

ΜΑΥΡΑΓΑΝΗ ΕΛΕΝΗ

Επίκουρη Καθηγήτρια
Γνωστικό Αντικείμενο: Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ
Τμήμα Λογιστικής Και Χρηματοοικονομικής
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
email: mavragani@uom.edu.gr



ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

ΕΠΩΝΥΜΟ:	Μαυραγάνη
ΟΝΟΜΑ:	Ελένη
ΕΤΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ:	04/05/1980
ΚΩΔΙΚΟΣ ΛΑΕΚ:	30897
ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΩΝ ΥΠ. ΠΑΙΔΕΙΑΣ:	442/2011
ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ ΕΟΠΠΕΠ:	ΕΑ25457

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2019	Erasmus +, Higher Education Mobility , Mid-Sweden University, Kungälvsvägen 1, SE-831 25, Östersund, Sweden.
2006-2011	Διδακτορικό στο Μάρκετινγκ , Πανεπιστήμιο Αιγαίου: «Η στρατηγική μάρκετινγκ μουσείων ως στοιχείο ανάπτυξης των ελληνικών τουριστικών προορισμών».
2006-2008	Marie Curie Conferences and Training Courses , Making National Museums (NaMu), Leicester University UK, Oslo Universitet Norway, and Linköping Universitet Sweden.
2003-2005	Μεταπτυχιακό MBA, Διοίκηση Επιχειρήσεων , Πανεπιστήμιο Αιγαίου, με ειδίκευση στη Διοίκηση Επιχειρησιακών Λειτουργιών. Διπλωματική Εργασία: «Η διαφήμιση στις επιχειρήσεις και ο ρόλος της γυναίκας».
1998-2003	Πτυχίο στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων , Πανεπιστήμιο Πειραιώς, με κατεύθυνση Μάνατζμεντ.

Δημοσιεύσεις σε Επιστημονικά Περιοδικά με Κριτές

1. Gritzali, A, **Mavragani, E** and Gritzalis, D (2019), Negative MWOM and value co-destruction during destination crises. *Business Process Management Journal*.
2. **Mavragani, E**, Nikolaidou, P, and Theodoraki, E (2019), Traveler Segmentation Through Social Media for Intercultural Marketing Purposes: The Case of Halkidiki, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5 (1) 15-23.
3. Chountala, V, Chountalas, P, Magoutas A and **Mavragani E** (2019), The cultural route of Hercules: mapping the tourist's perspective. In press: International Journal of Tourism Policy.
4. Dergiades, T, **Mavragani, E** and Pan, B (2018), Google Trends and Tourists' Arrivals: Emerging biases and proposed corrections, *Tourism Management*, 66, 108-120.
5. Dergiades, T, **Mavragani, E** and Pan, B (2017), Arrivals of Tourists in Cyprus: Mind the Web Search Intensity. GreeSE Paper No. 107, Hellenic Observatory, London School of Economics.
6. Kladou, S and **Mavragani, E** (2015), Assessing Destination Image: An online marketing approach and the case of Tripadvisor, *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (3), 187–193.
7. Kladou, S, Giannopoulos, A and **Mavragani, E** (2015), Destination Brand Equity Research From 2001 to 2012, *Tourism Analysis*, 20 (2), 189-200.
8. **Mavragani, E** (2015), Greek Museums and Tourists' Perceptions. An empirical research, *Journal of the Knowledge Economy*, Springer, 1-14.
9. **Mavragani, E** and Lymperopoulos, C (2014), Museum visitor intentions to revisit and recommend. *Journal of Regional Socio-Economic Issues*, 4 (3), 64-78.
10. **Mavragani, E** (2014), National Archaeological Museums and the Growth of Tourism in Greece. *Journal of Regional Socio-Economic Issues*, 4 (1), 61-74.
11. **Mavragani, E** and Lymperopoulos, C (2013), Factors affecting museum visitors' satisfaction: The case of Greek museums, *Tourismos*, 8 (2), 271-287.
12. Farr, R, **Mavragani, E** and Hall, C, (2013), Understanding the Impacts of Cruise Tourism and their Remediation Costs for Small Island Communities in the Aegean, *Journal of Tourism Research*, 6, 119-125.

13. Giannopoulos, A and **Mavragani, E** (2011), Traveling through the Web: A first step toward a comparative analysis of European National Tourism Websites. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20 (7)718-739.

Μονογραφίες και Κεφάλαια σε Βιβλία με Κριτές

1. **Mavragani, E** (2018), Museum Services in the Era of Tourism, in (eds.) Bast, Gerald, Carayannis, Elias G., Campbell, David F. J. *The Future of Museums*, pp.37-47, Springer.
2. **Μαυραγάνη, Ε** (2017), Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων για την Ενίσχυση του Τουρισμού, in Τουρισμός, Τουριστική Ανάπτυξη, Συμβολές Ελλήνων Επιστημόνων. Εκδόσεις Παπαζήση.
3. Kladou, S and **Mavragani, E** (2016), A Social Media Approach to Evaluating Heritage Destination Perceptions: The Case of Istanbul, in Alvarez, M., Yuksel, A. & Go, F. (eds.), *Heritage Tourism Destinations*, pp. 91-104. CABI.
4. **Μαυραγάνη, Ε** (2015), Η συμβολή του μάρκετινγκ των ελληνικών μουσείων στην τουριστική ανάπτυξη, in Σοφία Αντωνιάδου, Ελένη Μαυραγάνη, Ιωάννης Πούλιος (eds), *Πολιτισμός και Προοπτική. Η σημασία της στρατηγικής σε τέσσερις τομείς του πολιτισμού*, pp. 99-107. Εκδόσεις Καστανιώτης.
5. Tsiotsou, R and **Mavragani, E** (2013), Marketing Strategy of Museums: The Case of the New Acropolis Museum in Athens, Greece., in (eds) *Best Practices in Marketing and their impact on quality of life*, pp. 45-62. Springer Publications.

Λοιπές Δημοσιεύσεις

1. **Mavragani, E** (2008), Comparing Strategic Approaches between National and Private Museums in Athens, *NaMu IV, Linköping University, Sweden*.
2. Γιαννόπουλος, Α & **Μαυραγάνη, Ε** (2008), Ταξιδεύοντας εικονικά... στη σύγχρονη τουριστική πραγματικότητα: Η περίπτωση επίσημων ιστοσελίδων τουριστικών προορισμών της Ευρώπης. *Travel Daily News*.
3. Λυμπερόπουλος, Κ & **Μαυραγάνη, Ε** (2007). Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων & Αρχαιολογικών Χώρων ως Στοιχείο της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης των Ελληνικών Τουριστικών Προορισμών, *Περιοδικό Επιστημονικό Μάρκετινγκ*, τευχ. Ιούλιος-Αύγουστος 2007, σελ. 110-111.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. **Mavragani, E**, and Alexandridou, S (2019), New technological environment in the hospitality sector and susceptibility to customer personality. International Symposium on Consumer Personality in Contemporary Contexts (ISCP 2019), Thessaloniki Greece.
2. Vafeidou, M, Ferranti. N, and **Mavragani, E** (2019), A critical analysis of the cruise industry at the port of Thessaloniki and a first step in attracting cruise ships and branding the city as a cruise destination. TOURMAN, 3rd International Scientific Conference "Tourism, travel and hospitality at crossroads: The way ahead", Thessaloniki, Greece.
3. Tsiotsou, R, and **Mavragani, E** (2019), Delineating User Generated Content to Profile Travelers: A Cross-National Approach. AMA Global Marketing SIG Conference, Buenos Aires, Argentina.
4. **Mavragani, E**, Gritzali, A, and Gritzalis, D (2017), Negative MWOM and value co-destruction for destinations. IMIC 2017, Santorini, Greece.
5. Dergiades, T, **Mavragani, E** and Pan, B (2017), Arrivals of Tourists in Cyprus: Mind the Web Search Intensity. ICCMI 2017, Thessaloniki, Greece.
6. **Mavragani, E** (2017), Alternative Forms of Cultural Tourism for the Empowerment of the Destination Image, 2nd Panhellenic Place Marketing and Place Branding Conference, University of Thessaly, Greece.
7. Gritzali, A and **Mavragani, E** (2016), A first step towards understanding own-destination image; the case of Athens. International Tourism, Hospitality & Events Conference, 19-22 July 2016, University of Surrey, UK.
8. Kladou, S and **Mavragani, E** (2014), Assessing Image Traits on Social Media: The case of a cultural destinations. Heritage Tourism and Hospitality International Conference, Istanbul, Turkey.
9. Farr, R, **Mavragani, E** and Hall, C (2013), Understanding the Impacts of Cruise Tourism, and their Remediation Costs for Small Island Communities in the Aegean. DRATTE, International Conference on Tourism and Hospitality Management, Athens, Greece. Awarded among the top-rated papers. ISSN: 1791-0064.
10. **Mavragani, E** and Lympelopoulou, C (2013), Museum visitor intentions to revisit and recommend. EMAC, 2013, European Marketing Academy, 42nd Annual Conference. ISBN 978-9944-380-10-2.
11. Lympelopoulou, C, Koob, C, Chaniotakis, I, and **Mavragani, E** (2013). Consumer ethnocentrism and tourists' visit intention: the case of Greece and Germany. "Tourism Trends and Advances

- in the 21st Century", 5th International Scientific Conference of the University of the Aegean, Rhodes, Greece.
12. Hall, C, Farr, R., and **Mavragani, E** (2013), The Case for Cruise Control: understanding the "dark side" of cruise tourism. 17th Research & Innovation Conference, University of Bolton, UK.
 13. Giannopoulos, A, Kladou, S, **Mavragani, E** and Chytiri, A. P (2012), Measuring the Effectiveness of Destination Branding: A Critical Approach, 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference, Corfu. ISBN 978-960-287-139-3.
 14. Kladou, S, Giannopoulos, **Mavragani, E** and Chytiri, A. P (2012), Destination Branding and Relationship Marketing: A Competitive Advantage through Capitalizing on Culture, ICOT 2012, Crete. Andriotis, K. & Theocharous, A. (eds.). ISBN 978-9963-9799-1-2, ISSN 1986-4256, 283-293.
 15. Kladou, S, Giannopoulos, A, **Mavragani, E** and Chytiri, A. P (2012), Building a sustainable competitive advantage in times of crises: Capitalizing on culture, destination branding and relationship marketing, Destination Management and Branding in the Mediterranean Region - Sustainable Tourism in Times of Crisis, 4th ITW Conference Antalya. ISBN 978-605-4483-08-2, 105-117.
 16. Chytiri, A. P, Giannopoulos, A, Kladou, S, and **Mavragani, E** (2012), Destination Brand Effectiveness: Looking at the past and drawing the future, Athens Tourism Symposium 2012, Athens.
 17. **Mavragani, E** and Lympelopoulos, C (2011), Museum visitors' segments and the factors affecting visitors' satisfaction in the case of Greek public museums. International Conference "Rethinking Business and Business Education in the age of crisis", Chios, Greece.
 18. Lympelopoulos, C and **Mavragani, E** (2011), Factors affecting museum visitors' intention to revisit and recommend. 3rd Biennial International Conference on Services Marketing, İzmir, Turkey.
 19. **Mavragani, E** and Tsiotsou, R (2011), Marketing Mix Evaluation of the new Acropolis Museum based on Social Media. IAPNM 2011, 10th International Congress of the International association on Public and Nonprofit Marketing. ISBN: 978-989-20-2460-8, 80. Porto, Portugal.
 20. **Mavragani, E** (2011), Greek Museums and Tourists. An empirical research in different cities. New museums, new urban eras, new tourism mobilities, Interdisciplinary REsearch Team on Tourism (EIREST) and the UNESCO Chair "Culture, Tourism, Development" of Paris 1 Université Panthéon-Sorbonne, Paris, France.

21. **Mavragani, E** and Lympelopoulos, C (2009), Museum visitors' perceived service quality: An empirical research from Greece. 2nd Biennial International Conference on Services Marketing, Thessaloniki, Greece. ISBN: 978-960-98740, 361-370.
22. Lympelopoulos, C and **Mavragani, E** (2009), Cultural tourism in Greece: Synergy of ministries and public institution or euphemism? 4th International Scientific Conference, «Planning for the future learning from the past», Rhodes, Greece. ISBN 978-960-7475-41-1.
23. **Mavragani, E** (2008), Strategic approaches of National Museums as an implement to the development of Tourist Destinations. National Museums, 6th International Workshop, University of Oslo, Norway.
24. Giannopoulos, A and **Mavragani, E** (2008), Traveling through the Web: a comparative analysis of European national tourism websites. 2nd International Conference e- Business Forum «e-Business in Travel, Tourism and Hospitality», Athens, Greece.
25. Lympelopoulos, C and **Mavragani, E** (2007), Could the implementation of marketing concept in museums and archaeological sites contribute to the achievement of their mission? 1st Biannual International Conference, Strategic Developments in Services Marketing, Chios, Greece. ISBN 978-960-7475-41-1.
26. **Mavragani, E** and Lympelopoulos, C (2007), The contribution of marketing strategies of museums & archaeological sites to the sustainable development of Greek tourist destinations. 1st Biannual International Conference, Strategic Developments in Services Marketing, Chios, Greece.
27. **Mavragani, E** (2007), The contribution of marketing strategies of museums & archaeological sites to the sustainable development of Greek tourist destinations. Poster Presentation, National Museums, 2nd International Workshop, University of Leicester, UK.

ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Annals of Tourism Research
- International Journal of Electronic Marketing and Retailing (IJEMR)
- Journal of the Knowledge Economy
- Journal of Hospitality Marketing & Management
- International Journal of E-Business Research (IJEER)
- Tourism Review
- Journal of Travel & Tourism Marketing

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ

2020 **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, Επίκουρη Καθηγήτρια** με Γνωστικό Αντικείμενο: Marketing Management (Διοίκηση Μάρκετινγκ).

2019 έως σήμερα **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στα Προπτυχιακά Μαθήματα:**

1. Αρχές Μάνατζμεντ, 2019-2020.
2. Οργανωσιακή Θεωρία και Συμπεριφορά, 2019-2020.
3. Στρατηγικό Μάνατζμεντ, 2019-2020.

2015 έως 2020 **Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος, Ακαδημαϊκός Συνεργάτης** στο γνωστικό αντικείμενο Μάρκετινγκ και Τουρισμός.

Υπεύθυνη για τη δημιουργία, οργάνωση και λειτουργία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος MSc in Hospitality and Tourism Management.

Αυτοδύναμη Διδασκαλία στα **Μεταπτυχιακά Μαθήματα:**

Services Marketing, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020.

1. Destination and Event Development, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019 (Λέκτορας ΠΔ/407), 2019-2020.
2. Marketing and Branding, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020.
3. Strategic & Digital Marketing, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020.
4. Management and Marketing Strategies, 2018-2019 (Λέκτορας ΠΔ/407), 2019-2020.
5. Consumer Behavior, 2018-2019 (Λέκτορας ΠΔ/407), 2019-2020.
6. Marketing for Cultural Organizations, 2018-2019, 2019-2020.
7. Strategic Marketing for Sustainable Tourism, 2017-2018.
8. Culture Heritage Tourism, 2017-2018, 2019-2020.

Επίβλεψη Διπλωματικών: 50

Επίβλεψη Συμβουλευτικών Εργασιών: 15

Πρόγραμμα Δια Βίου Μάθησης, «Από την Ιδέα στην Επιχείρηση», Αυτοδύναμη Διδασκαλία την Ενότητα: Μάρκετινγκ και Σχέδιο Μάρκετινγκ, 2015 και 2016.

2018 έως
2019

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Θεσσαλονίκης, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στα **Προπτυχιακά Μαθήματα:**

1. Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, 2018-2019.
2. Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής, 2018-2019.
3. Έρευνα Μάρκετινγκ, 2018-2019

Αυτοδύναμη Συνδιδασκαλία στα **Μεταπτυχιακά Μαθήματα:**

1. Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών, 2018-2019
2. Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα και Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη, 2018-2019
3. Σχεδιασμός και Διαχείριση Τουριστικών Προορισμών, 2018-2019

2017-2018

Πανεπιστήμιο Πατρών, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο **Προπτυχιακό Μάθημα:**

1. Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Μάρκετινγκ, 2017-2018.

2014 έως
σήμερα

Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο, Συνεργαζόμενο Εκπαιδευτικό Προσωπικό, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο **Προπτυχιακό Μάθημα:**

1. ΘΕ: Μάρκετινγκ II ΔΕΟ, 2014-2015, 2015-2016.

Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο **Μεταπτυχιακό Μάθημα:**

2. ΘΕ: Τουριστικό Μάρκετινγκ ΔΤΕ, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020
Επίβλεψη Διπλωματικών: 20

Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Επιστημονικός Συνεργάτης, Αυτοδύναμη Συνδιδασκαλία
στα **Μεταπτυχιακά Μαθήματα**:

1. Μάρκετινγκ στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία, 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018.
2. Διοίκηση Μάρκετινγκ (MBA), 2011-2012, 2012-2013.
3. Οργανωσιακή Συμπεριφορά (MBA), 2012-2013.
4. Διοίκηση Οργανωσιακών Αλλαγών (MBA), 2011-2012, 2012-2013.

Λέκτορας ΠΔ 407/80 στο γνωστικό αντικείμενο Διοίκηση Μάρκετινγκ, Αυτοδύναμη
Διδασκαλία στα **Προπτυχιακά Μαθήματα**:

1. Διοίκηση Πωλήσεων, 2012-2013.
2. Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, 2012-2013.

Θερινά Τμήματα, (Summer School), Αυτοδύναμη Διδασκαλία τις Ενότητες:

1. Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία, Νησιωτικότητα & Τοπική Ανάπτυξη, 2013.
2. Πολιτιστική Διαχείριση και Τοπική ανάπτυξη, 2014.

Πρόγραμμα Δια Βίου Μάθησης, Πολυνησιωτικότητα: «Εκπαίδευση και Υποστήριξη
στις τοπικές κοινωνίες», Αυτοδύναμη Διδασκαλία την Ενότητα:

1. Μάρκετινγκ και Τεχνικές Πωλήσεων για την Ανάπτυξη, Προβολή και
Πρώθηση Τοπικών Προϊόντων και Υπηρεσιών, 2013.

Πρόγραμμα Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης (Distance Learning), «Αποτελεσματική
Οργάνωση και Διοίκηση Σύγχρονων Επιχειρήσεων και Οργανισμών. Οργάνωση και
Διοίκηση Τουριστικών επιχειρήσεων». Αυτοδύναμη Διδασκαλία των Μαθημάτων:

1. Μάρκετινγκ, 2012.
2. Μάρκετινγκ Τουριστικών Επιχειρήσεων, 2013.

2016 έως
2019

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Συνεργαζόμενο Εκπαιδευτικό Προσωπικό και Συντονίστρια Ενότητας. ΘΕ: Πολιτιστικός Τουρισμός, Αστική Αναβίωση και Προώθηση Πόλεων. Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο **Μεταπτυχιακό Μάθημα:**

1. Πολιτιστική Πολιτική και Ανάπτυξη, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019.

Επίβλεψη Διπλωματικών: 12

2016 έως
2018

ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Επιστημονικός Συνεργάτης. Αυτοδύναμη Διδασκαλία στο **Μεταπτυχιακό Μάθημα:**

1. Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς, 2016-2017, 2017-2018.

Επίβλεψη Διπλωματικών: 10

2016 έως
2019

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Επιστημονικός Συνεργάτης. Αυτοδύναμη Συνδιδασκαλία στο **Μεταπτυχιακό Μάθημα:**

1. Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Μουσειολογίας, Στρατηγική Μάρκετινγκ Μουσείων, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019.

Επίβλεψη Διπλωματικών: 3

2014-2016

Kent University, UK και Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Επιστημονικός Συνεργάτης. Αυτοδύναμη Συνδιδασκαλία στο Μεταπτυχιακό Μάθημα:

1. Tourism Marketing and the Promotion of Cultural Heritage, 2014-2015 και 2015-2016.

Διδασκαλία σε Μεταλυκειακή Εκπαίδευση

2011-2015

New York College, Κέντρο Μεταλυκειακής Εκπαίδευσης, Αθήνα

Greenwich College, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στα Μεταπτυχιακά Μαθήματα:

1. Tourism Policy and Development, 2013-2014
2. Global Tourism, 2012-2013.
3. Business Planning and Development, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015
4. Direct Indirect and Digital Marketing, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015.
5. Visitor Management, 2014-2015

Université de Toulouse, Διδασκαλία στα Μεταπτυχιακά Μαθήματα:

1. Commercial Techniques and Tourism Marketing, 2014-2015
2. Marketing Strategy in Tourism, 2012-2013
3. Tourism Marketing Management, 2011-2012

Institut Universitaire Kurt Bösch, Αυτοδύναμη Διδασκαλία στα Μεταπτυχιακά και Προπτυχιακά Μαθήματα:

1. Τουριστικό Μάρκετινγκ, 2013-2014
2. Διοίκηση Τουριστικού Μάρκετινγκ, 2011-2012
3. Tourism Marketing Management, 2011-2012

2012-2014

ITCOM STUDIES (ΚΕΚ) και ΣΒΙΕ (ΚΕΚ). Αυτοδύναμη Διδασκαλία σε Σεμινάρια Επιμόρφωσης Επιχειρήσεων.

1. Μάρκετινγκ

2011-2012

IEMA, Tourism Summer School (Turkey and Greece). Διδασκαλία των Ενοτήτων:

1. Museums and Tourists. The Greek Case, Izmir Turkey, 2011
2. Marketing and Culture, Olympia, Greece, 2012.

2005-2015

Δημόσια Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ), (20 εξάμηνα).

Πιστοποιημένη Εξετάστρια και Επιτηρήτρια ΕΟΠΕΠ σε Εξετάσεις Πιστοποίησης Επαγγελματικής Κατάρτισης του ΟΕΕΚ. Αυτοδύναμη Διδασκαλία των Μαθημάτων: Τεχνική Επικοινωνίας – Επιχειρηματικότητα, Τουριστική Γεωγραφία, Τουρισμός Ι, ΙΙ, Περιβαλλοντική Πολιτική, Προστασία στον Τουρισμό, Εξυπηρέτηση Πελατών και Τουριστικές Υπηρεσίες, Οικονομική των Επιχειρήσεων, Μάρκετινγκ, Διοίκηση Επιχειρήσεων, Συμπεριφορά Καταναλωτή, Μάρκετινγκ Λιανικού Χονδρικού Εμπορίου, Αρχές Μάρκετινγκ, Case Studies, Διοίκηση Μάρκετινγκ, Διαφημιστικά Μέσα, Επιστημονική Διαφήμιση, Έρευνα Μάρκετινγκ.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

2014-2015

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

«Μελέτη και Εκπόνηση Σχεδίου Αναπτυξιακής Στρατηγικής και Εμπορικής Πολιτικής - Marketing Plan» για το Ταμείο Αρχαιολογικών Πόρων και Απαλλοτριώσεων.

2012-2013

Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Πολυνησιωτικότητα: Εκπαίδευση και Υποστήριξη στις τοπικές κοινωνίες.

2012-2013

Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Ευρωπαϊκό Ερευνητικό Πρόγραμμα, SEE TCP SAGITTARIUS.

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

2015 έως
2020

Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος, Ακαδημαϊκός Συνεργάτης: Υπεύθυνη για το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα MSc in Hospitality and Tourism Management.

Συγκεκριμένα, ως Ακαδημαϊκός Συνεργάτης στο γνωστικό αντικείμενο Μάρκετινγκ, ήμουν υπεύθυνη για:

- Τη δημιουργία, οργάνωση και λειτουργία του αγγλόφωνου Μεταπτυχιακού Προγράμματος MSc in Hospitality and Tourism Management.
- Υπεύθυνη για τα μαθήματα, το πρόγραμμα, τον οδηγό σπουδών, το budget, την παρακολούθηση του έργου με τον ΕΛΚΕ, τη διοργάνωση εκδηλώσεων,

workshops και ομιλιών, την εύρυθμη λειτουργία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος καθημερινά, υποστηρίζοντας καθηγητές και φοιτητές (mentoring).

- Από το 2015 έχουν φοιτήσει περισσότεροι από εκατό (100) Έλληνες και ξένοι φοιτητές.
- Επιπρόσθετα, συνεργάστηκα με περισσότερους από τριάντα (30) Έλληνες και ξένους επισκέπτες καθηγητές που ήρθαν να διδάξουν.

2006

Nikon Cameras, Product Manager: Υπεύθυνη Μάρκετινγκ (Product Manager) στην Εταιρία Δ & Ι Δαμκαλίδης Α.Ε..

ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ

Ίδρυμα Α. Γ. Λεβέντης

Εκπαιδευτική Υποτροφία για την εκπόνηση της Διδακτορικής Διατριβής, για τα έτη 2007-2008, 2008-2009 και 2009-2010.

Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Χρηματικό βραβείο για την αρίστευση στο μεταπτυχιακό δίπλωμα (MBA).

ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ-ΟΜΙΛΙΕΣ

2019	Διεθνές Μεταπτυχιακό Θερινό Σχολείο (Insularity, Education and Sustainable Growth: Theory, Methods and Techniques) INNOVIS2019, Νάξο.
2019	ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς, Θεσσαλονίκη.
2018	Philoxenia, Τάσεις στην Εκπαίδευση για τον Τουρισμό, Θεσσαλονίκη.
2017	Δημαρχείο Θεσσαλονίκης, Ημερίδα για την Παγκόσμια Μέρα Τουρισμού, Θεσσαλονίκη.
2017	Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο, Προπτυχιακό Πρόγραμμα, Τμήμα Γεωπονίας, Θεσσαλονίκη.
2016	Invited Lecturer, Corporate Strategy Unit, Portsmouth University, UK
2016	Επιστημονική Ημερίδα, «Μουσείο Μαστίχας Χίου», ΤΕΕ, Χίος.
2016	1ο Συνέδριο Τουρισμού στη Θεσσαλονίκη, Θεσσαλονίκη.
2014	Ολλανδικό Ινστιτούτο, Αθήνα.
2014	ΙΕΚ ΞΥΝΗ, Αθήνα.

2013	Kent University, UK και Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, MA in Heritage Management, Αθήνα.
2013	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.
2013-2014	William Angliss Institute, Melbourne, Australia, Οργάνωση εκπαιδευτικής επίσκεψης και ομιλίας στην Αθήνα.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

2019	AMA Global Marketing SIG Conference, Buenos Aires, Argentina.
2016	2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing+Branding Τόπου, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Λάρισα.
2014	“Rematerialising Culture”, Έκθεση στο Ίδρυμα Μιχάλη Κακογιάννη, Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Α. Γ. Λεβέντη, Αθήνα.
2013	“Πολιτισμός και Προοπτική”, Συνέδριο στην Κυπριακή Πρεσβεία, Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Α. Γ. Λεβέντη, Αθήνα.
2013	"Tourism Trends and Advances in the 21st Century", 5th International Scientific Conference of the University of the Aegean, Rhodes, Greece.
2009	Business Research Seminar, Athens
2007	1st Biannual International Conference, Strategic Developments in Services Marketing, University of the Aegean, Chios, Greece.

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

ΑΓΓΛΙΚΑ	Certificate of Proficiency in English, University of Michigan
---------	---

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΜΟΡΦΩΤΙΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

2019	Συμμετοχή στο Marketing Research Camp, Leeds University Business School, UK.
2017	Συμμετοχή στο σεμινάριο ψηφιακών δεξιοτήτων του Grow Greek Tourism Online.
2016	Πιστοποίηση Εκπαιδευτικής Επάρκειας Εκπαιδευτών Ενηλίκων της μη Τυπικής Εκπαίδευσης (ΕΟΠΠΕΠ).

2015

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο: Συμμετοχή στο Επιμορφωτικό Σεμινάριο της Μονάδας Εσωτερικής Αξιολόγησης και Επιμόρφωσης, στην ανοικτή και εξ αποστάσεως εκπαίδευση και στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών.

ΜΕΛΟΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ

Από το 2019	Μέλος στο American Marketing Association (AMA)
Από το 2017	Μέλος στο Institute of Business Creativity, στο Ecole Hôtelière de Lausanne, Ελβετία.
Από το 2012	Μέλος στο Σύνδεσμο Υποτρόφων Ιδρύματος Α. Γ. Λεβέντης.
Από το 2011	Μέλος European Marketing Academy (EMAC).
Από το 2011	Μέλος European Social Marketing Association και ELMAR, AMA Academic Community.
Από το 2010	Μέλος στο Εργαστήριο Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (ΕΤΕΜ), Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
Από το 2007	Μέλος Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ).
Από το 2007	Μέλος Διεθνούς Συμβουλίου Μνημείων και Τοποθεσιών, ICOMOS.
Από το 2003	Μέλος Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδος.

ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΑΘΗΝΑ 2004	Εθελόντρια ως συνοδός επισήμων.
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ, 1998-2003	Μέλος της εθελοντικής ομάδας του Πανεπιστημίου Πειραιώς.
ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ, Β' ΣΥΝΟΔΟ, 1997	Συμμετοχή ως Έφηβος Βουλευτής, Β' Περιφέρεια Αθηνών στη Β' Σύνοδο, 1997.