

Ανδρέας Ανδρονικίδης, BA(Hons), MBA, PhD, MCIM

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Εγνατία 156, Θεσσαλονίκη 54636

email: a.andronikidis@uom.edu.gr

τηλ.. +302310891584, φαξ. +2310891544

Ο Ανδρέας Ανδρονικίδης έχει διδακτορικό δίπλωμα από το Management School του Πανεπιστημίου του Sheffield, Ηνωμένο Βασίλειο, είναι καθηγητής Μάρκετινγκ-Μάνατζμεντ στο τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας και επισκέπτης καθηγητής στο Πανεπιστήμιο King's College London, King's Business School, Λονδίνο, Ηνωμένο Βασίλειο. Είναι σύμβουλος σε θέματα στρατηγικής Μάρκετινγκ και Έρευνας Αγοράς στην Ελλάδα και στη Μεγάλη Βρετανία και επιστημονικός υπεύθυνος σε εύρος ερευνητικών έργων με χρηματοδότηση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Έχει σχεδιάσει και υλοποιήσει μελέτες στον ιδιωτικό τομέα σε εθνικό και διακρατικό επίπεδο σε θέματα που αφορούν στο σχεδιασμό μάρκετινγκ, στην εκπαίδευση και στην στρατηγική επιχειρήσεων και μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

Είναι επιστημονικός υπεύθυνος του Psychographic Marketing Research Group (PMRG) του Πανεπιστημίου του Sheffield, Ηνωμένο Βασίλειο, μέλος του εργαστηρίου Επιχειρηματικής Αριστείας του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας καθώς και του εργαστηρίου Ανάλυσης Αγορών και Καταναλωτικής Συμπεριφοράς του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Έχει διατελέσει διδάσκων σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο στο Πανεπιστήμιο του Sheffield, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο και στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Έχει διδάξει προπτυχιακά μαθήματα μάρκετινγκ όπως Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ, Διοίκηση Μάρκετινγκ, Συμπεριφορά Καταναλωτή, Μάρκετινγκ μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών, Βιομηχανικό Μάρκετινγκ, Μάρκετινγκ Υπηρεσιών και μεταπτυχιακά μαθήματα όπως Τραπεζικό Μάρκετινγκ, Στρατηγικός Προγραμματισμός Μάρκετινγκ, Διοικητικό Μάρκετινγκ, Έρευνα Μάρκετινγκ και Διεθνές Μάρκετινγκ.

Τα κύρια ερευνητικά του ενδιαφέροντα εστιάζονται στις παρακάτω περιοχές: (α) διοίκηση μάρκετινγκ με επικέντρωση στην ανάλυση συμπεριφοράς καταναλωτή, (β) Διοίκηση μάρκετινγκ με έμφαση στη στρατηγική μάρκετινγκ και στις διαδικασίες διαχείρισης ποιότητας, (γ) Διοίκηση μάρκετινγκ και Οικονομική των Επιχειρήσεων και (δ) Διοίκηση Μάρκετινγκ και Ψυχολογία Καταναλωτή και συγκεκριμένα στον τομέα της αυτοεικόνας με εξέταση των ενδιαμέσων ή εξαρτημένων μεταβλητών που επηρεάζουν την ενεργοποίηση των διαφόρων τύπων αυτοεικόνας.

Έχει δημοσιεύσει άρθρα σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων όπως το European Marketing Academy Conference (EMAC) και το American Marketing Association Conference (AMA) και σε επιστημονικά περιοδικά όπως Psychology & Marketing, Tourism Management, European Journal of Operational Research και Journal of Travel Research. Το δημοσιευμένο επιστημονικό έργο του τυγχάνει αναγνώρισης στη διεθνή ερευνητική γραμματεία και είναι τακτικός κριτής σε σημαντικά επιστημονικά περιοδικά.

Είναι μέλος του διοικητικού συμβουλίου της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ), της Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΑΜ) και του Chartered Institute of Marketing (CIM) στο Ηνωμένο Βασίλειο. Επίσης είναι μέλος του Οικονομικού Επιμελητηρίου, της Αμερικανικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (AMA), και της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC) στο Βέλγιο.