

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Δρ. Γεωργία Σταυράκη

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

E-mail: 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* (ICCMII).
- 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 (IKY).

ΤΟΜΕΙΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

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

ΑΡΘΡΑ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΣΗ

1. Stavraki, G., Plakoyiannaki, E. and Jaspersen, L. J. (2026). From Cutting Edges to the Cutting Edge: Knowing and Theorizing Through Collage Inquiry. *British Journal of Management* (ABS 4*) <https://doi.org/10.1111/1467-8551.70096>
2. Kitsos, S., Giannopoulos, A., Christou, E., Papatheodorou, A., Stavraki, G. and Triantafyllidis, G. (2026). Theorizing aviation tourism beyond a systematic review: New grounds for General Aviation. *Journal of the Air Transport Research Society* <https://doi.org/10.1016/j.jatrs.2026.100124>
3. Stavraki, G., Anninou, I., Pitardi, V. and Plakoyiannaki, E. (2025). Emotions and consumption experiences: An interplay of emotional states and consumer identity. *European Journal of Marketing*, 59 (13), 240-271 (ABS 3*) <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2023-0129>
4. Elf, P., Dilmperi, A., Whitehouse, S., Stavraki G., Farmer, C. and Casey, K. (2025). Fostering impact through resonance: Collaborative methodologies in arts research. *European Journal of Marketing*, 59(6), 1554-1566 (ABS 3*) <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2024-0342>
5. Anninou, I., Stavraki, G. and Floh, A., (2024). I can't get satisfaction: Examining the moderating role of service brand authenticity in the relationship of imperfect experiences and satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 38(7), 839-856 (ABS 2*) <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2023-0415>
6. Stavraki, G. and Anninou, I. (2022). 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>
7. 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>
8. Stavraki, G., Plakoyiannaki, E., 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>

9. 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>
10. Plakoyiannaki, E., Kampouri, A., Stavraki, G., 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. and Anninou, I. (forthcoming). I feel good: The impact of museum experiences in promoting health and wellbeing, SAGE Data Challenge.
2. Stavraki, G. (2024). Intercultural management in an art museum: Using visual research to understand cross-cultural experiences, SAGE Data Challenge.
3. Anninou, J. and Stavraki, G. (2024). Strategic decision processes: Understanding the effect of cultural differences in a superstore expansion, SAGE Data Challenge.

4. 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.
5. Anninou, J. and Stavraki, G. (2024). Tracking social media engagement: Reversing sales declines through influencer and customer behavior insights, SAGE Data Challenge.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

Άρθρα σε συνέδρια με πρακτικά με κρίση

1. Vlachou, A. and Stavraki, G. (2025). Sustainable human resources management: Manifestations and implications for healthcare management. Paper accepted at the 5th *International Conference on Health Management*, October 3-5, 2025.
2. Anninou, I., Flew, C. and Stavraki G. (2025). From Haha to Aha reactions: A netnographic study on how parody storytelling engages consumers. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *54th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Pozuelo (Madrid), Spain, 27-30 Μαΐου, 2025.
3. Stavraki, G. and Anninou, I. (2024). Assessment innovation and student experience: A Case study on the use of arts-based methods. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *International Conference on the Management of Educational Units*, 4-6 Οκτωβρίου, 2024.
4. Anninou, I. and Stavraki, G. (2024). Unravelling student experiences with arts-based assessment methods in marketing education. Στα πρακτικά του διεθνούς συνεδρίου *Academy of Marketing Conference*, United Kingdom, 1-4 Ιουλίου, 2024.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. 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.

10. 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.
11. 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 *46th Annual Conference of the European Marketing Academy (EMAC)*, Groningen, Netherlands, 23-26 Μαΐου 2017.
12. 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 (ICCMi)*, Thessaloniki, Greece, 21-23 Ιουνίου 2017.
13. 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 (ICCMi)*, Thessaloniki, Greece, 21-23 Ιουνίου 2017.
14. 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 (ICCMi)*, London, United Kingdom, 30 Ιουνίου - 3 Ιουλίου 2015.
15. 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 (ICCMi)*, Athens, Greece, 18-20 Ιουνίου 2014.
16. 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 (ICCMi)*, Thessaloniki, Greece, 13-15 Ιουνίου 2012.
17. 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 (ICCMi)*, Thessaloniki, Greece, 13-15 Ιουνίου 2012.
18. 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.
19. 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.

20. 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.
21. 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.
22. 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.

Άρθρα σε συνέδρια με κρίση χωρίς πρακτικά

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.

Conference leadership

1. Gouna, O. and Stavraki, G. (2026). Reimagining health and welfare management: Inclusivity, innovation and impact. Participation in the scientific committee of the *International Conference on Health Management (ICOHEMA)*, Thessaloniki, Greece.
2. Anninou I. and Stavraki, G. (2017). Reflections on the study of emotional states in consumer behaviour. Theoretical and practical implications. Workshop organised for the *British Academy of Management (BAM) Conference*, Warwick, United Kingdom.

Προσκεκλημένες ομιλίες

1. Stavraki, G. (2026). The use of collage as a research methodology: Depicting the Pontian identity. Presentation delivered to the *20th Anniversary Panhellenic Meeting of Pontian Youth*.
2. Stavraki, G. (2026). Contemporary Marketing Trends in Greece. Invited Keynote Speech as part of the *Money Show* organised by the *Marketing Institute* (Edeve - Management Association of Northern Greece).
3. Stavraki, G. (2025). Art experiences: The role of immersion and emotions in the museum space. Presentation delivered to the *International Symposium "Museums & Destination Experience: Challenges and Prospects"* organized by the *Folklife and Ethnological Museum of Macedonia-Thrace*.

4. Anninou, I. and Stavraki, G. (2025). Bringing business education to life: Engaging students through the arts. Presentation delivered to the *Industry Weely Digest* organized by the Surrey Business School.
5. Stavraki, G. and Anninou, I. (2025). Student Engagement through Photo-Elicitation: An Arts-Based Approach. Presentation delivered to the *SIG Academy of Marketing (AM Marketing Education SIG Lunchtime Online Research Seminar Series)*.
6. Stavraki, G. (2025). Marketing and Communications in Tourism. Presentation delivered to the *Italian-Hellenic Chamber of Commerce of Thessaloniki*.
7. Stavraki, G. (2025). Creating unique tourism experiences. Presentation delivered to a Workshop aimed at strengthening *Entrepreneurial Discovery in the field of Experiential Tourism in the South Aegean*.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΗ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο

- | | |
|---------------|--|
| 2024 – Σήμερα | <p>Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου, αυτοδύναμη διδασκαλία, 2024/25 - ▪ Διοίκηση Μάρκετινγκ, αυτοδύναμη διδασκαλία, 2023/24 - ▪ Διοίκηση Ποιότητας, αυτοδύναμη διδασκαλία, 2024/25 – 2025/26 ▪ Τεχνικές Επικοινωνίας στην Εκπαιδευτική Διαδικασία, αυτοδύναμη διδασκαλία, 2024/25. |
| 2016 – 2023 | <p>Department of Marketing, University of Surrey, United Kingdom</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 | <p>Department of Marketing, Oxford Brookes University, United Kingdom</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Διαχείριση Εμπειρίας Πελατών (Customer Experience Management), αυτοδύναμη διδασκαλία, 2015/16 |

Διδασκαλία σε μεταπτυχιακό επίπεδο

- | | |
|-------------|---|
| 2023 – 2024 | <p>Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ και Τουρισμού, Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Μάρκετινγκ, ΠΜΣ στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων (MBA), |
|-------------|---|

αυτοδύναμη διδασκαλία, 2023/24 –

- **Μάρκετινγκ Εκπαιδευτικών Μονάδων**, ΠΜΣ Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων, 2025/26 -
- **Στατιστική Ανάλυση και Εκπαιδευτική Έρευνα**, ΠΜΣ Διοίκηση & Οργάνωση Εκπαιδευτικών Μονάδων, 2024/25 -
- **Ποιοτική και Ποσοτική Ανάλυση Δεδομένων Έρευνας**, ΔΠΜΣ Διοίκηση Μονάδων Υγείας & Πρόνοιας, 2024/25 –
- **Μεθοδολογίες Έρευνας**, ΠΜΣ Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών, 2024/25 –

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. Επιβλέπω επίσης διπλωματικές εργασίες στο ΠΜΣ στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων (MBA), Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδος.

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 επανασχεδίασα (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.

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.

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΗΓΕΣΙΑ & ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Κριτής σε επιστημονικά περιοδικά

British Journal of Management, Management Learning, Journal of Business Research, Journal of Marketing Management, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Journal of Consumer Behaviour, Management Decision, International Journal of Internet Marketing and Advertising, Journal of Sustainable Marketing

Ακαδημαϊκή Συνεισφορά & Υπηρεσία.

2025- Co-editor of the *International Journal of Contemporary Education Theory and Research*.

2026 Special Issue Guest editor: Anninou, I., Stavraki G. and Khan, J. (2026): AI in Higher Education: Teaching and Learning in an AI-powered world. *Journal of Contemporary Education Theory and Research*.

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.