Vol. 3, pp. 29-46 (με C. Vassiliadis, G.Siomkos, P. Lytras).

**Clustering Consumers According to their Attitudes on Corporate Social Responsibility**  
 International Journal of Business Governance and Ethics  
 Vol. 1, No. 4, pp. 317-328 (with G. Siomkos, I. Mylonakis)

**Δημοσιεύσεις σε Πρακτικά Διεθνών Συνεδρίων**

**Exploring the Contributing Factors of Patient-Physician Trust in Greece to Develop Relevant Marketing Strategies**  
 International Conference of Development and Economy  
 11-13th October 2024, Kalamata, Greece (με K.Vasileiou)

**Gender Differences from Monastery Memorable Tourism Experiences**  
 30-31 IBIMA International Conference  
 30-31 May 2022, Granada, Spain Granada, Spain (with I.Kamenidou, A.Stavrianea, S.Mamalis)

**Locals' Attitudes towards Begpacking: Some Empirical Evidence from 2021 Greece**  
 TOURMAN  
 21-23 May 2021, online.

**Generation Z Perceived Elements of Wine Tourism Memorable Experience: A Qualitative Approach**  
 38th International Business Information Management Association (IBIMA) Conference  
 23-24 November 2021, Seville, Spain (with I.Kamenidou, S.Mamalis)

**“The Queen’s Gambit” as a Contributor to the Repositioning of Chess: What are the Marketing Implications?**  
 37th International Business Information Management Association (IBIMA) Conference  
 30-31 May 2021, Cordoba, Spain (with E. Kamenidou, A. Stavrianea)

**Experiential Values in Online Booking: are there Gender Differences?**  
 SIBR 2021 Tokyo Conference on Interdisciplinary Business & Economics Research  
 7th-8th of January 2021, Tokyo, Japan (with E. Kamenidou, A. Stavrianea)

**Are there Memorable Experiences in Religious Tourism? Insights on Monastery Tourism based on a first-level segmentation approach**  
 SIBR Tokyo Conference on Interdisciplinary Business & Economics Research  
 7-8 January 2021, Tokyo, Japan (με E. Kamenidou, A. Stavrianea)

**The impact of an economic recession on erotic shops: A Consumer Qualitative Study**  
 Proceedings of the 3rd International Conference on Research in Business, Management and Finance (ICRBMF)  
 July 02 – 04, 2021,Oxford, UK, pp. 29-41 (με I. Kamenidou, S. Mamalis, A. Stavrianea)

**Segmenting the generation Z cohort based on online booking platform users' behaviour**  
 36th International Business Information Management Association (IBIMA) Conference  
 4-5 November 2020, Granada, Spain (with E. Kamenidou, A. Stavrianea, I. Mylona, S. Mamalis)

**Tracing the Stages of Product-Harm Crises in Social Media for Designing Effective Digital Marketing Strategies**  
 33rd International Business Information Management Association (IBIMA) Conference  
 10-11 April 2019, Granada, Spain (με C.Kottara)

**The Impact of Time of Product-Harm Crises in the Food Industry: The 2013 Case of IKEA's Meatballs**  
 WSEAS 1st International Conference, "New Trends and Technologies for Marketing, Management, Economics and Information Processing  
 14-16 May 2013, Athens, Greece (με J. Stavroulakis)

**Methodological Considerations in Crisis Management Research: Fictitious Scenarios vs. Real Crises**  
 Cambridge Business and Economics Conference  
 27-29 June 2011, Cambridge, U.K. (με A.Theofilou, A.Lepetsos)

**Investigating Consumer Emotions during Product-Harm Crises**  
 Academy of Marketing Conference  
 2011, Liverpool, U.K. (με A. Theofilou, E. Skourtis)

**Unfolding a Product's Ethical Bundle**  
 Academy of Marketing Conference  
 2010, Coventry, U.K. (με A.Theofilou)

**‘If Marketing was as Human Being...’: Using Projective Techniques for Investigating Students' Perceptions of Marketing**  
 2nd BIC Biennial International Conference on Services Marketing  
 4-6 November 2009, Thessaloniki, (με A. Markopoulou, P. Athanassopoulou)

**Marketing Culture and Customer Orientation through Web Sites' Structure and Content: what Multidimensional Scaling Reveals**  
 1st Biannual International Conference “Strategic Development in Services Marketing”  
 27-29 September 2007, Chios (με E. Rigopoulou, J. Kehagias)

**Brand Equity Elements and Crisis Management**  
 Academy of Marketing Conference – Marketing Theory into Practice  
 3-6 July 2007, Surrey, U.K (με E. Rigopoulou, G. Siomkos and J. Kehagias)

**“Have you been threatened by a Crisis? Don't worry, (probably) nothing will change**  
 36th EMAC conference  
 22-24th May 2007, Reykjavik, Iceland (με E. Rigopoulou, G. Siomkos, J. Kehagias)

**Moral Development of Companies: An Optimistic View from Greece**  
 6th Global Conference on Business and Economics  
 15-16 October 2006, Gutman Conference Center, Cambridge, USA. (με E. Rigopoulou, G.Siomkos)

**Consumer Willingness to Pay More for Ethical Products: Some Empirical Evidence**  
 35th EMAC Conference  
 23-26th May 2006, Athens (με G.Siomkos, E. Rigopoulou)

**Crisis Management in the Hotel Industry: Are Luxury Hotels Well-Prepared for Coping with Crises?**  
 24th EuroCHRIE Congress  
 2006, Thessaloniki, (με G. Siomkos, P. Lytras, S. Papadopoulos, Y.Tsiamis)

**Ethical Consumption and the N-Voting Game: Do ‘Ethical Consumers’ Really Behave Ethically?**  
 9th International Conference on Marketing and Development  
 8-11 June 2005, Thessaloniki, Greece

**Consumer Awareness of 2004 Olympic Games Sponsors: A Cluster Analysis**  
 World Congress in Sport Management, University of Peloponnese, Department of Sport Management  
 3-5 June 2005, Sparta of Laconia (με G. Siomkos, T. Grammatikopoulos)

**Correlating Consumers' Perceived Components of Ethical Marketing Performance to Consumers' Attitudes toward Ethical Buying**  
 The 5th American Marketing Association – Academy of Marketing Joint Biennial Conference, Dublin Institute of Technology  
 5-8 July 2005, Dublin, Ireland (με G. Siomkos).

**Designing Marketing Strategies for Private Healthcare Organizations Based on Consumers' Perceptions of Social Responsibility**  
 9th International Conference on Marketing and Development  
 June 8-11 2005, Thessaloniki, Greece (με A. Stavrianea, E. Manganari)

**Consumer-Perceived Components of Corporate Social Responsibility across Different Levels of Consumers' Attitude to CSR**  
 The Interdisciplinary CSR Research Conference, International Center for Corporate Social Responsibility  
 21- 23 October 2004, Nottingham, U.K. (με G. Siomkos)

**Ετεροαναφορές**

**1048 ετεροαναφορές σύμφωνα με το Publish or Perish (Google scholar)**