

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

### Δρ. Γεωργία Σταυράκη

Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος

E-mail: [stavrakig@ihu.gr](mailto:stavrakig@ihu.gr)

#### ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

- Μαρ. 2024 – Σήμερα**      **Επίκουρη Καθηγήτρια (επί θητεία)**  
Γνωστικό αντικείμενο: *Μάρκετινγκ*  
Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος
- Αυγ. 2021 – Σεπτ. 2023**      **Επίκουρη Καθηγήτρια στο Μάρκετινγκ**  
*Senior Lecturer in Marketing*  
Department of Marketing, Surrey Business School, University of Surrey, Μεγάλη Βρετανία
- Φεβ. 2017 – Ιουλ. 2022**      **Διευθύντρια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στο Στρατηγικό Μάρκετινγκ (*MSc in Strategic Marketing*)**  
Department of Marketing, Surrey Business School, University of Surrey, Μεγάλη Βρετανία
- Ιαν. 2016 – Ιουλ. 2021**      **Λέκτορας στο Μάρκετινγκ**  
*Lecturer in Marketing*  
Department of Marketing, Surrey Business School, University of Surrey, Μεγάλη Βρετανία
- Σεπ. – Δεκ. 2015**      **Αναπληρώτρια Λέκτορας στο Μάρκετινγκ**  
*Associate Lecturer in Marketing*  
Department of Marketing, Oxford Brookes Business School, Oxford Brookes University, Μεγάλη Βρετανία

#### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- 2019**      **Δίπλωμα Σπουδών στη Διδασκαλία και Μάθηση (2018 – 2019)**  
*Graduate Certificate in Learning and Teaching*  
Department of Higher Education, University of Surrey, Μεγάλη Βρετανία  
Βαθμός: 77% (*Distinction, Άριστα*)
- 2015**      **Διδακτορικό Δίπλωμα Οικονομικών Επιστημών (2011 – 2015)**  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης  
Βαθμός: *Άριστα*  
Τίτλος διατριβής: *Η κατανόηση της διαδικασίας σχηματισμού της ταυτότητας του καταναλωτή διαμέσου εμπειριών σύγχρονης τέχνης*

**2010 Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στην Πληροφορική και Διοίκηση (2008 – 2010)**

Τμήματα Οικονομικών Επιστημών και Πληροφορικής, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Διπλωματική Εργασία εστιασμένη στο γνωστικό πεδίο του Μάρκετινγκ

Βαθμός: 9.44/10 (*Άριστα*)

**2007 Πτυχίο Οικονομικών Επιστημών (2003 – 2007)**

Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Τομέας Οικονομικής των Επιχειρήσεων, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Βαθμός: 7,88/10 (*Λίαν Καλώς*)

2η υψηλότερη βαθμολογία στην τελετή αποφοίτησης σε σύνολο 126 φοιτητών

**ΕΠΙΧΟΡΗΓΟΥΜΕΝΗ ΕΡΕΥΝΑ, ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ**

**2021** Επιτυχής επιχορήγηση για την παρακάτω έρευνα έπειτα από κρίση (κύρια ερευνήτρια του έργου: Γ. Σταυράκη): “*Student experience with innovative assessments: The case of the photo-elicitation arts-based method*”. New Learning and Teaching Project Funding for developing and evaluating teaching practice, φορέας επιχορήγησης το Faculty of Arts and Social Sciences (FASS) του University of Surrey.

**2019** Αναγνώριση στη Μεγάλη Βρετανία καινοτόμου μεθόδου διδασκαλίας που ανέπτυξα στο μάθημα «Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου: Πρακτικές Εφαρμογές» στο Surrey Business School. Η σχετική αναγνώριση προήλθε από το Carabao Marketing Project και η συνεργασία που αναπτύξαμε με την εταιρεία *Carabao Energy Drink* δημοσιεύτηκε στο περιοδικό της Μεγάλης Βρετανίας *Independent Retail News*.

**2019** Διάκριση του διδακτικού μου έργου στο Surrey Business School με βάση τις άριστες αξιολογήσεις έλαβα από τους φοιτητές/τριες κατά το χειμερινό εξάμηνο 2018-2019 από τον Κοσμήτορα του Surrey Business School.

**2018** Εξέχουσα εργασιακή απόδοση κατά το ακαδημαϊκό έτος 2017-2018.

**2017** Βραβείο για το καλύτερο άρθρο του συνεδρίου (‘From ear to eye’: Discerning the multiplicity in consumers’ selves through collage visual data), 5th *International Conference on Contemporary Marketing Issues* (ICCM).

**2014** Υποτροφία *Αριστείας* για υποψήφιους διδάκτορες, Επιτροπή Ερευνών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

**2010** Υποτροφία από το King’s College London για συμμετοχή και παρουσίαση άρθρου σε διεθνές συνέδριο.

**2009** Υποτροφία για άριστη ακαδημαϊκή επίδοση από το Τμήμα Πληροφορικής, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

- 2007** 2η υψηλότερη βαθμολογία στην τελετή αποφοίτησης του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- 2004** Υποτροφία για άριστη ακαδημαϊκή επίδοση από το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (ΙΚΥ).

## **ΤΟΜΕΙΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ**

- Μάρκετινγκ, Συμπεριφορά Καταναλωτή, Ποιοτική Μεθοδολογία, Εκπαιδευτικές μέθοδοι στο πεδίο του Μάρκετινγκ.

## **ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΣΗ**

1. Stavraki, G. and Anninou, I. (2023). Arts-based methods in business education: A reflection on a photo-elicitation project. *Management Learning* 54(4), 531-555 (ABS 3\*)  
<https://doi.org/10.1177/13505076221075046>
2. Plakoyiannaki, E., Stavraki, G. and Tsapi, V. (2022). The artist and the photograph: A semiotic analysis of consumers' experiences with photographs. *Qualitative Market Research* 25(2), 256-271 (ABS 2\*)  
<https://doi.org/10.1108/QMR-09-2021-0119>
3. Stavraki, G., Plakoyiannaki, E. and Clarke J. (2018). The appropriation cycle: Novice and expert consumers. *European Journal of Marketing* 52(9/10), 1886-1908 (ABS 3\*)  
<https://doi.org/10.1108/EJM-08-2017-0527>
4. Stavraki, G. (2016). Understanding consumers' relationships with contemporary artworks through identity narratives. *Journal of Service Theory and Practice* 26(6), 811-836 (ABS 1\*)  
<https://doi.org/10.1108/JSTP-02-2015-0024>
5. Plakoyiannaki, E., Kampouri, A., Stavraki, G. and Kotzaivazoglou, I. (2014). Family business internationalisation through a digital entry mode. *Marketing Intelligence and Planning* 32(2), 190–207 (ABS 1\*)  
<https://doi.org/10.1108/MIP-01-2013-0016>

## **ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ ΜΕ ΚΡΙΣΗ**

1. Stavraki G. (2023) Exploring the use and design process of digital collage research: A reflection on a pedagogic project. In *SAGE Research Methods Cases: Business and Management*, SAGE Publications.  
<https://doi.org/10.4135/9781529622898>
2. Plakoyiannaki, E. and Stavraki, G. (2022). Qualitative research for tourism. In the *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* (ed. D. Buhalis). Edward Elgar Publishing.  
<https://doi.org/10.4337/9781800377486>

3. Plakoyiannaki, E. and Stavraki, G. (2018). Collage visual data: Pathways to data analysis. In the *SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods* (eds C. Cassell, A.L. Cunliffe, G. Grandy). Volume 2: Methods and Challenges, Chapter 19, p. 313-328, SAGE Publications.  
<https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/the-sage-handbook-of-qualitative-business-and-management-research-methods/book245704>
4. Plakoyiannaki, E. and Stavraki, G. (2017) Creating solutions: Organizational processes and capabilities. In *Marketing graffiti: The writing on the wall* (ed. M. Saren). Routledge.  
<https://www.routledge.com/Marketing-Graffiti-The-Writing-on-the-Wall-2nd-Edition/Saren/p/book/9781138013339>
5. Stavraki, G. (2014). Going reflective: Making sense of the process of designing a case study research under the interpretive paradigm. In *SAGE Research Methods Cases* (ed. P. Brindle). SAGE Publications.  
<https://dx.doi.org/10.4135/978144627305013496531>

#### **ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ: ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ**

1. Stavraki, G. (2024). Intercultural management in an art museum: Using visual research to understand cross-cultural experiences, SAGE Data Challenge.
2. Anninou, J. and Stavraki, G. (2024). Strategic decision processes: Understanding the effect of cultural differences in a superstore expansion, SAGE Data Challenge.
3. Anninou, J. and Stavraki, G. (2024). Digital marketing analysis: Using web analytics and online reviews to track customer experience at a new gym, SAGE Data Challenge.
4. Anninou, J. and Stavraki, G. (2024). Tracking social media engagement: Reversing sales declines through influencer and customer behavior insights, SAGE Data Challenge.

#### **ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΣΗ**

1. Anninou, I. and Stavraki, G. (2024). Unravelling student experiences with arts-based assessment methods in marketing education. Αποδεκτό για παρουσίαση στο *Academy of Marketing Conference*, United Kingdom, 1-4 Ιουλίου, 2024.
2. Stavraki, G. (2023). Συμμετοχή στο Transforming Communities through Promoting Inclusive Art Consumption (track 1), *The 2023 Transformative Consumer Research Dialogical Conference*, Association for Consumer Research, United Kingdom, 18-20 Ιουνίου 2023.
3. Stavraki, G. and Anninou, I. (2021). The use of arts-based methods in innovative assessments in business education: Preliminary evidence from a marketing module. Στα πρακτικά του

διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Greece, 3-5 Σεπτεμβρίου 2021.

4. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2021). Escaping conventions: Theorizing from collage research. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *Academy of Marketing Conference*, United Kingdom, 5-7 Ιουλίου 2021.
5. Stavraki, G. and Anninou I. (2021). Doing, reflecting, and collaborating: An arts-based reflection on the photo-elicitation method in marketing education. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *Academy of Marketing Conference*, United Kingdom, 5-7 Ιουλίου 2021.
6. Stavraki, G. and Anninou I. (2019). ‘Tell me now, how should I feel?’: Letting go or holding in emotions arising through art consumption experiences. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *Association for Consumer Research Conference (ACR)*, Atlanta, USA, 17-20 Οκτώβριου 2019.
7. Anninou I., Stavraki, G. and Yu, Y. (2018). Cultural differences on perceived crowding, shopping stress and excitement in superstores. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *Academy of Marketing Conference*, Stirling, United Kingdom, 2-5 Ιουλίου 2018.
8. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2017). Meaning is movement: A visual analysis of the (trans)formation of consumers’ multiple identity positions. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *46<sup>th</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Groningen, Netherlands, 23-26 Μαΐου 2017.
9. Stavraki, G., Plakoyiannaki, E. and Anninou, I. (2017). ‘From ear to eye’: Discerning the multiplicity in consumers’ selves through collage visual data. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, 21-23 Ιουνίου 2017.
10. Anninou, I., Liu, X., Stavraki, G. και Plakoyiannaki, E. (2017). The relationship between online customer reviews and confusion proneness. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, 21-23 Ιουνίου 2017.
11. Plakoyiannaki, E., Stavraki, G. and Kampouri, A. (2015). Is it like this or it look just like this? A semiotic analysis of photographic aesthetics. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, London, United Kingdom, 30 Ιουνίου - 3 Ιουλίου 2015.
12. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2014). Understanding consumers’ modes of interpersonal relationships through a dialogical perspective. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Athens, Greece, 18-20 Ιουνίου 2014.
13. Stavraki, G. και Plakoyiannaki, E. (2012). Beyond material possessions: The emergence of extended self in experiential settings - insights from Toulouse Lautrec consumption. Στα

πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues* (ICCM), Thessaloniki, Greece, 13-15 Ιουνίου 2012.

14. Plakoyiannaki, E., Kampouri, A., Stavraki, G. and Kotzaivazoglou, I. (2012). Family firms: Going global through a digital entry mode. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on Contemporary Marketing Issues* (ICCM), Thessaloniki, Greece, 13-15 Ιουνίου 2012.
15. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2012). ‘Voices in my head’: Aesthetic experiences under construction-consumers’ identity repertoires from Damien Hirst’s exhibition. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *41th Annual Conference of the European Marketing Academy* (EMAC), Lisbon, Portugal, 22-25 Μαΐου 2012.
16. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2011). Pathways and outcomes of immersion: A case study of imaginative responses and personal reflections of Joan Miro’s artwork. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *40th Annual Conference of the European Marketing Academy* (EMAC), Ljubljana, Slovenia, 24-27 Μαΐου 2011.
17. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2011). Appropriating an artistic brand meaning: A case study of consumers’ responses to Miro’s exhibition. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *16th International Conference of Marketing Communications* (CMC), Athens, Greece, 27-29 Απριλίου 2011.
18. Stavraki, G., Plakoyiannaki, E. and Zotos, Y. (2011). From identifications to emergent identities and from experience attachment to self-extension: A case study of Toulouse Lautrec consumption. Παρουσίαση του ερευνητικού άρθρου στο διεθνές συνέδριο *10th Anniversary International Colloquium on Arts, Heritage, Nonprofit and Social Marketing*, Leeds, United Kingdom, 7 Σεπτεμβρίου 2011.
19. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2010). The act and ‘art’ of appropriation: A case study of Joan Miro consumption. Παρουσίαση του ερευνητικού άρθρου στο διεθνές συνέδριο *9th International Colloquium on Arts, Heritage, Nonprofit and Social Marketing*, London, United Kingdom, 10 Σεπτεμβρίου 2010.

#### **ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΣΗ ΧΩΡΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΑ**

1. Stavraki, G. and Plakoyiannaki, E. (2018). Look who’s talking now: A case study on the movement of consumers’ multiple identity positions. Παρουσίαση του ερευνητικού άρθρου στο διεθνές συνέδριο *17th Colloquium on Arts, Heritage, Nonprofit and Social Marketing*, Birmingham, United Kingdom, 17 Σεπτεμβρίου 2018.

## ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

### Διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο

- 2024 – Σήμερα Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος
- **Διοίκηση Μάρκετινγκ**, αυτοδύναμη διδασκαλία, εαρινό εξάμηνο 2023/24
- 2016 – 2023 Department of Marketing, University of Surrey, United Kingdom
- **Συμπεριφορά Καταναλωτή** (Consumer Behaviour), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2016/17-2021/22
  - **Επικοινωνία Μάρκετινγκ / Διαφήμιση** (Marketing Communications), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2016/17-2021/22
  - **Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου: Πρακτικές Εφαρμογές** (Retail Consultancy Project), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2016/17 - 2020/21
  - **Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ** (Principles of Marketing), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2016/17
- 2015 – 2016 Department of Marketing, Oxford Brookes University, United Kingdom
- **Διαχείριση Εμπειρίας Πελατών** (Customer Experience Management), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2015/16

### Διδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο

- 2023 – 2024 Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος
- **Μάρκετινγκ**, ΠΜΣ στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων (MBA), αυτοδύναμη διδασκαλία, χειμερινό εξάμηνο 2023-2024
- 2016 – 2023 Department of Marketing, University of Surrey, United Kingdom
- **Συμπεριφορά Καταναλωτή** (Consumer Behaviour), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2015/16 – 2021/22
  - **Μάρκετινγκ των Πελατειακών Σχέσεων** (Relationship Marketing), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2016/17
  - **Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ** (Applied Marketing Research), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2015/16
  - **Σύγχρονα Θέματα Μάρκετινγκ**, αυτοδύναμη διδασκαλία, μια διάλεξη σε διδακτορικούς φοιτητές ανά έτος, 2016/17, 2018/19, 2020/21
- 2011 – 2014 Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- **Συμπεριφορά Καταναλωτή** (Consumer Behaviour)

### **Επίβλεψη μεταπτυχιακών διατριβών**

Από το 2016 έχω επιβλέψει επιτυχώς 65 μεταπτυχιακές διατριβές φοιτητών στα μεταπτυχιακά προγράμματα *MSc in Marketing Management*, *MSc in Strategic Marketing*, *MSc in Digital Marketing and Channel Management*, και *MSc in International Marketing Management* στο Surrey Business School.

### **Ανάπτυξη μαθημάτων και κύκλων σπουδών**

Στο πλαίσιο της διδασκαλίας μου στο Surrey Business School:

- Έχω αναπτύξει το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών *MSc in Strategic Marketing* και το επανασχεδιάσα (2022) στο πλαίσιο της αναθεώρησης ανάπτυξης προγράμματος σπουδών (Curriculum Development Review).
- Έχω επανασχεδιάσει, αναπτύξει το διδακτικό υλικό (διαλέξεις, σεμινάρια, μέθοδοι αξιολόγησης) για προπτυχιακά και μεταπτυχιακά μαθήματα.

## **ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΕΣ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

**Φεβ. 2017 – Ιουλ. 2022** Διευθύντρια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών *Στρατηγικό Μάρκετινγκ (MSc in Strategic Marketing)*, Τμήμα Μάρκετινγκ (*Department of Marketing*), Surrey Business School, University of Surrey.

Ως διευθύντρια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος α) ανέπτυξα το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών *MSc in Strategic Marketing* (προηγούμενο πρόγραμμα *MSc in Marketing Management*), β) συνέβαλα με επιτυχία στη διαπίστευση του προγράμματος από τον διεθνή φορέα διαπίστευσης AACSB, γ) συνέβαλα στην διασφάλιση μάθησης του μεταπτυχιακού προγράμματος μέσω της ανάπτυξης του *Assurance of Learning (AoL) plan* για το μεταπτυχιακό πρόγραμμα, δ) εκπροσώπησα το μεταπτυχιακό πρόγραμμα στις επιτροπές με εξωτερικούς αξιολογητές, σε συναντήσεις με υποψήφιους φοιτητές, και με γραφεία πληροφόρησης σπουδών.

**Σεπ. 2017** Σχεδιασμός και οργάνωση εργαστηρίου (workshop) στο πλαίσιο της British Academy of Management (BAM) με τίτλο “*Reflections on the study of emotional states in consumer behaviour. Theoretical and practical implications*”, Πανεπιστήμιο Warwick (σε συνεργασία με I. Αννίνου).

## **ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ**

**2023** “*Embedding Graduate Employability Skills in the Marketing/Business Curriculum*”, Academy of Marketing (Marketing Education SIG), 12 Ιανουαρίου 2023.



- 2023** “*Creating, Capturing and Communicating Research Impact Workshop*”, University of Surrey και Research Impact Academy, 6 και 8 Φεβρουαρίου 2023.
- 2023** “*Empowered Educator: Embracing a New College Classroom!*” Sessions attended: Revamping & Revitalizing Your Teaching, Alternative Assessment Ideas for All Your Courses, Escape the Standard Lectures with Escape Rooms, Using Technology to Engage Students in an Online Course, Cengage Events, 14-15 Φεβρουαρίου 2023.
- 2023** “*Student Engagement (with learning and teaching)*”, University of Surrey, 8 Μαρτίου 2023.
- 2021** “*Digital Disruption: The Future Role of Artificial Intelligence*”, Surrey Business School, 3 Φεβρουαρίου 2021.
- 2021** “*Online classroom engagement*”, Surrey Business School, 3 Φεβρουαρίου 2021.
- 2021** “*Metaphors and Illness*”, School of Psychology του University of Surrey, 23 Φεβρουαρίου 2021.
- 2020** “*Active Digital Design Sprint*”, Surrey Business School, 6-10 Ιουλίου 2020.
- 2015** “*Foundations of Teaching and Learning*” (Grade: 78%), Coursera Online Courses, Σεπ.-Οκτ. 2015.
- 2012** “*KATAJA course Methodological Issues in International Business Research*”, School of Economics, Aalto University, Ελσίνκι, Φινλανδία, 5-9 Μαρτίου 2012.

#### **ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ**

*British Journal of Management, Management Learning, Journal of Marketing Management, Journal of Consumer Behaviour, Management Decision, International Journal of Internet Marketing and Advertising*

#### **ΓΛΩΣΣΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ**

- Αγγλική, Άριστα (City & Guilds Level 3, Mastery C2)
- SPSS, NVivo, MS Windows, MS Office, Panopto Lecture Capture, Zoom.

#### **ΛΟΙΠΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ**

- 2013 - 2015** Social Media Content Creator: Διαχειρίστρια της ιστοσελίδας της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ). Υπεύθυνη για ανανέωση, καταχώρηση, και μετάφραση περιεχομένου και διαχείριση του Twitter Social Media account της Ακαδημίας, Ιούνιος 2013 - Ιούνιος 2015.
- 2009 & 2008** Επόπτρια εκθέσεων στο Κέντρο Σύγχρονης Τέχνης Θεσσαλονίκης κατά τη

διάρκεια της 2ης *Biennale Σύγχρονης Τέχνης* Θεσσαλονίκης και της έκθεσης *No borders just N.E.W.S.* Ιούνιος 2009 - Σεπτέμβριος 2009 και Ιούνιος 2008 - Σεπτέμβριος 2008.