

ΛΕΩΝΙΔΑΣ Δ. ΧΑΤΖΗΘΩΜΑΣ  
B.A., M.Sc., Ph.D., PostDoc

---

**ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ**

ΣΠΟΥΔΕΣ - ΤΙΤΛΟΙ  
&  
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

2023

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

I. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΪΑ .....	2
II. ΣΠΟΥΔΕΣ.....	2
III ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ .....	2
IV. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΈΝΩΣΗ.....	7
V. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΕ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ .....	10
VI. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ.....	11
VII. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΈΞΕΝΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΚΡΙΤΕΣ (ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ).....	12
VIII. ΜΟΝΟΓΡΑΦΙΕΣ – ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ - ΕΠΙΜΕΛΕΙΕΣ .....	16
IX. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΪΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΚΡΙΤΕΣ (ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ).....	17
X. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΚΡΙΤΕΣ (ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ).....	23
XI. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΪΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΜΕΝΕΣ ΑΠΟ ΚΡΙΤΕΣ (ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ).....	23
XII. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΜΕ ΑΝΑΚΟΪΝΩΣΗ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΗΜΕΡΪΔΕΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΈΧΟΥΝ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ.....	23
XIII. ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΪΕΣ ΠΟΥ ΒΡΪΣΚΟΝΤΑΙ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΑΣΪΑ ΚΡΪΣΗΣ.....	24
XIV. ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΕΦΗΜΕΡΪΔΕΣ .....	24
XV. ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΣΤΟ ΈΡΓΟ .....	24
XVI. ΜΈΛΟΣ ΣΕ EDITORIAL BOARDS ΚΑΙ AD HOC ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ.....	24
XVII. ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΪΩΝ, ΗΜΕΡΪΔΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΤΗΡΪΩΝ .....	26
XVIII. ΕΠΪΤΥΧΪΕΣ - ΒΡΑΒΕΪΑ.....	27
XIX. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΣΥΝΕΔΡΪΩΝ / ΗΜΕΡΪΔΩΝ .....	29
XX. ΜΈΛΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΪΩΝ.....	31
XXI. ΈΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ .....	31
XXII. ΓΝΩΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΪΣΤΩΝ.....	31
XXIII. ΜΈΛΟΣ ΕΚΛΕΚΤΟΡΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΩΝ .....	31
XXIV. ΣΤΡΑΤΪΩΤΙΚΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ .....	31

## I. Προσωπικά Στοιχεία

Όνομα	Λεωνίδας
Επίθετο	Χατζηθωμάς
Βαθμίδα	Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστήμιο Μακεδονίας (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ).
Διεύθυνση κατοικίας	Σινιόσογλου 33, Κάτω Τούμπα, Θεσσαλονίκη, Τ.Κ. 54453
Τηλέφωνο (σταθερό)	2310 891684
Τηλέφωνο (κινητό)	6977 793 230
E-mail	hatzithomas@uom.edu.gr
Ημερομηνία Γέννησης	12 Δεκεμβρίου 1980
Google Scholar	H Index 14 (913 ετεροαναφορές στο επιστημονικό έργο μου από τις οποίες οι 12 αυτοαναφορές)
Scopus	H Index 10 (305 ετεροαναφορές στο επιστημονικό έργο μου από τις οποίες οι 10 αυτοαναφορές)

## II. Σπουδές

- 2011** Μεταδιδακτορικό στη Σχολή Νομικών Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, με γνωστικό αντικείμενο “Διαφήμιση στα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης”.
- 2010** Διδάκτωρ της Σχολής Νομικών Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών, του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, με γνωστικό αντικείμενο “Μάρκετινγκ και Επικοινωνία” και θέμα διδακτορικής διατριβής:  
*“Προσέγγιση της ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής μάρκετινγκ. Συνέργια μεταξύ έντυπης διαφήμισης και συσκευασίας επώνυμου προϊόντος, μέσω της χρήσης του χιούμορ.”*  
Επιβλέπων Καθηγητής Γεώργιος Χ. Ζώτος, βαθμός “Άριστα”.
- 2005** Διπλωματούχος του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Ειδίκευσης στην “Πληροφορική και Διοίκηση” των Τμημάτων Οικονομικών Επιστημών και Πληροφορικής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Βαθμός “Άριστα” (9,55), τελείωσα πρώτος στη σειρά μου.
- 2003** Πτυχιούχος του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών της Σχολής Νομικών Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης με κατεύθυνση στην Οικονομική των Επιχειρήσεων. Βαθμός “Λίαν Καλώς”.

## III Διδακτική Εμπειρία

### Μέλος Δ.Ε.Π. στη Βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή

Από τον Ιανουάριο του 2022 έως σήμερα είμαι μέλος ΔΕΠ του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, στη βαθμίδα του μόνιμου Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο «Μάρκετινγκ με έμφαση στη διαφήμιση» (ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ, 17 Ιανουαρίου 2022, αριθ. Φύλλου 79, ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ, “Αποφάσεις”, σελ. 1191).

Από τον Νοέμβριο του 2020 έως τον Ιανουάριο του 2022 ήμουν μέλος ΔΕΠ του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, στη βαθμίδα του μόνιμου Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο Μάρκετινγκ (ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ, 11 Νοεμβρίου 2020, αριθ. Φύλλου 1802, ΤΕΥΧΟΣ ΤΡΙΤΟ, “Οργανισμοί-Λοιποί Φορείς”, σελ. 12241). Εκλέχθηκα 9/9/2020.

Από τον Μάρτιο του 2017 έως τον Νοέμβριο του 2020 ήμουν μέλος ΔΕΠ του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, στη βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή (επί θητεία) στο γνωστικό αντικείμενο Μάρκετινγκ (ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ, 31 Μαρτίου 2017, αριθ. Φύλλου 313, ΤΕΥΧΟΣ ΤΡΙΤΟ, “Οργανισμοί-Λοιποί Φορείς”, σελ. 2367). Εκλέχθηκα 14/2/2017.

Από τον Ιούνιο του 2014 έως τον Μάρτιο του 2017 ήμουν μέλος ΔΕΠ του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, στη βαθμίδα του Λέκτορα στο γνωστικό αντικείμενο Μάρκετινγκ (ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ, 26 Ιουνίου 2014, αριθ. Φύλλου 805, ΤΕΥΧΟΣ ΤΡΙΤΟ, “Οργανισμοί-Λοιποί Φορείς”, σελ. 5768). Εκλέχθηκα 15/6/2011.

## **Μεταπτυχιακά Προγράμματα Σπουδών**

**Από το Χειμερινό  
Εξάμηνο του Ακ.  
Έτους 2019-2020**

Διδάσκω στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στην “Αναλυτική των Επιχειρήσεων και Επιστήμη των Δεδομένων” του Πανεπιστημίου Μακεδονίας το μάθημα “Αναλυτική του Μάρκετινγκ και των Κοινωνικών Δικτύων”.

**Από το Χειμερινό  
Εξάμηνο του Ακ.  
Έτους 2018-2019**

Διδάσκω στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη “Διοίκηση Υπηρεσιών Υγείας” του Πανεπιστημίου Μακεδονίας το μάθημα “Μάρκετινγκ”.

**Από το Χειμερινό  
Εξάμηνο του  
Ακ. Έτους 2015-2016  
μέχρι σήμερα**

Διδάσκω στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη “Διοίκηση Επιχειρήσεων” του Πανεπιστημίου Μακεδονίας τα μαθήματα “Προβολή & Διαφήμιση”, “Διοικητικό Μάρκετινγκ”, “Συμπεριφορά Καταναλωτή” και “Στρατηγικός Προγραμματισμός Μάρκετινγκ”. Στους νέους απόφοιτους, και στα στελέχη επιχειρήσεων (Executive).

**Από το Χειμερινό  
Εξάμηνο του Ακ.  
Έτους 2019-2020  
μέχρι σήμερα**

Διδάσκω στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Επιχειρηματικότητα του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, στα μαθήματα «Συμπεριφορά Καταναλωτή και Μάρκετινγκ» και «Διοίκηση Μάρκας» το γνωστικό αντικείμενο «Διαφήμιση».

**Το Χειμερινό Εξάμηνο  
του Ακ. Έτους 2019-  
2020**

Δίδαξα στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη “Διοίκηση Επιχειρήσεων” του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας το μάθημα «Επικοινωνίες Μάρκετινγκ και Διαφήμιση»

**Από το Χειμερινό  
Εξάμηνο του Ακ.  
Έτους 2016-2017 έως  
το Χειμερινό Εξάμηνο  
του Ακ. Έτους 2018-  
2019**

Δίδαξα στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στο “Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών” του Πανεπιστημίου Μακεδονίας τα μαθήματα “Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Εκδηλώσεων” και “Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων”. Στους νέους απόφοιτους, και στα στελέχη επιχειρήσεων (Executive).

<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2015-2016 μέχρι το χειμερινό εξάμηνο του Ακ. Έτους 2017-2018</b>	Δίδαξα στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη “Διοίκηση Επιχειρήσεων” του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης τα μαθήματα “Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ” και “Διεθνές Μάρκετινγκ”.
<b>Το χειμερινό εξάμηνο του Ακ. Έτους 2018-2019</b>	Το Χειμερινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2018-2019 δίδαξα στο Δ.Π.Μ.Σ. Διοίκηση Επιχειρήσεων και Πληροφοριακά Συστήματα το μάθημα “Στρατηγικό Μάρκετινγκ – Διαχείριση Μάρκας”.
<b>Από το Εαρινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2010-2011 μέχρι το χειμερινό εξάμηνο του Ακ. Έτους 2017-2018</b>	Δίδαξα στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στην “Πληροφορική και Διοίκηση” του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης τα μαθήματα “Επικοινωνία και Προώθηση”, “Διαφήμιση & Συμπεριφορά Καταναλωτή”, και “Διοίκηση Μάρκετινγκ”.
<b>Τα Ακαδημαϊκά έτη 2012-2013, 2013-2014 και 2014-2015</b>	Δίδαξα στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στην “Επικοινωνία και Νέα Δημοσιογραφία”, του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου την ετήσια θεματική ενότητα “Τέχνη και Τεχνική της Επικοινωνίας” (εξειδικεύει στα γνωστικά αντικείμενα: Βασικές Αρχές Επικοινωνίας, Επικοινωνία Μάρκετινγκ και Δημόσιες Σχέσεις). <b>Συντονιστής</b> Θεματικής Ενότητας για τα ακαδημαϊκά έτη 2013-2014 και 2014-2015.
<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο μέχρι Χειμερινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2012-2013</b>	Δίδαξα στο MBA του Mediterranean College (Συνεργασία με το University of Derby), τα μαθήματα “Market, Customers and Marketing” και “Change Challenge and Strategic Leadership” ως Accredited Lecturer του University of Derby.
<b>Εαρινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2005-2006</b>	Δίδαξα στο Master of Business Administration του ΤΕΙ Λάρισας σε σύμπραξη με το Αγγλικό Πανεπιστήμιο του Staffordshire το μάθημα “Corporate Communication”.
<b>Εαρινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2005-2006</b>	Δίδαξα στο Master of Science in Management του ΤΕΙ Λάρισας σε σύμπραξη με το Αγγλικό Πανεπιστήμιο του Staffordshire το μάθημα “Corporate Communication”.

## **Προπτυχιακά Προγράμματα Σπουδών**

<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2014-2015 μέχρι Σήμερα</b>	Διδάσκω στο Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, τα μαθήματα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ”, “Διαφήμιση”, “Διεθνές Μάρκετινγκ” και “Δημόσιες Σχέσεις”, “Διοίκηση Επωνύμων Προϊόντων” (για ένα εξάμηνο) και “Ειδικά Θέματα Μάρκετινγκ (στην Αγγλική γλώσσα για ένα εξάμηνο)”.
<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2019-2020 μέχρι το Χειμερινό εξάμηνο του Ακ. Έτους 2020-2021</b>	Δίδαξα στο Exchange Program «ΠΑΙΔΕΙΑ – Academic cooperation agreement on a study abroad program between the University of Macedonia and the Center for Hellenic Studies» το μάθημα «Introduction to Public Relations (στην Αγγλική)» σε Αμερικάνους φοιτητές.

<b>Από το Ακ. Έτος 2015-2016 μέχρι σήμερα</b>	Διδάσκω στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο τη Θεματική Ενότητα «ΔΕΟ23 Μάρκετινγκ Ι». <b>Βοηθός συντονίστριας</b> στη θεματική ενότητα ΔΕΟ23 Μάρκετινγκ Ι από το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018 μέχρι σήμερα.
<b>Χειμερινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2014-2015</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, το μάθημα “Συμπεριφορά Καταναλωτή”.
<b>Από το Εαρινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2012-2013 μέχρι το Εαρινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2013-2014</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Επικοινωνίας & Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου, τα μαθήματα “Συμπεριφορά Καταναλωτή” και “Ειδικά Θέματα Διαφήμισης”.
<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2011-2012 μέχρι το Εαρινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2012-2013</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, το μάθημα “Διαφήμιση”, “Έρευνα Μάρκετινγκ”, “ Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ”, “Μάρκετινγκ Επώνυμων Προϊόντων”, “Έρευνα Μάρκετινγκ”, “Στρατηγικό Μάρκετινγκ”.
<b>Από το Χειμερινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2011-2012 μέχρι το Χειμερινό Εξάμηνο του Ακ. Έτους 2012-2013</b>	Δίδαξα στο BA (Hons) Business Studies του Mediterranean College (Συνεργασία με το University of Derby), τα μαθήματα “Marketing Communications & Branding”, “Marketing in Action”, “Dissertation”, “Impact Study”, ως Accredited Lecturer του University of Derby.
<b>Από το Ακ. Έτος 2011-2012 μέχρι το Ακ. έτος 2012-2013</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, τα μαθήματα “Δημιουργικό της Διαφήμισης”, “Σχεδιασμός Διαφημιστικής Εκστρατείας”, “Παρουσίαση Διαφημιστικής Εκστρατείας”, “Μάρκετινγκ Υπηρεσιών” και “Βιομηχανικό Μάρκετινγκ”.
<b>Από το Ακ. Έτος 2006-2007 μέχρι το Ακ. Έτος 2010-2011</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Τυποποίησης και Διακίνησης Προϊόντων του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Παράρτημα Κατερίνης το μάθημα “Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων”.
<b>Εαρινό Εξάμηνο Ακ. Έτους 2006-2007</b>	Δίδαξα στο Τμήμα Τυποποίησης και Διακίνησης Προϊόντων του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Παράρτημα Κατερίνης το μάθημα “Διοίκηση Παραγωγής”.
<b>3 Οκτωβρίου 2005 έως 24 Ιανουαρίου 2006</b>	Εκπαιδευτής στο Δημόσιο Ι.Ε.Κ. της ΣΙΝΔΟΥ. Διδασκαλία του Μαθήματος “Στρατηγική και Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” της ειδικότητας, ΕΙΔΙΚΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ, ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ), για 2 ώρες την εβδομάδα και συνολικά 28 ώρες, στους τελειόφοιτους καταρτιζόμενους.

## **Αξιολογήσεις στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας**

- 4,92 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2021-2022
- 4,79 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2021-2022
- 4,66 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2021-2022
- 4,71 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022

4,4 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,7 στο μάθημα “Διοικητικό Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,79 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,77 στο μάθημα Συμπεριφορά Καταναλωτή κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,31 στο μάθημα Μάρκετινγκ 2019-2020 κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,38 στο μάθημα Αναλυτική του Μάρκετινγκ και των Κοινωνικών Δικτύων κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2021-2022  
4,5 στο μάθημα “Διοικητικό Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,6 στο μάθημα Συμπεριφορά Καταναλωτή κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,73 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,86 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,73 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,68 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,62 στο μάθημα “Διοικητικό Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,81 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,54 στο μάθημα Συμπεριφορά Καταναλωτή κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,68 στο μάθημα Αναλυτική του Μάρκετινγκ και των Κοινωνικών Δικτύων κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,65 στο μάθημα Μάρκετινγκ 2019-2020 κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2020-2021 (Μέσω Zoom)  
4,57 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2019-2020 (Μέσω Zoom)  
4,79 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2019-2020 (Μέσω Zoom)  
4,68 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2019-2020  
4,76 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2019-2020  
4,74 στο μάθημα “Διοίκηση Επωνούμων Προϊόντων” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2019-2020  
4,37 στο μάθημα “Διοικητικό Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2019-2020 (Μέσω Zoom)  
4,36 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2019-2020 (Μέσω Zoom)  
4,76 στο μάθημα Αναλυτική του Μάρκετινγκ και των Κοινωνικών Δικτύων κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2019-2020  
4,63 στο μάθημα Μάρκετινγκ 2019-2020 κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2019-2020  
4,99 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2018-2019  
4,91 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2018-2019  
4,85 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2018-2019 (MBA) )(Μου απονεμήθηκε το τρίτο βραβείο άριστης διδασκαλίας)  
4,68 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2018-2019  
4,68 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2018-2019  
4,87 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2018-2019 (MBA Executive)  
4,93 στο μάθημα “Συμπεριφορά Καταναλωτή” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2018-2019 (MBA)  
4,74 στο μάθημα “Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Εκδηλώσεων” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2018-2019 (ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών)  
4,87 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2017-2018  
4,78 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2017-2018  
4,76 στο μάθημα “Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2017-2018 (ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών)  
4,75 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2017-2018  
4,77 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2017-2018  
4,71 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2017-2018 (MBA)  
4,43 στο μάθημα “Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Εκδηλώσεων” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2017-2018 (ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών Executive)  
4,73 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2016-2017  
4,82 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2016-2017  
4,64 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2016-2017 (MBA Executive)  
4,82 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2016-2017 (MBA)(Μου απονεμήθηκε το δεύτερο βραβείο άριστης διδασκαλίας)

- 4,80 στο μάθημα “Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Εκδηλώσεων” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2016-2017 (ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών)
- 4,44 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2016-2017
- 4,67 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2016-2017
- 4,8 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2015-2016
- 4,7 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2015-2016
- 4,5 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2015-2016 (MBA Executive)
- 4,5 στο μάθημα “Προβολή & Διαφήμιση” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2015-2016 (MBA)
- 4,6 στο μάθημα “Δημόσιες Σχέσεις” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2015-2016
- 4,5 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2015-2016
- 4,4 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2014-2015
- 4,7 στο μάθημα “Διεθνές Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2014-2015
- 4,4 στο μάθημα “Συμπεριφορά Καταναλωτή” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2014-2015
- 4,3 στο μάθημα “Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ” κατά το Χειμερινό Εξάμηνο 2014-2015
- 4,6 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013
- 4,3 στο μάθημα “Έρευνα Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013
- 4,9 στο μάθημα “Στρατηγικό Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013
- 4,4 στο μάθημα “Διαφήμιση” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2011-2012
- 4,5 στο μάθημα “Έρευνα Μάρκετινγκ” κατά το Εαρινό Εξάμηνο 2011-2012

## **Αξιολογήσεις στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο**

- 4,5 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2021-2022 (Βαθμολογία συντονιστή 5)
- 4,7 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2020-2021 (Βαθμολογία συντονιστή 5)
- 4,6 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2019-2020 (Βαθμολογία συντονιστή 5)
- 4,4 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2018-2019 (Βαθμολογία συντονιστή 5)
- 4,5 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2017-2018 (Βαθμολογία συντονιστή 5)
- 4,6 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2016-2017 (Βαθμολογία συντονιστή 4)
- 4,0 στη Θεματική Ενότητα “Μάρκετινγκ Ι” κατά το Ακαδημαϊκό Έτος 2015-2016

## **IV. Συμμετοχή σε Προγράμματα Χρηματοδοτούμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση**

### **Μετά τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)**

- Από τον Νοέμβριο του 2022 μέχρι σήμερα** Ερευνητής στο υποέργο (1) «Υποστήριξη Δράσεων Στήριξης της Επιχειρηματικότητας, Καινοτομίας και Ωρίμανσης για την Αξιοποίηση της Ερευνητικής Δραστηριότητας και των Νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών που Αναπτύσσονται στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας», της Πράξης «Υποστήριξη Δράσεων Στήριξης της Επιχειρηματικότητας, Καινοτομίας και Ωρίμανσης για την Αξιοποίηση της Ερευνητικής Δραστηριότητας και των νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών που Αναπτύσσονται στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας», ΕΣΠΑ 2014-2020, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση 2014-2020».
- Από τον Ιούλιο του** Μέλος στο pool of experts στο έργο «Business Ecosystem as an Integrated



<b>2022 μέχρι σήμερα</b>	System BeIN- Interreg IPA CBC Program Greece – Republic of North Macedonia 2014-2020".
<b>Από τον Ιανουάριο του 2022 μέχρι σήμερα</b>	Ερευνητής στο έργο «Agribusiness innovation: A pathway to sustainable economic development (RENAISSANCE)", του προγράμματος «INTERREG IPA CVC Greece - Republic of North Macedonia», με άξονα προτεραιότητας « Development and Support of Local Economy» και με ειδικότερο σκοπό «Create employment opportunities for educated graduates by exploiting comparative advantages of the cross-border area, preferably with the use of innovative tools and practices» και με συνολικό προϋπολογισμό 534.903,40 €.
<b>Από τον Δεκέμβριο του 2021 μέχρι σήμερα</b>	Ερευνητής στο έργο «Business of Knowledge and Innovation in the primary and related secondary sector (Bu4Inno)", του προγράμματος «INTERREG GREECE - BULGARIA», με άξονα προτεραιότητας «A Competitive and Innovative Cross-Border Area» και προϋπολογισμό που ανέρχεται στα 502.205,00 €.
<b>Από τον Απρίλιο του 2021 μέχρι σήμερα</b>	Συμμετέχω ως ερευνητής στο πρόγραμμα "Work-based learning for higher education system in Mongolia towards better employability of university graduates/MONGWBL". Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (European Social Fund). Erasmus+
<b><i>Πριν τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)</i></b>	
<b>Από τον Νοέμβριο του 2019 μέχρι τον Αύγουστο του 2021</b>	Επιστημονικά υπεύθυνος του υποέργου «Οι διεθνώς αναγνωρίσιμοι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί ως όχημα ανάπτυξης των ελληνικών εξαγωγών» της Πράξης «Οι διεθνώς αναγνωρίσιμοι ελληνικοί τουριστικοί προορισμοί ως όχημα ανάπτυξης των ελληνικών εξαγωγών» με κωδικό ΟΠΣ MIS 5047259, στο πλαίσιο της Πρόσκλησης ΕΔΒΜ34 «Υποστήριξη ερευνητών με έμφαση στους νέους ερευνητές». Ο συνολικός προϋπολογισμός του υποέργου ανέρχεται στα 41.041€.
<b>Από τον Απρίλιο του 2018 μέχρι τον Δεκέμβριο του 2019</b>	Επιστημονικά υπεύθυνος του υποέργου «Η συναισθηματική έκκληση στη διαφήμιση: Ο ρόλος του φύλου και της επιθυμίας για κοινωνική αποδοχή» της Πράξης «Η συναισθηματική έκκληση στη διαφήμιση: Ο ρόλος του φύλου και της επιθυμίας για κοινωνική αποδοχή» με κωδικό ΟΠΣ (MIS) 5006438, στο πλαίσιο της Πρόσκλησης ΕΔΒΜ34 «Υποστήριξη ερευνητών με έμφαση στους νέους ερευνητές». Ο συνολικός προϋπολογισμός του υποέργου ανέρχεται στα 56.350€.
<b>Από τον Ιανουάριο του 2019 μέχρι τον Δεκέμβριο του 2019</b>	Ερευνητής στο έργο «Action Plan for Social Entrepreneurship "Cross border Action Plan for the Development and Operation of an Executive Mechanism for the Support and Promotion of Social Entrepreneurship in the context of the Social Economy and Social Innovation - Action Plan for Social Entrepreneurship - B2- pc", Subsidy Contract No. B2.9c.08» του προγράμματος «INTERREG V-A GREECE - BULGARIA 2014-2020».
<b>Από τον Αύγουστο του 2018 μέχρι τον Ιούλιο του 2021</b>	Ερευνητής στο έργο «Increasing Tourism Opportunities through Utilization of Resources", Project Acronym : I- TOUR, Subsidy No 26» του προγράμματος «INTERREG IPA CBC programme " Greece - The Former Yugoslav republic of Macedonia 2014-2020». Ο συνολικός προϋπολογισμός του υποέργου ανέρχεται στα 738.929,46€.

**Μάρτιος 2014**

Συμμετείχα ως εκπαιδευτής σε δύο workshops τα οποία διοργανώθηκαν από το Κέντρο Ανανεώσιμων Πηγών & Εξοικονόμησης Ενέργειας (Centre for Renewable Energy Sources and Saving, CRES). Το έργο είχε τον ακόλουθο τίτλο “Organization and coordination of two thematic workshops for the dissemination and promotion of SMEs’ innovation in Central Macedonia Region” και εντασσόταν στο πλαίσιο του “WIDER - green groWing of SMEs: Innovation and Development in the energy sector in Med Area” (MED Programme, EU funding 75%, national financing 25%).

**Ιανουάριος 2014**

Συμμετείχα ως εκπαιδευτής σε μία σειρά workshops τα οποία οργανώθηκαν από το Περιφερειακό Συμβούλιο Κεντρικής Μακεδονίας (Regional Council of Central Macedonia) στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού προγράμματος “WIDER - green groWing of SMEs: Innovation and Development in the energy sector in Med Area”. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα συγχρηματοδοτήθηκε από το MED Programme, το οποίο συνδιοργανώθηκε από 10 εταίρους, από επτά διαφορετικές Μεσογειακές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Ο πληθυσμός της Ευρώπης γηράσκει και είναι σημαντικό να βρεθούν λύσεις για να αντιμετωπιστεί αυτή η τάση, έτσι ώστε να εξασφαλιστούν υψηλά επίπεδα διαβίωσης για τα ηλικιωμένα άτομα. Το WIDER σκοπεύει να προσδιορίσει και να ενισχύσει καινοτόμες ικανότητες, διαχείριση γνώσεων και διασύνδεση μεταξύ των μεσογειακών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε να βελτιώσει το επίπεδο των νέων προϊόντων των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, σε όλη την αλυσίδα διανομής των οικολογικών και έξυπνων σπιτιών, που εξασφαλίζουν την ανεξαρτησία των ηλικιωμένων ατόμων σε επτά τοπικές βιομηχανικές περιοχές της Μεσογείου.

**1 Σεπτεμβρίου  
2004 έως  
31 Μαΐου 2009**

Με ειδικότερο αντικείμενο απασχόλησης το “*Συντονισμό και την υποστήριξη της οικονομικής διαχείρισης*” εργάστηκα στο Τμήμα Κινηματογράφου του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, με επιστημονικά υπεύθυνη την κα. Αικατερίνη Δούκα - Καμπίτογλου, Ομότιμη Καθηγήτρια του Τμήματος Αγγλικής Γλώσσας και Φιλολογίας του Α.Π.Θ. Το έργο είχε τον τίτλο “Τμήμα Κινηματογράφου” και εντασσόταν στο πρόγραμμα “Διεύρυνση της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης 2004-2006” με προϋπολογισμό 1.134.563,24€ και στο πρόγραμμα “Διεύρυνση της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης 2006-2008” με προϋπολογισμό 1.235.651,36€. Συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (European Social Fund, ESF) και το ελληνικό κράτος.

**28/7/2005 έως  
31/3/2006**

Με ειδικότερο ερευνητικό αντικείμενο απασχόλησης τη “*Μεθοδολογία Ποιότητας ΕΛΛΑΚ*” εργάστηκα στο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, με ιδρυματικά υπεύθυνο τον κ. Ι. Τριανταφύλλη, στο πρόγραμμα ΑΡΧΙΜΗΔΗΣ ΙΙ: - Ενίσχυση ερευνητικών ομάδων στο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, ΜΕΤΡΟ 2.2. Συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (European Social Fund, ESF) και το ελληνικό κράτος.

**1 Ιουλίου 2004  
έως 31 Αυγούστου  
2005**

Με ειδικότερο αντικείμενο απασχόλησης τις “*Οικονομικές αναλύσεις*” εργάστηκα στον Τομέα της Οικονομικής των Επιχειρήσεων, του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, με επιστημονικά υπεύθυνο τον κ. Γεώργιο Ζώτο, Καθηγητή του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Α.Π.Θ. Το έργο είχε τον τίτλο “Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία” και εντασσόταν στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “Εκπαίδευση και δια βίου Μάθηση” (Operational Programme

of Education and Lifelong Learning). Συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (European Social Fund, ESF) και το ελληνικό κράτος.

**1 Ιουνίου 2003 έως 30 Ιουνίου 2003** Συμμετείχα ως ερευνητής πεδίου στο έργο “*Dream – Δίκτυο για την καταπολέμηση του ρατσισμού και της ξενοφοβίας στα ΜΜΕ*”, με επιστημονικά υπεύθυνο τον κ. Γεώργιο Ζώτο, Καθηγητή του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Α.Π.Θ. Ο βασικός σκοπός του έργου ήταν να υλοποιήσει μία συνεκτική δέσμη παρεμβάσεων για την καταπολέμηση της ξενοφοβίας και του ρατσισμού. Το έργο έλαβε υπόψη του τη δύναμη των μέσων ενημέρωσης στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και την ανάγκη για βελτίωση της απασχολησιμότητας των κοινωνικών ομάδων που υπέφεραν από τον ρατσισμό. Τελικός σκοπός του έργου ήταν η καταπολέμηση των διακρίσεων μέσω την ενεργούς συμμετοχής όλων των βασικών συντελεστών των μέσων ενημέρωσης. Συγχρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (European Social Fund, ESF) και το ελληνικό κράτος.

## **V. Επαγγελματική Εμπειρία σε Ιδιωτικούς Οργανισμούς**

**Ακαδημαϊκά έτη 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018** Υπεύθυνος και εισηγητής στο Πρόγραμμα Εξειδίκευσης “*Διαφήμιση στα Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης και τις Μηχανές Αναζήτησης*”, του Πανεπιστημίου Μακεδονίας (5 κύκλοι προγραμμάτων). Το πρόγραμμα διοργανώνεται από την Α.Ε. “*Εταιρία Αξιοποίησης & Διαχείρισης της Περιουσίας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών*”.

**Ιούνιος 2013 μέχρι Ιούνιος 2014** Coordinator της Marketing Communication Team του περιοδικού ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ: Η Ελληνική Έκδοση του Columbia Journalism Review.

**11 Ιουλίου 2011 έως 13 Ιουλίου 2012** Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School (υπεύθυνος προγραμμάτων BA(Hons) Business Studies, BA(Hons) Business Management, MBA, Executive Diploma in Marketing, Executive Diploma in Management, Executive Diploma in HRM, Executive Diploma in Health Care Management, Executive Diploma in Journalism, Executive Diploma in Education Management, Executive Diploma in Finance and Banking, Executive Diploma in Accounting, Executive Diploma in SME Management) στο Mediterranean College Θεσσαλονίκης.

**17 Ιουνίου 2004 έως τον Σεπτέμβριο του 2009** Με την επαγγελματική δραστηριότητα του οικονομολόγου, παρείχα συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις, με εξειδίκευση σε θέματα μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Είχα κάνει έναρξη επαγγέλματος στο ΤΕΒΕ (σημερινό ΟΑΕΕ).

**Νοέμβριος 2004 έως 31/10/2006** Εξωτερικός συνεργάτης του Κ.Ε.Κ. ΝΕΦΕΛΗ, που εδρεύει στο Δήμο Αγίου Αθανασίου Δημοτικό Διαμέρισμα Γέφυρας, με σκοπό την εκπόνηση προγράμματος κατάρτισης, με θέμα Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ.

**Κατά το έτος 2002** Πρακτική άσκηση στην Philip Morris Hellas A.E.B.E. στο Τμήμα Μάρκετινγκ.

## **VI. Συμμετοχή σε Επιτροπές και Συντονιστικές Επιτροπές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας**

1. Ήμουν μέλος της Κοσμητείας της Σχολής Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων (<https://www.uom.gr/sba>) για 3 χρόνια.
2. Είμαι μέλος της συντονιστικής επιτροπής του ΠΜΣ στη “Διοίκηση Υπηρεσιών Υγείας” του.
3. Είμαι μέλος της συντονιστικής επιτροπής του ΠΜΣ στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες.
4. Είμαι μέλος της συντονιστικής επιτροπής του ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών.
5. Είμαι μέλος της «Επιτροπής Ηθικής και Δεοντολογίας» του Πανεπιστημίου Μακεδονίας μετά από απόφαση του Πρύτανη «Απόφαση του Πρύτανη του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, που αφορά στη συγκρότηση της Επιτροπής Ηθικής και Δεοντολογίας της Έρευνας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας (Ε.Η.Δ.Ε.)» και την ανάρτηση της πράξης «ΠΡΑΞΗ ΠΟΥ ΑΦΟΡΑ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΟΡΓΑΝΟ - ΕΠΙΤΡΟΠΗ - ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ - ΜΕΛΗ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΟΥ» με «ΑΔΑ: 67ΕΨ469Β7Ι-0ΑΜ» και αριθμό πρωτοκόλλου «5682».
6. Είμαι μέλος της «Επιτροπής επικαιροποίησης Κανονισμών Erasmus» του Πανεπιστημίου Μακεδονίας μετά από απόφαση του Πρύτανη για την «Ανασυγκρότηση Επιτροπής επικαιροποίησης των Κανονισμών Erasmus» και την ανάρτηση της πράξης με «ΑΔΑ:6ΧΨΔ469Β71-Β5Χ» και αριθμό πρωτοκόλλου «3004».
7. Με απόφαση της συνεδρίασης αριθ. 41/13-7-2016 (Θ.15<sup>ο</sup>) της Συνέλευσης Ειδικής Σύθεσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε αναπληρωματικό μέλος της Τριμελούς Επιτροπής για τον έλεγχο των αιτήσεων για ένταξη στο ΠΜΣ στο Μάνατζμεντ Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών για στελέχη, για το ακαδημαϊκό έτος 2016-17.
8. Με απόφαση της συνεδρίασης αριθ. 41/13-7-2016 (Θ.3<sup>ο</sup>) της Συνέλευσης Ειδικής Σύθεσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε αναπληρωματικό μέλος της Τριμελούς Επιτροπής για τον έλεγχο των αιτήσεων για ένταξη στο ΠΜΣ στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες για στελέχη, για το ακαδημαϊκό έτος 2016-17.
9. Με την υπ. αριθμ. 20/11-2-2016 (Θ. 6<sup>ο</sup>) απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε υπεύθυνος της επιτροπής που είναι αρμόδια για τη δημιουργία Ηλεκτρονικού Newsletter του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων.
10. Έχω οριστεί επιβλέπων καθηγητής 47 φοιτητών του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων στο πλαίσιο της Πρακτικής τους Άσκησης.
11. Με την υπ. αριθμ. 4/7-10-2015 (Θ. 2<sup>ο</sup>) απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε μέλος της επιτροπής που είναι αρμόδια για τον έλεγχο δικαιολογητικών των εισαγόμενων-επιτυχόντων αλλοδαπών-αλλογενών και αποφοίτων λυκείων ή αντίστοιχων σχολείων κρατών-μελών της Ε.Ε. μη ελληνικής καταγωγής για το ακαδημαϊκό έτος 2015-2016. Παραμένω μέλος της επιτροπής μέχρι σήμερα, ελέγχοντας τα δικαιολογητικά των εισαγόμενων-επιτυχόντων

αλλοδαπών-αλλογενών και αποφοίτων λυκείων ή αντίστοιχων σχολείων κρατών-μελών της Ε.Ε. μη ελληνικής καταγωγής για το ακαδημαϊκό έτος κάθε χρόνο.

12. Με την υπ. αριθμ. 1/20.09.2018 απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε μέλος Επιτροπής αρμόδιας για τον έλεγχο των προσκομιζόμενων δικαιολογητικών εγγραφής των εισαγομένων στο Τμήμα Ο.Δ.Ε. ακαδημαϊκού έτους 2018-2019 με την κατηγορία των αιτούντων/σων μετεγγραφής. Παραμένω μέλος της επιτροπής μέχρι σήμερα.
13. Με την υπ. αριθμ. 14/18-3-2015 απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε μέλος της ομάδας εργασίας για τη σύνταξη συγκεκριμένης πρότασης για τη δομή και το περιεχόμενο της ιστοσελίδας του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
14. Με την υπ. αριθμ. 8/17-12-2014 (Θ. 8<sup>ο</sup>) απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε μέλος της επιτροπής που είναι αρμόδια για τη δημιουργία Ηλεκτρονικού Newsletter του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων.
15. Με την υπ. αριθμ. 4/30-10-2014 (Θ. 1<sup>ο</sup>) απόφαση της Συνέλευσης του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, ορίστηκε μέλος της επιτροπής που είναι αρμόδια για τον έλεγχο δικαιολογητικών των εισαγόμενων-επιτυχόντων αλλοδαπών-αλλογενών και αποφοίτων λυκείων ή αντίστοιχων σχολείων κρατών-μελών της Ε.Ε. μη ελληνικής καταγωγής για το ακαδημαϊκό έτος 2014-2015.
16. Συμμετείχα στην τριμελή επιτροπή των ακόλουθων διδασκόντων: Κυριάκο Ρίσκο (Α.Π.Θ.) (ολοκλήρωσε το διδακτορικό του επιτυχώς), Μαρία Βουτσά (Α.Π.Θ.) (ολοκλήρωσε το διδακτορικό της επιτυχώς), Κωστούλα Μαργαρίτη (Α.Π.Θ.) (ολοκλήρωσε το διδακτορικό της επιτυχώς) και Ιωάννας Υφαντίδου (Α.Π.Θ.) (ολοκλήρωσε το διδακτορικό της επιτυχώς) και Νικόλαο Ζωγόπουλο (Πα.Μακ.). Ήμουν μέλος της επταμελούς επιτροπής της διδάκτορος Χρυσάνθης Γεωργακάρου (Α.Π.Θ.).
17. Έχω επιβλέψει σε περισσότερες από 100 και έχω συμμετάσχει στην τριμελή επιτροπή σε περισσότερες από 150 πτυχιακές και διπλωματικές εργασίες προπτυχιακού και μεταπτυχιακού επιπέδου στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας και σε άλλα πανεπιστημιακά ιδρύματα (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου και ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης).

## VII. Δημοσιεύσεις σε Διεθνή Ξένα Επιστημονικά Περιοδικά Αξιολογημένες από Κριτές (Σύστημα Κριτών)

*Μετά τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)*

1. Tsiotsou, R.H., **Hatzithomas, L.** and Wetzels, M., 2023. Display advertising: the role of context and advertising appeals from a resistance perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*. (10,179 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2021, 1\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 12,5).

2. Margariti, K., Boutsouki, C., & **Hatzithomas, L.** 2023. A typology of minimal homepage design: the case of global fashion brands. *Visual Communication Quarterly*. (SCImago Q2, Cite score 2021 0,8).
3. Margariti K., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2022), A path to our heart: Visual metaphors and “white” space in advertising aesthetic pleasure, *International Journal of Advertising*. (5,888 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2021, 2\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 7,5).
4. Michaelidou, N, Siamagka, N. T., **Hatzithomas, L.** and Chaput, L. 2022. Femvertising Practices on Social Media: A Comparison of Luxury and Nonluxury Brands, *Journal of Product & Brand Management*. (Impact Factor 4,335, 1\*ABS-2021 και στο SCImago Q1, Cite score 2021 6.2).
5. Radojevic, P., Manic, S., Churlei, E., **Hatzithomas, L.** and Suluburic, A. (2022), Organizational determinants as antecedent factors of export marketing strategy archetypes of agri-food firms: a three country analysis, *British Food Journal*, 124(4), pp. 1400-1418. (3,224 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2021, 1\*ABS-2021, SCImago Q2, Cite score 2021 4.3).
6. Theodorakioglou, F., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C., 2022. The impact of sequential versus simultaneous media exposure on online advertising effectiveness. *Journal of Marketing Communications*, pp.1-17. (1\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 5.5).
7. Riskos, K., **Hatzithomas, L.**, Dekoulou, P. and Tsourvakas, G., 2022. The influence of entertainment, utility and pass time on consumer brand engagement for news media brands: A mediation model. *Journal of Media Business Studies*, 19(1), pp.1-28. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 4.0).
8. Voutsas, M.C., **Hatzithomas, L.**, Tsihla, E. and Boutsouki, C. (2022), Face reading the emotions of gelotophobes toward disparaging humorous advertising, *European Journal of Humour Research*. (SCImago Q1, Cite score 2021 0,8).
9. Riskos, K., Dekoulou, P.E., **Hatzithomas, L.** and Kotzaivazoglou, I., 2022. The impact of nostalgic corporate storytelling on brand heritage: A multiple mediation model. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 17(2). (SCImago Q4, Cite score 2021 0,9).
10. Rotsios, K., Konstantoglou, A., Folinas, D., Fotiadis, T., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C., 2022. Evaluating the use of QR codes on food products. *Sustainability*, 14(8), p.4437. (Impact Factor of 3,889, SCImago Q1, Cite score 2021 5,0).
11. Karagiannis, D., **Hatzithomas, L.**, Fotiadis, T. and Gasteratos, A., 2022. The Impact of Brand Awareness and Country of Origin in the Advertising Effectiveness of Greek Food Products in the United Kingdom: The Case of Greek Yogurt. *Foods*, 11(24), p.4019 (Impact Factor of 5,561, SCImago Q1, Cite score 2021 4,1, PubMed).
12. Ktisti, E., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C., 2022. Green Advertising on Social Media: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 14(21), p.14424 (Impact Factor of 3,889, SCImago Q1, Cite score 2021 5,0).
13. Theodorou A., **Hatzithomas L.**, Fotiadis T., Diamantidi, D., and Gasteratos, A. (2022), The Impact of Covid-19 Pandemic on Online Consumer Behavior: Applying the Theory of Planned Behavior. *Sustainability*. (Impact Factor of 3,889, SCImago Q1, Cite score 2021 5,0).

14. Georgouloupoulos, N., **Hatzithomas**, B., and Boutsouki C. (2022), Quality of Electronic Design Automation Tools, *International Journal of Business Information System*, (1\*ABS-2021, SCImago Q2, Cite score 2021 1,8).
15. **Hatzithomas**, L., Voutsas, M.C., Boutsouki, C. and Zotos, Y., (2021). A superiority–inferiority hypothesis on disparagement humor: The role of disposition toward ridicule. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(4), pp.923-941. (Impact Factor 3,199, 2\*ABS-2021, SCImago Q2, Cite score 2021 4.3).
16. **Hatzithomas** L., Manolopoulou A., Margariti K., Boutsouki C. and Koumpis D. (2021), Metaphors and Body Copy in Online Advertising Effectiveness, *Journal of Promotion Management*. (SCImago Q2, Cite score 2021 4.0).
17. **Hatzithomas**, L., Boutsouki, C., Theodorakioglou, F. and Papadopoulou, E., (2021). The Link between Sustainable Destination Image, Brand Globalness and Consumers' Purchase Intention: A Moderated Mediation Model. *Sustainability*, 13(17), p.9584. (Impact Factor of 3,889, SCImago Q1, Cite score 2021 5,0).
18. Voutsas, M.C., Tsihla, E., **Hatzithomas**, L. and Margariti, K., (2021). Examining consumer responses to YouTube ads through facial expressions and self-reports: the role of gender identity and emotional appeals. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 15(4), pp.368-393. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS-2021, SCImago Q3, Cite score 2021 1,2).
19. Konstantoglou, A., Folinas, D., Fotiadis, T.A., Rallis, S., **Hatzithomas**, L. and Gasteratos, A., (2020). Development of A Holistic Framework for the Key Packaging Elements of Agri-Food Products. *Journal of Engineering Science & Technology Review*, 13(3). (SCImago Q3, Cite score 2021 1,1).
20. Katsikari, C. **Hatzithomas**, L., Fotiadis, T., and Folinas. D. (2020). Push and Pull Travel Motivation: Segmentation of the Greek Market for Social Media Marketing in Tourism, *Sustainability*, 12(11):4770. (Impact Factor of 3,889, SCImago Q1, Cite score 2021 5,0).

**Πριν τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)**

21. Aramendia-Muneta, M.E., Olarte, C., and **Hatzithomas**, L. (2020), Gender stereotypes in original digital video advertising. *Journal of Gender Studies*, 29(4), pp.403-419. (Impact Factor of 2,011, SCImago Q1, Cite score 2021 4,0).
22. Daskalaki, V.V., Voutsas, M.C., Boutsouki, C. and **Hatzithomas**, L., (2020). Service quality, visitor satisfaction and future behavior in the museum sector. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(1), pp.3-8. (Cite score 2021 0,3).
23. Margariti K., Boutsouki C., **Hatzithomas** L. and Zotos Y. (2019), Visual Metaphors in Food Advertising: A cross-cultural study. *Food Research International*, 115, 338-351. (Impact Factor 7,425, SCImago Q1, Cite score 2021 11,1).
24. Tsihla, E., **Hatzithomas**, L., Boutsouki, C. and Zotos, K., (2019). Greek political advertising in retrospect: a longitudinal approach. *Communication Research Reports*, 36(5), pp.404-414, (Emerging Sources Citation Index, SCImago Q1, Cite score 2021 2,5).
25. Margariti, K., Boutsouki, C., and **Hatzithomas**, L. (2019), The dilemma of luxury brand extensions. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(4), pp.305-323. Emerging Sources Citation Index, (Emerging Sources Citation Index, SCImago Q1, Cite score 2021 4,5).

26. **Hatzithomas L.**, Misirlis N., Boutsouki C., and Vlachopoulou M. (2019). Understanding the Role of Personality Traits on Facebook Intensity. *International Journal of Internet Marketing & Advertising*, 13(2), pp.99-119. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS-2021, SCImago Q3, Cite score 2021 1,2).
27. **Hatzithomas L.**, Gkorezis P., Zotou, A, and Tsourvakas, G. (2018), The impact of Atmospherics on WOM about Short-Life-Cycle Products: The Case of Motion Pictures. *Journal of Product & Brand Management*. 27(5), 471-483. (Impact Factor 4,335, 1\*ABS-2021 και στο SCImago Q1, Cite score 2021 6.2).
28. Kotzaivazoglou D., **Hatzithomas L.** and Tsihla E. (2018), Gender Stereotypes in Advertisements for Male Politicians: Longitudinal Evidence from Greece, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(3), 333-352. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS-2021, SCImago Q3, Cite score 2021 2,7).
29. Riskos K, **Hatzithomas L.**, Boutsouki C., and Zotos, Y. (2017). Corporate Facebook Posts in the UK and Greece: A Content Analysis. *International Journal of Internet Marketing & Advertising*, 11(3), 233-251. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS-2021, SCImago Q3, Cite score 2021 1,2).
30. Boutsouki, C., **Hatzithomas L.**, and Gazi A. (2017), Editorial, *International Journal of Technology Marketing*, 12(3). (1\*ABS-2021, SCImago Q3, Cite score 2021 1,2).
31. **Hatzithomas L.**, Fotiadis, T. and Coudounaris, D. (2016). Standardization, Adaptation and Personalization of International Corporate Social Media Communications, *Psychology & Marketing*, 33(12), 1098-1105. (5.507 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index 2021, 3\*ABS, SCImago Q1, Cite score 2021 4,9).
32. **Hatzithomas L.**, Boutsouki, C. and Ziamou, L. (2016). A Longitudinal Analysis of the Changing Roles of Gender in Advertising: A Content Analysis of Super Bowl Commercials, *International Journal of Advertising*, 35(5), 888-906. (5,888 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2021, 2\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 7,5).
33. **Hatzithomas L.**, Boutsouki, C., and Zotos, Y. (2016). The role of economic conditions on humour generation and attitude towards humorous TV commercials. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 29(4), 483-505. (1,288 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index 2021, SCImago Q1, Cite score 2021 1,8).
34. **Hatzithomas L.**, Zotou, A., and Palla, P. (2016). Measuring the impact of Competitive Advertising Environment and Ad-Exposure Time on 3D Posters' Effectiveness. *Journal of Customer Behaviour*, 15(2), 153-172. (1\*ABS-2018).
35. Tsihla, E., **Hatzithomas L.**, and Boutsouki, C. (2016). Gender differences in the interpretation of a Museum's web atmosphere: A Selectivity Hypothesis Approach. *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 563-586. (1\*ABS-2021, SCImago Q1, Cite score 2021 5.5).
36. Chatzithomas, N., Boutsouki, C., **Hatzithomas, L.**, & Zotos, Y. (2014). Social Media Advertising Platforms: A Cross-cultural Study. *International Journal on Strategic Innovative Marketing*, 1(2), 74-90.
37. **Hatzithomas L.**, Zotos Y. and Boutsouki C. (2011). Humor and Cultural Values in Print Advertising: A Cross – Cultural Study, *International Marketing Review*, 28(1). (5,774 Impact



- Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index 2021, 3\*ABS, SCImago Q1, Cite score 2021 7,2).
38. Gkorezis P., **Hatzithomas L.** and Petridou E. (2011). The impact of leader's humor on employees' psychological empowerment: the moderating role of tenure. *Journal of Managerial Issues*, 23(1). (SCImago Q4, Scopus).
  39. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2009). The effects of culture and product type on the use of humor in Greek TV advertising: An application of Speck's Humorous Message Taxonomy. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 31(1): 43-61. (Emerging Sources Citation Index, 1\*ABS, SCImago Q2, Cite score 2021 2,9).
  40. **Hatzithomas L.**, Stamelos I., Fotiadis T. and Mylonakis J. (2007). Quality and effectiveness of ERP – CRM systems: Implications for Information Systems Marketing Strategies. *Journal of Applied Business Research*, 23(3):33-52. (SCImago Q4, Cite score 2021 0,9).
  41. Soubeniotis D., Fotiadis T., Mylonakis J., **Hatzithomas L.** and Vassiliadis C., (2007). The Importance of Facilities in the Success of Integrated Marketing Communication of Hotel Enterprises. *European Journal of Scientific Research*, 17(1), 106-116. (0,74 Impact Factor, Thomson Reuters Social Science Citation Index, 2012, SCImago Q4, Scopus).
  42. Soubeniotis D., **Hatzithomas L.**, Fotiadis T. (2007). The Combination of Marketing and Knowledge Management Strategies in Travel Agencies. *The Cyprus Journal of Sciences*, 5 (Summer): 201-218.
  43. Soubeniotis D., Mylonakis J., Fotiadis T., and **Chatzithomas L.**, Mertzimekis C. (2006). Evaluation of mergers & acquisitions in Greece. *International Research Journal of Finance and Economics*, 2006(4), 92-104. (εμφανίζεται στον κατάλογο Econ-Lit, SCImago Q4, Scopus).
  44. Vassiliadis C., Fotiadis T., **Hatzithomas L.**, Vassiliadis S. (2006). A proposed information system for evaluating 3-D multimedia tourist destinations that shows a high level of realistic representation, *Global Education Journal*, 2006(2). (Cabells).

## VIII. Μονογραφίες – Κεφάλαια σε Βιβλία - Επιμέλειες

**Μετά τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)**

1. Margariti, K., **Hatzithomas, L.**, and Boutsouki, C. 2023. *Implementing eye tracking technology in experimental design studies in food & beverage advertising*, in *Doing consumer research in food science*, Springer Nature.
2. Timamopoulou A., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Voutsas M. (2021), Half a century of Super Bowl commercials: a content analysis of humorous advertising styles, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Vol. XI.
3. Tsihla E., Voutsas M., Margariti K. and **Hatzithomas L.** (2021), Gender Responses to Emotional Appeals in Advertising: Comparing Self-Reports and Facial Expressions, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Vol. XI.

**Πριν τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)**

4. Ζώτος Γ., Ζώτου Α., Κυρούση Α., Μπουτσούκη Χ., Πάλλα Πολυξένη και **Χατζηθωμάς Λ.** (2018). *Διαφήμιση: Σχεδιασμός, Ανάπτυξη και Αποτελεσματικότητα*, University Studio Press, Thessaloniki.
5. Seitel, F.P. (2018). *Δημόσιες Σχέσεις: Θεωρία και Εφαρμογές*. Broken Hill Publishers Ltd, Συνολική Επιμέλεια βιβλίου **Λεωνίδας Χατζηθωμάς**, Επιμέλεια Επιμέρους Κεφαλαίων Ανδρέας Ανδρονικίδης.
6. Voutsas, M., **Hatzithomas L.**, and Boutsouki C. (2018). *Superiority Theory and Disparagement Humor: The Role of Gelotophobia, Gelotophilia, and Katagelasticism*, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Vol. IX, pp. 191-204.
7. Margariti, K. Boutsouki C., and **Hatzithomas L.** (2018). *Less is More or Less is A Bore?*, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Vol. IX., pp. 131-142.
8. Margariti, K. Boutsouki C., **Hatzithomas L.**, and Zotos Y. (2017). *A Typology of Minimalism in Advertising*, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Vol. VIII, σελ. 1-15.
9. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C., Pigadas V., Zotos Y. (2015). *PEER: Looking into Consumer Engagement in e-WOM through Social Media*, *EAA Advances in Advertising Research*, Springer Gabler, Germany, Vol. VI, σελ. 11-24.
10. **Χατζηθωμάς Λ.** (2008). *Το χιούμορ στην Τηλεοπτική Διαφήμιση: Τύποι του Χιούμορ, Κατηγορίες Προϊόντων, Διαφημιστική Αποτελεσματικότητα, Διαμόρφωση Στάσεων και Συναισθημάτων, Ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Στρατηγική Μάρκετινγκ*, Μονογραφία στη σειρά Θέματα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ, University Studio Press, Θεσσαλονίκη.
11. **Χατζηθωμάς Λ.** (2008). *Ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Στρατηγική Μάρκετινγκ (Integrated Marketing Communications)*, κεφάλαιο στο βιβλίο "Διαφήμιση" του κ. Γεώργιου Ζώτου, Εκδοτικός Οίκος University Studio Press, Θεσσαλονίκη, σελ. 55-74.
12. **Χατζηθωμάς Λ.** (2008). *Το Χιούμορ ως Στοιχείο της Συγκινησιακής Έκκλησης στο Μήνυμα*, κεφάλαιο στο βιβλίο "Διαφήμιση" του κ. Γεώργιου Ζώτου, Εκδοτικός Οίκος University Studio Press, Θεσσαλονίκη, σελ. 250-270.
13. Fotiadis, T. H., Vassiliadis, C., **Hatzithomas, L.**, & Gkotszamanis, E. (2005). *An IT approach against brand positioning confusion on hospitality enterprises: The case of Greek hotels*. *Information and Communication Technologies in Tourism 2005*, Εκδοτικός Οίκος Springer Link, 371-382.

## **ΙΧ. Δημοσιεύσεις σε Πρακτικά Διεθνών Συνεδρίων Αξιολογημένες από Κριτές (Σύστημα Κριτών)**

**Μετά τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)**

1. Margariti, K., **Hatzithomas, L.**, Boutsouki, C., and Tsihla, E., 2022. *Luxury brand website design: consumer attitude and behavior through perceived classical/expressive aesthetics and perceived informativeness*, 20th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Prague, Czech Republic.

2. Theodorakioglou, F., **Hatzithomas, L.**, and Boutsouki, C., 2022. *The Influence of Media Exposure Type and 'Fit' among Campaign Ads on Advertising Effectiveness, and the Role of Cognitive Load*, 20th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Prague, Czech Republic.
3. Theodorakioglou, F., **Hatzithomas, L.**, and Boutsouki, C., 2022, *The Effects of Sequential Media Viewing on Advertising Performance and the Role of Cognitive Load*, 26th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Nicosia, Cyprus.
4. Theodorakioglou, L., **Hatzithomas, L.**, and Mouratidis, A., 2022, *Media Multitasking behavior among young population*, 26th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Nicosia, Cyprus.
5. Margariti, K., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C. (2022), *A typology of minimal homepage design: the case of global fashion brands*, 10th International Conference on Contemporary Marketing Issues, 8-10 July, Naxos, Greece.
6. Palla, E., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C. (2022), *Type and emotional tone in negative TripAdvisor reviews: The case of Museums*, 10th International Conference on Contemporary Marketing Issues, 8-10 July, Naxos, Greece.
7. Vlachopoulou, E., **Hatzithomas, L.** and Boutsouki, C. (2022), *Media sharing apps (Instagram, YouTube, Snapchat) via smartphones: something pleasant that easily fills my time*, 10th International Conference on Contemporary Marketing Issues, 8-10 July, Naxos, Greece.
8. Ktisti, E., Hatzithomas, L., Boutsouki, C. and Siamagka N. (2022), *Green Advertising's Impact on Consumers' Attitudes and Purchase Intention: An Application of Prospect Theory*, 10th International Conference on Contemporary Marketing Issues, 8-10 July, Naxos, Greece.
9. Papadopoulou, E., Theodorakioglou, F., **Hatzithomas, L.**, and Boutsouki, C. (2021), *Destination image, familiarity of destination and consumers' attitudes: A moderated mediation model of brand globalness and consumers' global identity*, 10th International Conference on Tourism (ICOT 2020).
10. Theodorakioglou, F., Papadopoulou, E., Boutsouki, C., and **Hatzithomas, L.** (2021), *The interaction of destination image, brand globalness, and ethnocentrism with consumers' purchase intention: A moderated mediation model*, 8th International Conference on Contemporary Marketing issues.

***Πριν τη μονιμοποίηση στη θέση του Επίκουρου Καθηγητή (ΦΕΚ 1802/11-11-2020 τ.Γ)***

11. Voutsas, M., Boutsouki, C., **Hatzithomas, L.**, Tsihla, E. (2019), *Elicited emotions by disparaging humorous ads: The moderating role of gelotophobia, gelotophilia, and katagelasticism*. International Symposium on Consumer Personality in Contemporary Contexts, Thessaloniki, Greece.
12. Tsihla E., Voutsas M., Margariti K. and **Hatzithomas L.**, (2019), *Gender Responses to Emotional Appeals in Advertising: Comparing Self-Reported Measures and Facial Expressions*, 18th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Krems, Austria.
13. Timamopoulou A., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Voutsas M. (2019), *Flashback in humorous advertising styles: a content analysis of Super Bowl advertising over the course of 45 years*, 18<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Krems, Austria.

14. Vasilakou, E., Theodorakioglou, F., **Hatzithomas, L.**, Boutsouki, C., (2019), Self-construals and soft-/hard-sell appeals in purchase intention: The mediating effect of perceived threat to freedom, International Symposium on Consumer Personality in Contemporary Contexts, Thessaloniki, Greece.
15. Margariti, K., Boutsouki, C., and **Hatzithomas, L.** (2019), The effectiveness of "white" space in print advertising: An examination across gender in the Indian market, International Symposium on Consumer Personality in Contemporary Contexts, Thessaloniki, Greece.
16. Margariti, K., Tsihla, E., **Hatzithomas, L.** and Voutsas, M. (2019), Physiological versus Self-report Measures in Emotional Advertising, Considering the Moderating Role of Social Desirability: A Research Agenda, 7th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Heraklion, Crete, Greece, 10- 12 July, 2019.
17. Voutsas, M., Boutsouki, C., **Hatzithomas, L.**, and Tsihla, E. (2019), Gelotophobes, gelotophiles, katagelasticians and their media preferences: A new market's psychographic variable, 7th International Conference on Contemporary Marketing Issues, Heraklion, Crete, Greece, 10- 12 July, 2019.
18. Margariti K., Boutsouki C., Zotos, Y. and **Hatzithomas L.** (2018), Cross Cultural Advertising: Is a Metaphorical, Visual Language Always The Answer?, 17<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Valentia, Spain.
19. Voutsas M., **Hatzithomas L.** and Boutsouki C. (2018), Is this a joke? Disparaging humorous advertising effectiveness through the advertising character's gender, 17<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Valentia, Spain.
20. **Hatzithomas L.**, Tsihla E., Boutsouki C. and Rizou C. (2018), The battle of the sexes: Investigating gender and type of sport in the efficacy of athlete endorsements, 47<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference, At Glasgow, UK.
21. Armiriotti, M., Voutsas M., **Hatzithomas L.** and Boutsouki C. (2018), Sexual Humorous Appeals in Advertising: A Moderated Mediation Approach, 47<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference, At Glasgow, UK.
22. Margariti K., Boutsouki C. and **Hatzithomas L.** (2018), White space: Balancing between something and nothing, 47<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference, At Glasgow, UK.
23. Voutsas M., **Hatzithomas L.** and Boutsouki C. (2017), *Superiority Theory and Disparagement Humor: The Role of Gelotophobia, Gelotophilia and Katagelasticism*, 16<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Ghent, Belgium.
24. Margariti K., Boutsouki C. and **Hatzithomas L.** (2017), *Less is More or Less is Bore?*, 16<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Ghent, Belgium.
25. Tsiotsou, R. and **Hatzithomas, L.** (2017), *Banner Advertising Effectiveness: An Experimental Study*, 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues, At Thessaloniki, Greece.
26. **Hatzithomas L.**, Misirlis, N., Boutsouki, C. and Vlachopoulou M. (2017), *Effects of Personality Traits on Facebook Use*, 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues, At Thessaloniki, Greece.

27. Kitsos M., **Hatzithomas L.** and Boutsouki C. (2017), *The Indirect Effect of Brand Involvement on Brand Loyalty: The Mediating Role of Consumer Engagement and Satisfaction*, 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues, At Thessaloniki, Greece.
28. Demetriou, P., Dekoulou, E. and **Hatzithomas L.** (2017), *The Impact of Storytelling on Consumer Responses: An Experimental Study*, 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues, At Thessaloniki, Greece.
29. Voutsas M., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C., Zotos Y., (2016), "How funny is it? Gelotophilia, Katagelasticism and Disparagement Humor", *International Conference on Research in Advertising (ICORIA)*, June 30th to July 2nd Ljubljana, Slovenia
30. Margariti K., Boutsouki C., **Hatzithomas L.** and Zotos Y. (2016). *A Typology of Minimalism in Advertising*, 15<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Ljubljana, Slovenia.
31. Mouratidis A., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Vlachopoulou M. (2016). *How to write Facebook posts for a global brand*, 4<sup>th</sup> International Conference on Contemporary Marketing Issues, Heraklion Crete, Greece.
32. Yfantidou I., **Hatzithomas L.**, and Tsourvakas G. (2016). *International green advertising practices: A longitudinal study of Clio award winning advertisements*, 4<sup>th</sup> International Conference on Contemporary Marketing Issues, Heraklion, Crete, Greece.
33. **Hatzithomas L.**, Manolopoulou A. and Boutsouki C. (2016). *Visual Metaphors in Online Advertising: The Role of Hard-Sell versus Soft-Sell Advertising Copy*, 45<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference, At Oslo, Norway.
34. Tsihla, E., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos K. (2016). *In Good Times and Bad Times... A Longitudinal Analysis of Greek Election Campaigns*, 45<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference, At Oslo, Norway.
35. Boutsouki C., **Hatzithomas L.**, Ziamou P., and Gkotsampougiouki M. (2015). *A cross-cultural analysis of message content in corporate Facebook posts: Message strategies and consumer response*, EAA's 14<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), London, UK.
36. **Hatzithomas L.**, Evagorou R., Boutsouki C., and Zotos Y. (2015). *Guilt appeals in social ads: experimenting with Google AdWords*, 44<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy, Leuven, Belgium.
37. Margariti K., Boutsouki C., **Hatzithomas L.** (2015). *Mass marketing strategies: do they affect consumers' perception towards luxury branding?*, 3<sup>th</sup> International Conference on Contemporary Marketing Issues, London, UK.
38. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C., and Zotos Y. (2014). *The Role of Economic Conditions on the Effectiveness of Greek Humorous TV Advertising*, EAA's 13<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Amsterdam, Netherlands, (**Among the five nominees for the best paper award**).
39. **Hatzithomas L.**, Pigadas V., Boutsouki C., and Zotos Y. (2014). *A Model for Consumer Engagement in eWOM via Social Media*, EAA's 13<sup>th</sup> International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Amsterdam, Netherlands.

40. Hatzithomas N., **Hatzithomas L.**, and Boutsouki C. (2012). *Social Media Advertising Platforms: A Cross-cultural Study*, 10<sup>th</sup> World Media Economics and Management Conference, Thessaloniki, Greece.
41. Vlachopoulou E., Boutsouki C., **Hatzithomas L.** (2012). *Teenagers and Social Media: The effect of personality, brand loyalty and peer group pressure*, International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi).
42. Tsihla E., **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2011). *The Mediating Effect of Brand Personality on the Relationship between Online Atmospheric and Attitudes toward the Site*, 40<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Ljubljana, Slovenia.
43. **Hatzithomas L.**, Outra E., Zotos Y. and Boutsouki C. (2011). *Is Humor a Countercyclical Advertising Strategy?* 15<sup>th</sup> International Corporate and Marketing Communications Conference (CMC), Athens, Greece.
44. Tsihla E., **Hatzithomas L.**, and Boutsouki C. (2011). *Gender differences in the interpretation of a Museum's web atmosphere: A selectivity hypothesis approach*, 15<sup>th</sup> International Corporate and Marketing Communications Conference (CMC), Athens, Greece.
45. **Hatzithomas L.**, Outra E. and Zotos Y. (2010). *Postmodern Advertising: A Longitudinal Study of Super Bowl Commercials*, 39<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Copenhagen, Denmark.
46. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2009). *Cognitive Processing and Retrieval of Humorous Advertising Cues: Synergy between Print Advertising and Packaging*, 38<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Nantes, France.
47. Palla P. and **Hatzithomas L.** (2009). *Is Website Interactivity Always an Advantageous Construct?*, 2<sup>nd</sup> Biennial International Conference on Services Marketing, Thessaloniki, Greece.
48. **Hatzithomas L.**, Stamelos I., Antoniadis I. and Fotiadis T. (2009). *On the Success of ERP systems: A Comparative study between Open Source and Commercial Systems*, 4<sup>th</sup> Balkan Conference in Informatics (BCI 2009), Thessaloniki, Greece.
49. Gkorezis P., **Hatzithomas L.** and Petridou E. (2009). *Humor as a Moderator of the Relationship between Leader-Member Exchange and Employee's Psychological Empowerment*, Conference of International Academy of Management and Business (IAMB), Constantinople, Turkey.
50. **Hatzithomas L.** (2008). *Humor as an Advertising Retrieval Cue: A Research Agenda*, 7<sup>th</sup> International Conference of Research in Advertising, Antwerp, Belgium.
51. Palla K.P., **Hatzithomas L.** and Zotos Y.A., (2008). *Competitive Interference and Effectiveness of 3D Billboards: An Experimental Approach*, EAA's 7<sup>th</sup> International Conference of Research in Advertising, Antwerp, Belgium.
52. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2008). *Humorous Message Taxonomy: exploring the role of the various humor types on advertising*, 37<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC), Brighton, UK.

53. Zotou Y. A., **Hatzithomas L.**, and Palla K. P. (2008). *The Effects of 3D Billboards on Consumers' Attention and Awareness*, 13<sup>th</sup> International Corporate and Marketing Communications Conference (CMC), Ljubljana, Slovenia.
54. **Hatzithomas L.**, Zotou A., Tsourvakas G., Koutsia N. (2007). *Motion Picture as a "Total-Product": The Effect of Movie Theater Atmospherics on the Word of Mouth for Motion Pictures*, 10<sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development, Proceedings, Competitive paper, Washington, USA. (Η περίληψη της εργασίας δημοσιεύτηκε στο περιοδικό Journal of Macromarketing, 27(4), 426-427).
55. **Hatzithomas L.**, Boutsouki C. and Zotos Y. (2007). *A Cross-Cultural Analysis of Humorous Print Advertising in the UK and Greece*, 10<sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development, Proceedings, Washington, USA. (Η περίληψη της εργασίας δημοσιεύτηκε στο περιοδικό Journal of Macromarketing, 27(4), 432).
56. **Hatzithomas L.**, & Fotiadis, T. (2007). *The success of ERP systems: A comparative study between open source and commercial systems*. 8<sup>th</sup> HERCMA 2007 Conference, Athens, Greece, 2008.
57. **Hatzithomas L.** and Stamelos I. (2006). *Enterprise Resource Planning" and "Customer Relationship Management" systems Success: An application of Delone and McLean's model*, 10<sup>th</sup> International Conference of the Economic Society of Thessaloniki, Thessaloniki, Greece.
58. **Hatzithomas L.**, and Boutsouki C., (2006). *Types of humour in advertising*, 35<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (**EMAC**), Athens.
59. **Hatzithomas L.**, and Tsourvakas G. (2006). *Stimulus – schema incongruity and humorous advertising effectiveness. The role of Integrated Marketing Communications*, 35<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (**EMAC**), Athens.
60. Soubeniotis D., **Hatzithomas L.**, Fotiadis T. and Vasiliadis C. (2005). *The importance of facilities in the success of integrated marketing communication of hotel enterprises*, 9<sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development, Proceedings, Competitive paper, Thessaloniki, Greece. (Η περίληψη της εργασίας δημοσιεύτηκε στο περιοδικό Journal of Macromarketing, 25(2), 264).
61. Fotiadis T., Vassiliadis C., **Hatzithomas L.** and Gkotszamanis E. (2005). *An IT approach against brand positioning confusion on hospitality enterprises: The case of Greek Hotels*, Information and Communication Technologies in Tourism 2005, ENTER 11, Competitive paper, Innsbruck, Austria, 371-382.
62. Vassiliadis C., Fotiadis T., **Hatzithomas L.**, Vassiliadis S. (2005). *A proposed information system for evaluating 3-D multimedia tourist destinations that shows a high level of realistic representation*, Information and Communication Technologies in Tourism 2005, ENTER 11, Work in Progress, Innsbruck, Austria.
63. Fotiadis T, Haramis G., Vassiliadis C., **Hatzithomas L.** and Gkotszamanis E. (2004). *A Case Studies' approach on Marketing High Technology products; Application of an innovative decision making procedure about new high tech products and their introduction into the highly uncertain, turbulent environment of the market, through a strategic-systemic approach of operational intradepartmental coexistence and cooperation*, 8<sup>th</sup> International Workshop on Teamworking, EIASM, proceedings, Work in Progress, Trier, Germany.

## **X. Δημοσιεύσεις σε Ελληνικά Επιστημονικά Περιοδικά Αξιολογημένες από Κριτές (Σύστημα Κριτών)**

1. Τσουρβάκας Γ., Βεγλής Α., Εμμανουηλίδης Χ. και **Χατζηθωμάς Λ.** (2007). Μελέτη της λειτουργίας της “διαφήμισης στόμα με στόμα” στη βιομηχανία του κινηματογράφου, *Τριμηνιαία Επιθεώρηση της Ελληνικής Ακαδημίας Διοίκησης Επιχειρήσεων*, 5(1), 24-38.
2. **Χατζηθωμάς Λ.**, Κουτσιά Ν., Φωτιάδης Θ. και Τσουρβάκας Γ. (2006). Η επίδραση των Σχεδιαστικών – Κατασκευαστικών Στοιχείων των κινηματογραφικών αιθουσών στην ψυχολογία του θεατή: Μια προσέγγιση του Ολοκληρωμένου Μάρκετινγκ Επικοινωνιών, *Τριμηνιαία Επιθεώρηση της Ελληνικής Ακαδημίας Διοίκησης Επιχειρήσεων*, 4(1), 18-30.
3. **Χατζηθωμάς Λ.**, Κουτσιά Ν., Σουμπενιώτης Δ, και Φωτιάδης Θ. (2005). Η Περιβαλλοντική Συνείδηση των Καταναλωτών και η Επίδραση της στην Αγοραστική τους Συμπεριφορά, *Τριμηνιαία Επιθεώρηση της Ελληνικής Ακαδημίας Διοίκησης Επιχειρήσεων*, 3(1), 42-53.
4. Βασιλειάδης Χ., Φωτιάδης Θ. και **Χατζηθωμάς Λ.** (2004). Η χρήση του Εσωτερικού Μάρκετινγκ και των τεχνολογιών πληροφορίας με σκοπό την επίτευξη της Ολοκληρωμένης Μάρκετινγκ Επικοινωνίας, *Τριμηνιαία Επιθεώρηση της Ελληνικής Ακαδημίας Διοίκησης Επιχειρήσεων*, 2(2/3), 33-43.

## **XI. Δημοσιεύσεις σε Πρακτικά Ελληνικών Συνεδρίων Αξιολογημένες από Κριτές (Σύστημα Κριτών)**

1. Πετράς, Β. και **Χατζηθωμάς, Λ.** (2016). *Τεχνολογική Παιδαγωγική Γνώση Περιεχομένου: ένα θεωρητικό πλαίσιο για την ένταξη των νέων τεχνολογιών στην εκπαίδευση*, 1ο Συνέδριο του Τομέα Παιδαγωγικής της Φιλοσοφικής Σχολής του Α.Π.Θ. με θέμα: «Επιστημολογικά και μεθοδολογικά ζητήματα της Επιστήμης της Αγωγής», Θεσσαλονίκη.
2. Πετράς, Β. και **Χατζηθωμάς, Λ.** (2015). *Διδάσκοντας με την τεχνολογία: Διερεύνηση της Τεχνολογικής Παιδαγωγικής Γνώσης Περιεχομένου*, 2nd International Conference in Reemagining Schooling. Thessaloniki, Greece.
3. Κατσιαδάκης Ν., Μπίμπη Μ., **Χατζηθωμάς Λ.** (2006). *Διαχείριση γνώσης σε επιχειρήσεις και φορείς της Ελλάδας*, 3<sup>ο</sup> Φοιτητικό Συνέδριο Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας.
4. Σουμπενιώτης Δ., **Χατζηθωμάς Λ.**, Φωτιάδης Θ. (2005). *Η χρήση της φανεράς γνώσης για την άσκηση πολιτικών Database Marketing στα τουριστικά γραφεία*, Εθνικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρίας Συστημικών Μελετών, Τρίπολη, Ελλάδα.
5. Κατσιαδάκης Ν., Μπίμπη Μ., **Χατζηθωμάς Λ.** (2005). *Διαχείριση γνώσης σε επιχειρήσεις και φορείς της Ελλάδας*, Εθνικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρίας Συστημικών Μελετών, Τρίπολη, Ελλάδα.

## **XII. Συμμετοχή με Ανακοίνωση σε Συνέδρια και Ημερίδες που ΔΕΝ έχουν το Σύστημα Κριτών**

1. **Χατζηθωμάς Λ.** (2014), *Nation branding και η σημασία του στον ελληνικό τουρισμό*, Ομιλία σε Ημερίδα του Γραφείου Διασύνδεσης του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.



2. **Χατζηθωμάς Λ.** (2012), *Humor as an educational tool & Dissertation*. 1ο Ετήσιο Συνέδριο Διδασκαλίας & Μάθησης, Mediterranean College, Σάββατο 28 Ιανουαρίου 2012, Θεσσαλονίκη.
3. **Χατζηθωμάς Λ.** (2012), *Πώς γράφουμε μία ακαδημαϊκή εργασία*. Ομιλία στο ΙΕΚ για την προσέλκυση φοιτητών στο Κολλέγιο, Ημερίδα στο ΙΕΚ Ξυνή.
4. **Χατζηθωμάς Λ.** (2009), *Μετανεωτερικότητα και Σύγχρονη Διαφήμιση*, Ημερίδα στο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.
5. **Χατζηθωμάς Λ.** (2009), *Η Διαφήμιση στο Σύγχρονο Επικοινωνιακό Περιβάλλον*, Διημερίδα Ξενογλωσσης Εκπαίδευσης, Φροντιστήρια Palso, Θεσσαλονίκη.
6. **Χατζηθωμάς Λ.** (2009), *Σχολείο Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, Σχολή Διοίκησης Επιτελών, Στρατόπεδο Νταλίπη, Θεσσαλονίκη.
7. **Χατζηθωμάς Λ.** (2008), *Η Διαφήμιση και το Σύγχρονο Μάρκετινγκ*, Ημερίδα στο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.
8. **Χατζηθωμάς Λ.** (2007), *Το Χιούμορ στη Διαφήμιση ενός Νέου Προϊόντος*, Διάλεξη στο Τμήμα Μάρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Έδεσσα.
9. **Χατζηθωμάς Λ.** (2006), *Γελασμένοι από τις Διαφημίσεις*, Σεμινάριο Αγωγής Υγείας, Κολλημένοι στη Ζωή, Θεσσαλονίκη.
10. **Χατζηθωμάς Λ.** και Βασιλόπουλος Θ. (2002), *Η γνώση και η έρευνα, απαραίτητα συστατικά στοιχεία για μια καινοτομική και επιχειρηματικά επιτυχημένη δραστηριοποίηση στο Internet*, Money Show.

### **XIII. Επιστημονικές Εργασίες που Βρίσκονται σε Διαδικασία Κρίσης**

1. Theodorakioglou, F., **Hatzithomas L.**, Margariti K. and Boutsouki C. *Cross-media advertising strategies and brand attitude: The role of cognitive load*, Υποβλήθηκε προς αξιολόγηση στο International Journal of Advertising και βρίσκεται στη δεύτερη φάση αξιολόγησης.

### **XIV. Άρθρα σε Εφημερίδες**

- **Χατζηθωμάς Λ.**, Φωτιάδης Θ., Σταμέλος, Ι. (2006) Ιδιαιτερότητες στην εφαρμογή των ERP συστημάτων στις επιχειρήσεις, Εφημερίδα ΕΞΠΡΕΣ.

### **XV. Αναφορές στο Έργο**

Σύμφωνα με το scholar.google.com έχουν γίνει 913 αναφορές στο επιστημονικό μου έργο (από τις οποίες 12 αυτοαναφορές) και έχω H Index 14.

### **XVI. Μέλος σε Editorial Boards και Ad Hoc Κριτής σε Διεθνή Ακαδημαϊκά Περιοδικά**

#### **Editorial Boards – Guest Editor - Reviewer**

1. Συμμετέχω στο Editorial Review Board του επιστημονικού περιοδικού Nordic Journal of Tourism.

## Special Issues – Guest Editor

1. Humor in Business, *Frontiers in Psychology* (<https://www.frontiersin.org/research-topics/30572/humor-in-business>) σε εξέλιξη
2. Topical Collection "Advertising and Sustainable Development", *Sustainability*, [https://www.mdpi.com/journal/sustainability/topical\\_collections/advertising\\_sustainable\\_development](https://www.mdpi.com/journal/sustainability/topical_collections/advertising_sustainable_development) σε εξέλιξη
3. Special Issue on: Marketing Communications Technology Revisited: Its Future and Applications, *International Journal of Technology Marketing*, <https://www.inderscience.com/info/inarticletoc.php?jcode=ijtmkt&year=2017&vol=12&issue=4> ολοκληρώθηκε

## Ad Hoc κριτής Διεθνών Ακαδημαϊκών Περιοδικών

1. *International Journal of Advertising*. Έχω αξιολογήσει 36 papers. Best Reviewer Award 2019. (Impact Factor 5,888)
2. *Journal of Advertising*. Έχω αξιολογήσει 4 papers. (Impact Factor 6,528)
3. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*
4. *European Journal of Marketing*. Έχω αξιολογήσει 8 papers. (Impact Factor 5,181)
5. *Journal of Consumer Behaviour*. Έχω αξιολογήσει 8 papers. (Impact Factor 3,199)
6. *International Journal of Consumer Studies*. (Impact Factor 7,096)
7. *Journal of Product & Brand Management*. Έχω αξιολογήσει πάνω από 10 papers (Impact Factor 4,335)
8. *Journal of Brand Management* (Impact Factor 4,350)
9. *Journal of Marketing Communications*. Έχω αξιολογήσει 6 papers.
10. *International Journal of Retail and Distribution Management* (Impact Factor 4,743)
11. *Online Information Review*. Έχω αξιολογήσει 4 papers. (Impact Factor 2,901)
12. *Journal of Services Marketing*. Έχω αξιολογήσει 4 papers. (Impact Factor 5,246)
13. *Journal of Service Theory & Practice* (Impact Factor 4,545)
14. *Journal of Sustainable Tourism* (Impact Factor 9,470)
15. *Journal of Business-to-Business Marketing* (Impact Factor 3,045)
16. *Journal of Fashion Marketing and Management* (Impact Factor 4,184)
17. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*
18. *Journal of Promotion Management*
19. *Frontiers in Psychology*. Έχω αξιολογήσει πάνω από 15 papers. (Impact Factor 4,232)
20. *Psychological Reports* (Impact Factor 1,789)
21. *Cogent Business & Management*
22. *Sage Open* (Impact Factor 2,032)
23. *Sustainability*. Έχω αξιολογήσει 11 papers. (Impact Factor 3,889)
24. *Heliyon* (Impact Factor 3,776)
25. *BMC Health Services Research*. Έχω αξιολογήσει 2 papers. (Impact Factor 2,908)
26. *EuroMed Journal of Business*
27. *The European Journal of Humor Research*.
28. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*
29. *European Marketing Academy Conference 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 & 2019*.
30. *International Conference on Corporate and Marketing Communications 2011*.
31. κ.ά.

## Εξωτερικός κριτής διδακτορικών και ερ. Προγραμμάτων του εξωτερικού

1. 2022 Deakin University, External Examiner of a thesis for the degree of Doctor of Philosophy (Psychology), Victoria Australia.

2. 2021 Evaluator of a research Project on “gender identities in Czechoslovak advertisements”, Czech Science Foundation, Czech Republic.
3. 2019 Universidad de La Rioja, External Examiner of a Thesis for the degree of Doctor of Philosophy (Marketing), Logroño, La Rioja, Spain.

## **XVII. Διοργάνωση Συνεδρίων, Ημερίδων και Εργαστηρίων**

- 27 Νοεμβρίου 2017** Ως Επίκουρος Καθηγητής τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με την Καθηγήτρια Ροδούλα Τσιότσου και τον Καθηγητή Ιωάννη Χατζηδημητρίου την ημερίδα “Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ στην Εξωστρέφεια και Διεθνοποίηση των Ελληνικών Επιχειρήσεων”.
- 27 Νοεμβρίου 2017** Ως Επίκουρος Καθηγητής τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με την Καθηγήτρια Ροδούλα Τσιότσου και τον Καθηγητή Ιωάννη Χατζηδημητρίου την ημερίδα “Η αξία του Μάρκετινγκ για τους μηχανικούς: Market-ing + Market-Eng= Market-win”, σε συνεργασία με το ΤΕΕ, Τμήμα Κεντρικής Μακεδονίας.
- 21 Μαΐου 2016** Ως Λέκτορας τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με τον Αναπληρωτή Καθηγητή Ανδρέα Ανδρονικίδη και τη Λέκτορα Βασιλική Γρούγιου την ημερίδα “Viral Marketing: How to Go Viral in 2016”, της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ.
- 23 Μαΐου 2016** Ως Λέκτορας τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με την Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ροδούλα Τσιότσου την ημερίδα “Το Σύγχρονο Μάρκετινγκ στις Επιχειρήσεις: Καινοτομίες, Τεχνολογίες, Στρατηγικές” του εργαστηρίου μάρκετινγκ MarLab.
- Μάιος 2015** Ως Λέκτορας τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με τον Αναπληρωτή Καθηγητή Χρήστο Βασιλειάδη και τον Αναπληρωτή Καθηγητή Ανδρέα Ανδρονικίδη την ημερίδα “Integrated Marketing Communications: Η τέχνη να μιλάς με μία συνεπή & ξεχωριστή φωνή στους πελάτες”, της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ.
- Μάιος 2015** Ως Λέκτορας τους Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, διοργάνωσα μαζί με την Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Ροδούλα Τσιότσου την ημερίδα “Κοινωνικά Δίκτυα: Ο Νέος Κόσμος της Διαφήμισης”.
- Μάιος 2012** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα την ημερίδα «Stata για Οικονομολόγους».
- Φεβρουάριος 2012** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα την ημερίδα «Τα Κοινωνικά Δίκτυα και οι Χρήστες τους: Όψεις της Ελληνικής Πραγματικότητας».
- Ιανουάριος 2012** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα εργαστηριακό σεμινάριο με θέμα “Εκμάθηση του προγράμματος SAP Business One: Το ERP για τη Μικρομεσαία επιχείρηση”.
- Ιανουάριος 2012** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο

Mediterranean College, διοργάνωσα την ημερίδα «SAP Customer Relationship Management».

- Δεκέμβριος 2011** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα την Ημερίδα “Η επιχειρηματικότητα ως λύση στην κρίση”.
- Δεκέμβριος 2011** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα την Ημερίδα “Η πορνογραφικοποίηση της κουλτούρας και η αντιφεμινιστική κρίση”.
- Σεπτέμβριος 2011** Ως Υπεύθυνος Μάρκετινγκ και Programme Leader του Business School στο Mediterranean College, διοργάνωσα την Ημερίδα “Marketing Καλλιτεχνικών Προϊόντων”.
- 2006** Συνέβαλα στη διοργάνωση του διαγωνισμού Crash Fest στο πλαίσιο της συνεργασίας μου με το Τμήμα Κινηματογράφου του Α.Π.Θ.
- 8-13 Ιουνίου 2005** Συνέβαλα στη διοργάνωση του 9<sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development (ICMD). Το συνέδριο οργανώθηκε από το Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης.
- 7 Νοεμβρίου 2002** Συνέβαλα ως υπεύθυνος του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών στη διοργάνωση της εσπερίδας “Συναισθηματική Νοημοσύνη στην Ανάπτυξη της Καριέρας”. Τμήμα φοιτητών του Ελληνικού Ινστιτούτου Management Ανθρωπίνων Πόρων της Ελληνικής Εταιρίας Διοίκησης Επιχειρήσεων Μακεδονίας.

## **XVIII. Επιτυχίες - Βραβεία**

- 2022** Don E. Schultz Best competitive paper award, 26th International Conference on Corporate and Marketing Communications
- 2021** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Aramendia-Muneta, M.E., Olarte-Pascual, C., & Hatzithomas, L. (2020). Gender stereotypes in original digital video advertising. *Journal of Gender Studies*, 29(4), 413-419.
- 2021** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Katsikari, C., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., & Folinas, D. (2020). Push and pull travel motivation: Segmentation of the greek market for social media marketing in tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11), 4770.
- 2020** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Margariti, K., Boutsouki, C., Hatzithomas, L., & Zotos, Y. (2019). Visual metaphors in food advertising: A cross-cultural study. *Food Research International*, 115, 338-351.
- 2020** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Tsihla, E., Hatzithomas, L., Boutsouki, C., & Zotos, K. (2019). Greek political advertising in retrospect: a longitudinal approach. *Communication Research Reports*, 36(5), 404-414.

- 2020** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Margariti, K., Boutsouki, C., & Hatzithomas L. (2019). The dilemma of luxury brand extensions. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(4), 305-323.
- 2020** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Hatzithomas, L., Gkorezis, P., Zotou, A.Y., & Tsourvakas, G. (2018). The impact of atmospherics on WOM about short life-cycle products: the case of motion pictures. *Journal of Product and Brand Management*, 27, 471-483.
- 2019** Διακρίθηκε με το Best Reviewer Award για το International Journal of Advertising κατά τη διάρκεια του Gala Dinner του Συνεδρίου International Conference on Research in Advertising.
- 2019** Διακρίθηκε με το τρίτο βραβείο άριστης διδασκαλίας για τη διδασκαλία του μαθήματος «Προβολή και Διαφήμιση» στο ΔΠΜΣ στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων» του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
- 2019** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Hatzithomas, L., Fotiadis, T.A., and Coudounaris, D.N. (2016). Standardization, Adaptation, and Personalization of International Corporate Social Media Communications. *Psychology and Marketing*, 33, 1098-1105.
- 2019** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Hatzithomas, L., Boutsouki, C., and Ziamou, P. (2016). A longitudinal analysis of the changing roles of gender in advertising: A content analysis of Super Bowl commercials. *International Journal of Advertising*, 35, 888-906.
- 2019** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Hatzithomas, L., Boutsouki, C., and Zotos, Y. (2016). The role of economic conditions on humor generation and attitude towards humorous TV commercials. *Humor*, 29, 483-505.
- 2019** Διακρίθηκε με ερευνητικό βραβείο και αντίστοιχο χρηματικό έπαθλο από τον ΕΛΚΕ του Πανεπιστημίου Μακεδονίας για τη δημοσίευση του άρθρου: Tsihla, E., Hatzithomas, L., and Boutsouki, C. (2016). Gender differences in the interpretation of web atmospherics: A selectivity hypothesis approach. *Journal of Marketing Communications*, 22, 563-586.
- 2017** Διακρίθηκε με το δεύτερο βραβείο άριστης διδασκαλίας για τη διδασκαλία του μαθήματος «Προβολή και Διαφήμιση» στο ΔΠΜΣ στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων» του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.
- 2015** Chairman στο Session: Advertising, Promotion and Marketing Communications: Smile and Cry and the World Smiles and Cries with you: The Impact of Emotions on Evaluations, Behavior and Preferences στο 44ο EMAC, Leuven, Belgium.
- 2014** Η εργασία μου "Hatzithomas L., Boutsouki C., and Zotos Y. (2014), *The Role of Economic Conditions on the Effectiveness of Greek Humorous TV Advertising*"

αναδείχθηκε μεταξύ των 5 καλύτερων εργασιών του διεθνούς συνεδρίου EAA's 13th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Amsterdam, Netherlands.

- 2011** Υποτροφία Αριστείας της Επιτροπής Ερευνών του Α.Π.Θ. Η υποτροφία ενισχύει έναν υποψήφιο μεταδιδάκτορα σε κάθε Τμήμα του Α.Π.Θ. βάσει του συνολικού επιστημονικού του έργου, κατά τη διάρκεια εκπόνησης της διδακτορικής του διατριβής.
- 2010** Chairman στο Session: Advertising, Promotion and Marketing Communications: Effectiveness and Creativity στο 39<sup>ο</sup> EMAC, Copenhagen, Denmark.
- 2007** Υποτροφία Αριστείας της Επιτροπής Ερευνών του Α.Π.Θ. Η υποτροφία ενισχύει έναν υποψήφιο διδάκτορα σε κάθε Τμήμα του Α.Π.Θ. βάσει του συνολικού επιστημονικού του έργου, κατά τη διάρκεια εκπόνησης της διδακτορικής του διατριβής.
- Ιούνιος 2004** Τελείωσα πρώτος στη σειρά μου συγκεντρώνοντας την υψηλότερη βαθμολογία (9,55) στο Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πληροφορική και Διοίκηση του Α.Π.Θ.
- Μάιος 2003** Διακρίθηκα με το τρίτο (3<sup>ο</sup>) βραβείο για τη συμμετοχή μου στον Πανελλήνιο Διαγωνισμό “Βραβεία Μάρκετινγκ της Philip Morris”.
- Οκτώβριος 2002-Ιανουάριος 2003** Υπεύθυνος Σχολής Νομικών Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών, για το Ινστιτούτο Management Ανθρωπίνων Πόρων.
- Ιούνιος 2002** Βραβεύθηκα από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο (Αντιπρύτανη Ιωάννη Αντωνόπουλο) και τη Philip Morris για την επιτυχημένη παρουσία μου στο Διαγωνισμό “Βραβεία Μάρκετινγκ της Philip Morris”
- Μάιος 2002** Διακρίθηκα με το δεύτερο (2<sup>ο</sup>) βραβείο για τη συμμετοχή μου στον Πανελλήνιο Διαγωνισμό “Βραβεία Μάρκετινγκ της Philip Morris”.

## **XIX. Παρακολούθηση Συνεδρίων / Ημερίδων**

- Ιούνιος 2019** EAA's 18th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Krems, Austria.
- Μάιος 2018** 47<sup>th</sup> European Marketing Academy Conference (EMAC), Glasgow, UK.
- Ιούνιος 2017** 5<sup>th</sup> International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM), Thessaloniki, Greece.
- Μάιος 2016** 45<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Oslo, Norway.
- Ιούνιος 2015** EAA's 14th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), London, UK.
- Μάιος 2015** 44<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Leuven, Belgium.

<b>Ιούνιος 2014</b>	EAA's 13th International Conference on Research in Advertising (ICORIA), Amsterdam, Netherlands.
<b>Μάιος 2012</b>	World Media Economics and Management Conference, Thessaloniki, Greece. Thessaloniki, Greece.
<b>Μάιος 2011</b>	International Corporate and Marketing Communications Conference (CMC), Athens, Greece.
<b>Ιούνιος 2010</b>	39 <sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Copenhagen, Denmark.
<b>Νοέμβριος 2009</b>	2 <sup>nd</sup> Biennial International Conference on Services Marketing, Thessaloniki, Greece.
<b>Οκτώβριος 2009</b>	2 <sup>nd</sup> Conference of International Academy of Management and Business (IAMB), Constantinople, Turkey.
<b>Μάιος 2009</b>	38 <sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Nantes, France.
<b>Ιούνιος 2008</b>	8 <sup>th</sup> International Conference of Research in Advertising (ICORIA). Antwerp, Belgium.
<b>Μάιος 2008</b>	37 <sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Brighton, UK.
<b>Ιούνιος 2007</b>	10 <sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development, Washington D.C., USA.
<b>9-11 Νοεμβρίου 2006</b>	10 <sup>th</sup> International Conference of the Economic Society of Thessaloniki.
<b>23-26 Μαΐου 2006</b>	35 <sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC). Αθήνα.
<b>8-11 Ιουνίου 2005</b>	9 <sup>th</sup> International Conference on Marketing and Development, Θεσσαλονίκη.
<b>12-14 Μαΐου 2005</b>	Εθνικό Συνέδριο Ελληνικής Εταιρίας Συστημικών Μελετών, “Συστήματα Διαχείρισης Γνώσης και Διακυβέρνησης”, Τρίπολη.
<b>2005</b>	<p>Παρακολούθηση εκπαιδευτικού προγράμματος διάρκειας 60 ωρών με θέμα: “Ευρωπαϊκές Περιβαλλοντικές Πολιτικές και Διασυννοριακότητα” Στα πλαίσια της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Interreg IIIA/ Phare CBC Ελλάδα-Βουλγαρία- Μέτρο Ανθρώπινοι Πόροι &amp; Προώθηση της Απασχόλησης – Έργο Διασυννοριακά Προγράμματα Κατάρτισης Στελεχών Δημόσιας Διοίκησης Ανατολικής Μακεδονίας &amp; Θράκης.</p> <p>Επιπρόσθετα, από το 2001 μέχρι σήμερα, παρακολούθησα περισσότερα από 60 συνέδρια και ημερίδες που αφορούσαν στο Μάρκετινγκ και τη Διαφήμιση.</p>

## **XX. Μέλος Επιστημονικών Εταιριών**

<b>Από το 2010</b>	Μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ
<b>Από το 2010</b>	Μέλος Ινστιτούτου Επικοινωνίας
<b>Από το 2008</b>	Μέλος European Advertising Academy
<b>Από το 2006</b>	Μέλος European Marketing Academy
<b>Ιανουάριος 2006 έως σήμερα</b>	Άδεια Φοροτεχνικού Λογιστή του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας.
<b>Ιούλιος 2004 έως σήμερα</b>	Μέλος του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, Τμήμα Κεντρικής Μακεδονίας.
<b>2002</b>	Μέλος του Ινστιτούτου Management Ανθρωπίνων Πόρων.

## **XXI. Ξένες Γλώσσες**

- Άριστη γνώση αγγλικών (Proficiency)
- First Certificate in English.
- Toefl

## **XXII. Γνώση Ηλεκτρονικών Υπολογιστών**

- Άριστη γνώση SPSS, Ms Windows, Ms Office και Internet Explorer.
- Πολύ καλή γνώση Face Reader Noldus, AMOS, Microsoft Business Solutions, MS SQL SERVER, UML, FrontPage και Microsoft Project.

## **XXIII. Μέλος εκλεκτορικών σωμάτων**

1. Θέση ΔΕΠ, μονιμοποίηση επί θητεία Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο «Μάρκετινγκ», Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
2. Θέση ΔΕΠ, μονιμοποίηση επί θητεία Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη», Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.
3. Θέση ΔΕΠ, Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο «Marketing-Επικοινωνία με νέες τεχνολογίες και Δημόσιες Σχέσεις», Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος.
4. Θέση ΔΕΠ, Επίκουρου Καθηγητή στο γνωστικό αντικείμενο «Λήψη απόφασης των ατόμων με έμφαση στην παροχή εκπαιδευτικών υπηρεσιών», Τμήμα Αγωγής και Φροντίδας στην Πρώιμη Παιδική Ηλικία, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.

## **XXIV. Στρατιωτικές Υποχρεώσεις**

- Εκπληρωμένες. Υπηρετήσα στο Σώμα Τεθωρακισμένων με ειδικότητα «Ειδικός Επιστήμων».