



**ΕΙΡΗΝΗ ΧΡ. ΚΑΜΕΝΙΔΟΥ,
PhD, MSc, BSc., BSc., BA
ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ MARKETING
ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ (ΔΠΘ)**

Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας
Τμήμα: Αμπελουργίας και Οινολογίας,
1ο χλμ. Δράμας- Μικροχωρίου, 66100 Δράμα
E-Mail: eikamenidou@vo.duth.gr
Τηλ. γραφείου: ---

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ-ΠΤΥΧΙΑ

- PhD. Μάρκετινγκ Τροφίμων (1999)**, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ), Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών. Τίτλος διδακτορικής διατριβής: Έρευνα Αγοράς των Μεταποιημένων Προϊόντων Ροδάκινων στην Αστική Περιοχή της Θεσσαλονίκης. σελ. 400.
- MSc (Μεταπτυχιακό Integrated MSc Αγροτικής Οικονομίας; 2019) & Πτυχίο στην Αγροτική Οικονομία (1989)**. ΑΠΘ, Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών (5 έτη σπουδών, integrated MSc βάση του νόμου 3231/22.08.2019). Τίτλος πτυχιακής διατριβής: Κόστος μεταποίησης βιομηχανικών προϊόντων τομάτας που παράγονται από τη συνεταιριστική βιομηχανία Λαγκάδα
- Πτυχίο Διοίκησης Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων (1985)**. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας, Τμήμα Διοίκησης Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων.
- Πτυχίο Δημοσιογραφίας (1986)**. Κέντρο Ελευθέρων Φιλοσοφικών & Κοινωνικών Σπουδών Θεσσαλονίκης (1988) -Ιδιωτικό Κολλέγιο (3 έτη σπουδών)

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

- Αγγλικά:** Άριστα (1970-1977 -8 χρόνια στις ΗΠΑ, Columbia Missouri & East Lansing Michigan: Δημοτικό Σχολείο και ένα χρόνο από το Middle School που είναι ανάλογο με το γυμνάσιο). Κάτοχος Proficiency του Michigan (1991) και Lower του Cambridge (1990).
- Chinese:** Στοιχειώδη επικοινωνία (HSK1, HSK2 & HSKK1)
- Γαλλικά:** Βασική επικοινωνία

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ – ΜΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ

- ✓ **2002-2005:** Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, Γεωργο-οικονομολόγος. Κενή οργανική θέση: Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Θέση: Αξιολογητής και επιθεωρητής.
- ✓ **1999-2001:** PEGASUS Ατομική Επιχείρηση Marketing
- ✓ **1991-1997:** Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ – KONSUM - COOP Θεσσαλονίκης. Καταναλωτικός Συνεταιρισμός (Σούπερ Μάρκετ τροφίμων). Αντικείμενο: Υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων, Στέλεχος Μάρκετινγκ της Επιχείρησης και Διευθύντρια σύνταξης του περιοδικού «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ».
- ✓ **1983-1990:** Συνεταιρισμοί και Βιομηχανίες (ΣΕΚΟΒΕ, ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ Γ.Σ., Ε.Γ.Σ. ΛΑΓΚΑΔΑ, ΑΜΒΡΟΣΙΑ, ΜΕΛΙΣΣΑ, κá). Αντικείμενο: Τμήμα μάρκετινγκ & Ποιοτικός έλεγχος

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ – ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ

30/9/2023-31/8/2025	Αντιπρόεδρος Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (ΔΕΤ), Σχολής Διοικητικής Επιστήμης και Λογιστικής ΔΠΘ
5/4/2024-31/8/2025	Μέλος προσωρινής συνέλευσης Τμήματος Αγροτικής Βιοτεχνολογίας και Οινολογίας της Σχολής Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, ΔΠΘ
2021-2025	Συντονιστική Επιτροπή του ΠΜΣ Executive MBA στον Τουρισμό Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (ΔΠΘ & ΔΙΠΑΕ).
2024-2025	Συντονιστική Επιτροπή του ΠΜΣ Executive MBA Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας ΔΠΘ.
2019-2022	Συντονιστική Επιτροπή του ΠΜΣ Digital Marketing στο τμήμα ΔΕΤ του ΔΙΠΑΕ (2019-2022).
2014-2017 (20/10/2017)	Κοσμήτορας Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, Διεθνές Πανεπιστήμιο Ελλάδας. Παραίτηση στις 21 Οκτωβρίου λόγω σύγκρουσης συμφερόντων (Ν. 4485 / 4-8-2017) με θέση μέλους ΣΕΠ στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
2009-2017	Διάφορες διοικητικές θέσεις όπως Υπεύθυνη της κατεύθυνσης Marketing του ΠΜΣ MBA της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ ΑΜΘ, Μέλος της Συγκλήτου του ΤΕΙ ΑΜΘ, Μέλος του Πειθαρχικού Συμβουλίου του ΤΕΙ ΑΜΘ, Μέλος της Ομάδας Εσωτερικής Αξιολόγησης του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΟΜΕΑ), Αναπληρωματικό μέλος της Επιτροπής Ερευνών του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (πρώην ΤΕΙ Καβάλας), κá

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ -ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ

Διδασκαλία σε Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ)

2013-2025	<u>ΔΙΠΑΕ, ΔΠΘ και ΤΕΙ ΑΜΘ, ΠΜΣ:</u> Digital Marketing (2018-2022), MBA και Executive MBA (2013-2025), και Executive MBA Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών (2019-2025)
-----------	---

2018-2020 & 2009-2010	Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Σχολή Κοινωνικών Σπουδών, ΜΠΣ: Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Μέλος ΣΕΠ (διατριβές
2012-2017	ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών, Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών, διδασκαλία μισού μαθήματος, στο ΜΠΣ "Καινοτομία στην Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα".
2010	ΔΠΘ. Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, Τμήμα Δασολογίας και Διαχείρισης Περιβάλλοντος και Φυσικών Πόρων. ΠΜΣ, MSc στη Διατήρηση και Αποκατάσταση Χερσαίων Φυσικών Οικοσυστημάτων.
2003-2005	ΤΕΙ Λάρισας. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης και Διαχείρισης Έργων σε σύμπραξη με το Πανεπιστήμιο Staffordshire της Μ. Βρετανίας. Διδασκαλία σε δύο ΜΠΣ: 1. Master στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - MBA (Master in Business Administration) και 2. Master στην Επιστήμη της Διοίκησης (Master of Science in Management).

Διδασκαλία σε Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΠΠΣ)

1/9/2025-	ΔΠΘ. Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, Τμήμα Αμπελουργίας και Οινολογίας. Καθηγήτρια Μάρκετινγκ
3/2024 – 30/8/2025	ΔΠΘ, Σχολή Διοικητικής Επιστήμης και Λογιστικής Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (ΔΕΤ). Καθηγήτρια Μάρκετινγκ
2019 – 3/2024	ΔΠΙΑΕ. Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας. Καθηγήτρια Μάρκετινγκ
2019- 2002- 2017	Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ). Σχολή Ανθρωπιστικών Σπουδών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Μέλος ΣΕΠ (Συνεργαζόμενο Επιστημονικό Προσωπικό). Θεματικές Ενότητες: Marketing I (2002-2003; 2004-2010; 2019--) & Marketing II (2002-2004; 2010-2017).
2005-2019 (May)	ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (EMaTTech)- πρώην ΤΕΙ Καβάλας. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, κατεύθυνση Μάρκετινγκ. Καθηγήτρια Μάρκετινγκ (2012-2019) & Αναπλ. Καθηγήτρια Μάρκετινγκ (2005-2012)
2000-2005 & 1990	ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης. Επιστημονικός συνεργάτης με πλήρη προσόντα.
2001-2003	Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης. Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης. Π.Δ. 407/80 στη βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή
2000-2002	ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, παράρτημα Φλώρινας, Τμήμα Εμπορίας και Ποιοτικού Ελέγχου Αγροτικών Προϊόντων. Επιστημονικός συνεργάτης με πλήρη προσόντα.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ: 2005-2023: Συμμετοχή σε διάφορα ερευνητικά προγράμματα, όπως το terroir Δράμας (κωδικός έργου: T2EΔK-02974 Drama terroir), το Εργαστήριο Οίνου, το INTERREG V-A ΕΛΛΑΔΑ – ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014-2020, το INTERREG III:

Ολοκλήρωση του ελληνοβουλγαρικού τουριστικού προϊόντος, Ερευνητικό Έργο του Υπουργείου Παιδείας και της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς, Εκπαιδευτής Έργου, το έργο ΕΡΕΑΕΚ II για την ηλεκτρονική μάθηση, το Ερευνητικό Έργο: Παράγοντες Επιλογής Τραπεζών και Ικανοποίηση Καταναλωτών στην πόλη της Καβάλας και Αξιολόγηση Πελατών της Εικόνας Σούπερ Μάρκετ στην πόλη της Καβάλας.

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΟ ΕΡΓΟ

Περιοδικά/Συνέδρια	Number
SCOPUS Περιοδικά και Συνέδρια (στο SCOPUS +προσεχή)	76 (74+2)
Περιοδικά στο Web of Science (Clarivate IF)	21
Περιοδικά CABS/ABS (Journals: CABS/ABS: 1*-3*)	10
Περιοδικά ABDC list (Journals)	14
Περιοδικά SJR list (Journals)	35
Περιοδικά SSCI/ SCI (Conferences)	8
Περιοδικά διεθνή με σύστημα κριτών	60
Βιβλία	1
Κεφάλαια σε βιβλία	6
Άρθρα σε σειρές βιβλίων	37
Επιμέλεια βιβλίου	1

Διδακτορική Διατριβή: Καμενίδου, Ειρ. (1999). Έρευνα Αγοράς των Μεταποιημένων Προϊόντων Ροδάκινων στην Αστική Περιοχή της Θεσσαλονίκης. Διδακτορική διατριβή, ΑΠΘ Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών, Θεσσαλονίκη (σελ.400).

Άρθρα σε διεθνή περιοδικά: 60:

SCOPUS= 35; CABS/ABS (1*-3*) = 10; SSCI/SCI=21- Ενδεικτικά:

1. Vassilikopoulou, A., **Kamenidou, I.**, & Priporas, C. V. (2024). Negative Airbnb reviews: an aspect-based sentiment analysis approach. EuroMed Journal of Business, 19(2), 191-207. (CABS: 1*; IF= 4.6; Scopus: 12.4; ABDC-JQL list: C*; SCIMAGOJR, CABS, EconLit)
2. Priporas, C. V., Nagarajan, D. V., & **Kamenidou, I. E.** (2023). A technology-people-integrated toolkit for retail care management during a crisis. Journal of Retailing and Consumer Services, 73, 103304. (IF=13.1; SCOPUS: 22.7; SJR: 3.439; SNIP:2.992; ABDC List: A; SCIMAGOJR: Q1) (CABS-ABS; REPEC; SNIP; SCOPUS; SSCIE; WHO COVID-19 Research Database)
3. Priporas, C.-V., Vellore-Nagarajan, D. and **Kamenidou, I.(E).** (2022). Stressful eating indulgence by generation Z: a cognitive conceptual framework of new age consumers' obesity. European Journal of Marketing, 56 (11):2978-3006. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2021-0386> (CABS: 3*; IF=5.181; Scopus: 8.1; ABDC list: A*; SCIMAGOJR: Q1)

4. Stavrianea, A. and **Kamenidou, I. (E) (2022)**. Memorable tourism experiences, destination image, satisfaction, and loyalty: an empirical study of Santorini Island. *EuroMed Journal of Business* 17 (1), 1-20. ((CABS: 1*; IF= 5.2; Scopus: 6.8; ABDC-JQL list: C*; SCIMAGOJR, CABS, EconLit).
5. **Kamenidou, I.E.**, Stavrianea, A., & Liava, C. (2020). Achieving a Covid-19 Free Country: Citizens Preventive Measures and Communication Pathways. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 4633 (SCOPUS: 8.5; SNIP: 1.219; SJR:0.919) (SCOPUS, SNIP, SJR; ProQuest, WHO COVID-19 Research Database).
6. Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & **Kamenidou, I. E. (2020)**. Social media for cultural communication: A critical investigation of museums' Instagram practices. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(2), 38-44. (SCOPUS: 5.8; SJR: 0.434; SNIP:0.761) (SCOPUS; SJR; SNIP; SSRN by Elsevier (Social Sciences Research Network; EBSCO)
7. Priporas, C.V., Stylos, N., & **Kamenidou, I. (2020)**. City image, city brand personality, and Generation Z residents' overall life satisfaction in economic crisis era: Predictors of city-related social media engagement. *Journal of Business Research*, 119, 453-463 (ABS/ CABS: 3*; ABDC: A; IF= 11.3; SCOPUS: 16.0; SJR: 2.895; SNIP:3.238). (CABS-ABS; ABDC List; SCOPUS; SSCIE; PsycINFO; SJR; SNIP)

Κεφάλαια βιβλίων: 6

1. Mamalis, S., **Kamenidou, I.**, Karampatea, A., Bouloumpasi, E., & Skendi, A. (2024). Generational Cohort's Wine Choice: Is Terroir a Significant Factor?. In *Business in Uncertainty: Evolution, Transformation and Adaptation Across Disciplines and Typologies* (pp. 203-224). Cham: Springer Nature Switzerland.
2. **Kamenidou, I.**, Gkitsas, S., Mamalis, S., Mylona, I., Pavlidis, S., & Stavrianea, A. (2024). The Effect of Area of Residence and Income on Generation Z Cohort's Intention to Consume Insects. In *Business in Uncertainty: Evolution, Transformation and Adaptation Across Disciplines and Typologies* (pp. 161-181). Cham: Springer Nature Switzerland.
3. **Kamenidou, I (E)**, Menexes, G., and Gkitsas S. (2023). *Ch 15 Attitudes to sustainable food consumption (SFC): generational cohort differences*, Consumers and food: Understanding and shaping consumer behaviour (ed. Prof. Marian Garcia Martinez), Burleigh Dodds Science Publishing, Cambridge, UK (47 pages), <https://doi.org/10.1201/9781003477020>
4. **Kamenidou, I.**, Vassilikopoulou, A., and Priporas, CV (2021). New sheriff in town: Discovering Generation Z as tourists. In Stylos, N., Rahimi, R., and Okumus, B. (Eds), *Generation Z Marketing and Management Tourism and Hospitality*, Palgrave Macmillan (pp. 121-140). Palgrave Macmillan, Cham
5. Patsala, P., Priporas, CV, Michali, M., and **Kamenidou I(E) (2021)**. Capturing marketing academics' conceptions of creativity: teaching practices and challenges in Pantano, E. (Eds), *Greek higher education in Creativity and Marketing: The Fuel for Success*. Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 169-186. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-330-720211011>

6. **Kamenidou, I.**, Rigas, K and Priporas, C.V. (2017). Household behavior on food security during economic crisis. In G. Mergos and M. Papanastassiou (Eds), Investment and Financing along Agro-food Value Chains for Food Security and Sustainability, Palgrave, London, pp. 243-261.

Αρθρα σε σειρές βιβλίων: 37 (SCOPUS). Ενδεικτικά:

1. Mamalis, S., **Kamenidou, I.(E).**, Bouloumpasi, E., and Karampatea, A. (2026). Consumer attitudes towards visiting a wine destination. 188 th EAAE Seminar “Reorienting agri-food chains to hinder climate change and food security threats”. Accepted for the Springer’s book series “Cooperative Management”. (accepted forthcoming) (SCOPUS)
2. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Stavrianea, A., Mylona, I., Bara, EZ (2026). Intragenerational differences in information quality and credibility of Influencer Marketing: Insight from the generation Z student cohort. In: Kavoura A., et al. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
3. Mamalis, S., and **Kamenidou, I. (2026)**. Understanding Generational Differences in Wine Tourism Motivation: Implications for Targeted Marketing. International Conference on Applied Economics, (ICOAE 2025). Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
4. Bara, EZ, Mamalis, S., Stavrianea, A., and **Kamenidou, I. (2026)**. Teachers Perspectives on the role of social marketing in Combating school bullying: results from the pilot study. In: Kavoura A., et al. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
5. Mamalis, S., and **Kamenidou, I. (2026)**. Understanding Wine Consumer Segments Through Extrinsic Cues Preference Analysis. In: Kavoura A., et al. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)

Βιβλίο : Siomkos, G., Vassiliadis, C., Giovanis, A., Kamenidou, I(E), Karayanni, D., Mamalis, S., Boutsouki, C., Salamoura, M., Fotiadis, T. (2025) MARKETING: From Basic Principles to Modern Challenges. Ed. 1st, Klidarithmos, Athens, ISBN: 978-960-645-650-3] [Σιώμκος, Γ., Βασιλειάδης, Χ., Γιοβάνης, Α., Καμενίδου, Ε., Καραγιάννη, Δ., Μαμαλής, Σ., Μπουτσουκη, Χ., Σαλαμουρα, Μ., Φωτιάδης, Θ. (2024). «MARKETINGK: Από τις Βασικές Αρχές στις Σύγχρονες Προκλήσεις». Έκδοση: 1 η, ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ Αθήνα, ISBN: 978-960-645-650-3]

Επιμέλεια Βιβλίου: Dibb S., Simkin L, Pride W.M., Ferrell O.C (2021). Marketing Concepts & Strategies. General editing: **Kamenidou, Eirini;** Kokkinis, George; and Fotiadis, Thomas (Textbook, p. 948) ISBN: 9789925576388, Broken Hill Publishers (In Greek)

Πρακτικά διεθνών συνεδρίων: 49. Ενδεικτικά:

1. Mamalis, S., Kamenidou, I.(E)., Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2024). Do wine consumers know the meaning of wine terroir? Preliminary results from ongoing research in Greece.

Proceedings of the 11th ICCMI (International Conference on Contemporary Marketing Issues), 12-14 of July 2023 Corfu Greece. (pp. 12-16)

2. Kamenidou, I.(E)., Gkitsas, S., Mamalis, S., Mylona, I., Pavlidis, S., and Stavrianea, A. (2023). Area of Residence and Income Intragenerational Cohort Differences of Generation Z In Intention to Try Edible Insects. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, THE 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (pp.282-294) ISBN: 978-9963-711-98-7 (SSCI)

3. Mamalis, S., Kamenidou, I.(E)., Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2023). Are Wine Terroir Characteristics Important? Generational Cohort Differences. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, THE 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (pp.443-454) ISBN: 978-9963-711-98-7. (SSCI)

4. Mamalis, S; Kamenidou, I(E); Pavlidis, S., Eytixidou, A. (2022). Generation Z knowledge and purchasing behavior towards products with geographical identification. Proceedings of the 10th International Conference on ICT in Agriculture, Food and Environment: HAICTA 2022, (SCOPUS), Vol-3293, p. 332-336. <https://ceur-ws.org/Vol-3293/>

5. Kamenidou, I.(E)., Stavrianea, A., Mamalis, S., Gkitsas, S., and Pavlidis, S. (2022). Organic food decision making segmentation: preliminary findings. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, The 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (pp.462-473) (SSCI)

- ✓ Ανακοινώσεις σε διεθνή συνέδρια με το σύστημα κριτών : 6
- ✓ Εθνικά Επιστημονικά Περιοδικά με κριτές (9)
- ✓ Πρακτικά Εθνικών Συνεδρίων: 15
- ✓ Άλλες δημοσιεύσεις: 12

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ- ΥΠΗΡΕΣΙΑ:

- ✓ Scholar.google citations: 2267; SCOPUS citations: 957
- ✓ Author impact: h-index (Scholar Google): 22
- ✓ Author impact: i10-index (Scholar Google): 36
- ✓ Author impact: h-index (SCOPUS): 15
- ✓ Αξιολογήτρια Ευρωπαϊκών και Ελληνικών χρηματοδοτούμενων έργων από το 2014-2019, Κριτής σε Διεθνή Συνέδρια και Ακαδημαϊκά Περιοδικά όπως το Journal of Business Research (JBR), το European Journal of Marketing, Συν-επιμελήτης – Συντακτική Επιτροπή σε ακαδημαϊκά περιοδικά, Συμμετοχή σε Επιστημονικούς Οργανισμούς - Εταιρείες - Ενώσεις και Κοινωνική - Κοινοτική Συμμετοχή