

Βιογραφικό σημείωμα

Προσωπικά στοιχεία



Όνομα	Σπύρος Γούναρης
Τμήμα	Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
Θέση	Αναπληρωτής Καθηγητής
Επικοινωνία	2108203712 sgounar@aueb.gr

Σπουδές

1985–1989 Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Αθήνα

- Πτυχίο του τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων, κατεύθυνση στο Μάρκετινγκ, με βαθμό «Λίαν Καλώς».

1989–1990 University of Strathclyde Γλασκόβη

- Απόκτηση του πτυχίου Master of Science (MSc) στο Μάρκετινγκ. Θέμα διπλωματικής εργασίας: «An Exploratory Study of the Brand Management's Future in the 1990's»

1991–1995 Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών Αθήνα

- Απόκτηση Διδακτορικού Διπλώματος (PhD) στο Μάρκετινγκ με βαθμό «Άριστα». Θέμα της Διδακτορικής Διατριβής: «Ανάπτυξη, Εφαρμογή και Αποτελεσματικότητα του Μάρκετινγκ - Στοιχεία από την Ελληνική Πραγματικότητα»

Ακαδημαϊκή σταδιοδρομία

- 2008 – σήμερα Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
- 2002 – 2008 Επίκουρος Καθηγητής Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας
- 1997 – 2002 Λέκτορας Μάρκετινγκ στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Επιχειρησιακής Έρευνας & Μάρκετινγκ

Επιστημονικές δημοσιεύσεις

Δημοσιεύσεις σε Διεθνή Επιστημονικά περιοδικά μετά από κρίση (Blind Review Process)

- 1) "Marketing Orientation and Company Performance: A Comparative Study of Industrial vs. Consumer Goods Companies", **Industrial Marketing Management**, vol. 26, no.5, pp.1-18, 1997 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, *Impact Factor 1.40*),
- 2) "Marketing Orientation and its Determinants: An Empirical Analysis" **European Journal of Marketing**, volume 33, nos. 11/12, p.1003-37, 1999 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη *Impact Factor 0.71*),
- 3) "Market Orientation Development: A Comparison of Industrial vs. Consumer Goods Companies", **Journal of Business & Industrial Marketing**, vol. 16, no. 5, pp. 354-81, 2001, (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, *Impact Factor 0.53*)
- 4) "Behavioural Responses to Customer Satisfaction: An Empirical Study", **European Journal of Marketing**, vol. 35, nos. 5, p. 687-707, 2001 (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο και Α. Αθανασόπουλο *Impact Factor 0.71*)
- 5) "An Empirically Based Typology of Product Innovativeness For New Financial Services: Success and Failure Scenarios", **Journal of Product Innovation Management**, vol. 18, no. 5, pp. 324-42, 2001 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου, *Impact Factor 2.65*)
- 6) "Antecedents of Trust in Industrial Service Relationships and the Moderating Effect of the Duration of the Relationship", **Journal of Services Marketing**, vol. 16, no.7, pp. 636-655, 2002 (συνεργασία με Κ. Venetis)
- 7) "Market Share and Customer Satisfaction: What is the Missing Link?", **Journal of Euromarketing** vol. 10, no.4, pp. 61-82, 2002, (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου, Α. Κουρεμένο, Π. Παπασταθοπούλου)
- 8) "Antecedents to Perceived Service Quality: An Exploratory Study in the Banking Sector", **International Journal of Bank Marketing**, 2003, vol. 21, no.4, p. 168-90 (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο και Α. Αθανασόπουλο)
- 9) "Assessing Service Quality on the WEB: Evidence from B2C Portals", **Journal of Services Marketing**, 2003, Vol. 17, No.5, p.529-48 (συνεργασία με Σ. Δημητριάδη)

- 10) "Assessing the importance of the development activities for successful new services: Does innovativeness matter?", *Journal of International Bank Marketing*, 2003, vol. 21, no 5, pp 266-79 (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη)
- 11) "*Antecedents and Consequences of Brand Loyalty: Some Empirical Evidence*", *Journal of Brand Management*, 2004, vol. 11, no 4, pp 283-306 (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο)
- 12) "*Managing the Firms' Behaviour through Market Orientation Development*" **European Journal of Marketing**, 2004 vol. 38, nos. 11/12, pp. 1481-508 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη και Π. Παπασταθοπούλου, *Impact Factor 0.71*)
- 13) "*The Role of Trust and Commitment in Customer Retention: Insights from B2B Services*", **Journal of Business Research**, 2005, vol. 58 no 2, pp.126-40 (*Impact Factor 0.94*)
- 14) "*Uncovering the Keys to Successful Service Elimination: Project ServDrop*" *Journal of Services Marketing* , 2006, Vol. 20 no. 1, p24-36 (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη)
- 15) "*Measuring Service Quality in B2B Services: An evaluation of the SERVQUAL scale vis-à-vis the INDSERV scale*" *Journal of Services Marketing*, 2005, Vol. 19 no. 6, pp421-435
- 16) "*Pricing Objectives Over The Service Life Cycle: Some Empirical Evidence*", **European Journal of Marketing** 2005 vol. 39, nos. 5/6, pp. 696-714, (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη και Κ. Ήντουνα, *Impact Factor 0.71*)
- 17) "*An Alternative Measure for Assessing Perceived Quality of Software House Services*", **The Service Industries Journal**, 2005 Vol. 25, no 6, pp. 803-23 (*Impact Factor 0.45*)
- 18) "*Antecedents of Perceived Quality in the Context of Internet Retail Stores*", *Journal of Marketing Management*, 2005, Vol. 21 Issue 7/8, p669-700 (συνεργασία με Σ. Δημητριάδη και Β. Σταθακόπουλο)
- 19) "*Measuring Internal Market Orientation in Services: Some Empirical Evidence*", **Journal of Business Research** 2006, vol.59, no. 4, pp432-48 (*Impact Factor 0.94*)
- 20) "*Successful new-to-the-market versus 'me-too' retail financial services: The influential role of Marketing, Sales, E.D.P./Systems and Operations*", *International Journal of Bank Marketing*, 2006, Vol. 24 Issue 1, p53-70 (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη).
- 21) "*The Notion of Internal Market Orientation and Employee Job Satisfaction: Some Preliminary Evidence*", *Journal of Services Marketing*, 2008, Vol. 22 no1, 68 - 90

- 22) "The relationships of customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions", *Journal of Relationship Marketing*, 2007, Vol. 6 no1 (συνεργασία με Ν. Τζεμπελίκο και Κ. Χατζηπαναγιώτου)
- 23) "Measuring the Effectiveness of Marketing Information Systems: An Empirically Validated Instrument", *Marketing Intelligence and Planning* 2007, Vol. 25 no6, 612-31; (συνεργασία με Γ. Πανηγυράκη, Κ. Χατζηπαναγιώτου)
- 24) "Antecedents of Internal Marketing Practice: Some Preliminary Empirical Evidence", **International Journal of Service Industry Management**, 2008, vol. 19 no3, pp. 400-434 (*Impact Factor 0.86*)
- 25) "Using the extended innovation attributes framework and consumer personal characteristics as predictors of internet banking adoption" *Journal of Financial Services Marketing*, 2008 vol. 13 no1, 39-51 (συνεργασία με Χ. Κορίτο)
- 26) "Investigating the Drivers of Internet Banking Adoption Decision: A Comparison of Three Alternative Frameworks" *International Journal of Bank Marketing*, 2008, vol. 26 no 5, pp. 282-304 (συνεργασία με Χ. Κορίτο)
- 27) "An Examination of the Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioral Intentions in e-shopping" *Journal of Services Marketing*, forthcoming 2010, vol. 24 no3 (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο και Σ. Δημητριάδη)
- 28) "Person-place congruency in the Internet Banking context", **Journal of Business Research** forthcoming (συνεργασία με Χ. Κορίτο και Κ. Βασιλικοπούλου, *Impact Factor 0.94*).
- 29) "Internal-Market Orientation: A Misconceived Aspect of Marketing Theory" **European Journal of Marketing** forthcoming (συνεργασία Κ. Χατζηπαναγιώτου και Κ. Βασιλικοπούλου, *Impact Factor 0.71*)

Ανακοινώσεις σε πρακτικά διεθνών συνεδρίων μετά από κρίση (Blind Review Process)

- 30) "Company Performance. Does Marketing Orientation Matter?", Πρακτικά 21ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1992, Άρχους Δανίας, σελ. 83-95 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Θ. Κουρεμένο),
- 31) "Discriminating Profitable and Unprofitable Companies on the Basis of Their Marketing Profiles", Πρακτικά 22ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1993, Βαρκελώνη Ισπανίας, σελ. 105-21 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Θ. Κουρεμένο),

- 32) "Assessing Marketing Effectiveness - Some Preliminary Results", Πρακτικά 23ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1994, Μάαστριχ Ολλανδίας, σελ. 1199-201 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Θ. Κουρεμένο),
- 33) "Marketing Orientation: A Powerful, and Fruitful, Competitive Edge for Industrial Marketers", Πρακτικά 25ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1996, Βουδαπέστη Ουγγαρίας, σελ. 491-510 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη),
- 34) "Company and Market Correlates of Marketing Orientation Development: An Empirical Investigation", Πρακτικά 26^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1997, Coventry, Μ. Βρετανία, σελ. 536 - 555 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη),
- 35) "What Does Marketing Orientation Mean in Practice? Some Empirical Evidence" Πρακτικά 28^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 1999, Βερολίνο, Γερμανία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου),
- 36) "An Exploratory Study in the Understanding of Consumers' Attitudes Towards the Internet", Πρακτικά 29^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2000, Ρότερνταμ, Ολλανδία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου)
- 37) "Market Share and Customer Satisfaction: Are They Always Related?", Πρακτικά 30ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2001, Μπέργκεν, Νορβηγία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Α. Κουρεμένο, Ν. Παπαβασιλείου, Π. Παπασταθοπούλου)
- 38) "What functions influence the success of new-to-the-market vs. 'me-too' retail financial services?", Πρακτικά 30^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2001, Μπέργκεν, Νορβηγία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου)
- 39) "An integrative model of new service performance: Evidence from the Greek financial services market" Πρακτικά Διετούς Συνεδρίου Παγκόσμιας Ακαδημίας Μάρκετινγκ, Κάρντιφ, Ουαλία, 2001 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη και Π. Παπασταθοπούλου)
- 40) "An Exploratory Investigation of the Effect of Formality on the Content of the Service Elimination Process" Πρακτικά 31^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2002, Μίνχο, Πορτογαλία, (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου)
- 41) "Exploring the Relationship between Task Environment and Market Orientation Adoption" Πρακτικά 32^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC),

- 2003, Γλασκόβη, Μεγάλη Βρετανία, (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου)
- 42) "Identifying the Antecedences of Service Elimination Performance", Πρακτικά 33^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2004, Murcia, Spain, (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου)
- 43) "Service Elimination Decision-Making And The Product Life Cycle Model: Project Servndrop", Πρακτικά 12^{ου} Συνεδρίου Παγκόσμιας Ακαδημίας Μάρκετινγκ, University of Muenster, Germany, (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου, Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου)
- 44) "The Impact of Internal Market Orientation on Employee Job Satisfaction: Some Preliminary Evidence", Πρακτικά 34^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2005, Milan, Italy (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο)
- 45) "Modeling the relationship between customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions", Πρακτικά 35^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2006, Αθήνα, Ελλάδα (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Ν. Τζεμπελίκο)
- 46) "Information and Communication Technologies' adoption: Scenarios for success and failure", American Marketing Association Conference, 2006, Chicago, US (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη)
- 47) "The Role of Innovation Attributes on Consumers Decision to Adopt Internet Banking Services: Empirical Evidence from Greece", Πρακτικά 36^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2007, Ρέικιαβικ, Ισλανδία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Χ. Κορίτο, Π. Παπασταθοπούλου)
- 48) "Key Account Management Effectiveness - A Pilot Relationship Marketing Perspective", Πρακτικά 36^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2007, Ρέικιαβικ, Ισλανδία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Ν. Τζεμπελίκο)
- 49) "Linking different types of ICT adoption conditions to their performance outcome" Πρακτικά 36^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2007, Ρέικιαβικ, Ισλανδία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου και Ν. Παπαβασιλείου)
- 50) "Organizational antecedents of ERP user acceptance" Πρακτικά 36^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2007, Ρέικιαβικ, Ισλανδία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου)

- 51) "Using The Extended Innovation Attributes Framework And Consumer Personal Characteristics As Predictors Of Internet Banking Adoption", Πρακτικά 1ου Διεθνούς Διετούς Συνεδρίου στο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, 2007, Χίος, Ελλάδα (Συνεργασία με Χ. Κορίτο)
- 52) "Criteria for Identifying Key Accounts and Business Performance: Are they linked?", Πρακτικά 37^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2008, Brighton, Βρετανία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Ν. Τζεμπελίκο)
- 53) "An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Service Encounter Effectiveness. Some Preliminary Findings" Πρακτικά 37^{ου} Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2008, Brighton, Βρετανία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Γ. Κωστόπουλο)
- 54) "An Empirical Investigation of the Path from Service Blueprinting Formality to Perceived Service Quality." Πρακτικά 17^{ου} Ετησίου Συνεδρίου Services Marketing Excellence, Washington, Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (συνεργασία με Γ. Κωστόπουλο).
- 55) "Person-place congruency in online shopping contexts", Πρακτικά του 14ου Παγκόσμιου Συνεδρίου Μάρκετινγκ, 2009, Όσλο (συνεργασία με Χ. Κορίτο και Γ. Κωστόπουλο).
- 56) "Key Account Management Orientation and its Implications - A Conceptual and Empirical Examination" Πρακτικά 38ου Συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC), 2009, Audencia Nantes - Γαλλία (ηλεκτρονική έκδοση των πρακτικών σε ψηφιακό δίσκο, συνεργασία με Ν. Τζεμπελίκο)

Επιστημονικά άρθρα υπό κρίση σε διεθνή περιοδικά

- 1) "A preliminary insight of the service elimination decision-making during the different stages of the service life cycle" International Journal of Service Industry Management (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη)
- 2) "In Search of Parsimony in Predicting Adoption of Innovative Service Distribution Channels" International Journal of Service Industry Management (συνεργασία με Χ. Κορίτο)

Επιστημονικές μελέτες σε εξέλιξη

- 1) Project "MAN-KAM": Αποτελεσματική Διοίκηση των Σχέσεων με Πελάτες Στρατηγικής Σημασίας.

- 2) Ανάλυση της Δυνατότητας Χρήσης του Διαδικτύου για την Προώθηση / Διανομή Χρηματοοικονομικών Προϊόντων.
- 3) INTSCALE: Ανάπτυξη ερευνητικού εργαλείου μέτρησης του βαθμού υιοθέτησης των αρχών / πρακτικών του Εσωτερικού Μάρκετινγκ και συνέπειες από την υιοθέτηση για την επιχείρηση.

Ερευνητική, επαγγελματική και διδακτική εμπειρία

Επιστημονικές – ακαδημαϊκές μελέτες

- 1991 «Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ στην Ελλάδα: Πώς Αντιλαμβάνονται και Εφαρμόζουν οι Ελληνικές Επιχειρήσεις το Μάρκετινγκ και Ποια η Σχέση της Ποιότητας της Εφαρμογής του με την Απόδοση των Επιχειρήσεων στην Αγορά», 192 σελίδες.
- 1994 «Έρευνα της Δυναμικότητας των ΜΜΕ στην Ελλάδα του 2000», 618 σελίδες.
- 1994 «A Pan-European Perspective in Innovation: Attitudes, Behavior, Impact & Antecedents», 110 σελίδες.
- 1998 Παράμετροι Ποιότητας της Υπηρεσίας και Ικανοποίησης του Πελάτη στην Ελληνική Τραπεζική Αγορά (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο)
- 1998 Διερεύνηση της Ποιότητας των Σχέσεων Διαφημιζόμενου και Διαφημιστή στην Ελληνική Διαφημιστική Αγορά
- 1998 Στρατηγικές Αποφάσεις Διοίκησης Χαρτοφυλακίου Υπηρεσιών: *Project "ServMan"*
- 1998 Διερεύνηση των Παραμέτρων της Ικανοποίησης του Καταναλωτή και της Ανάπτυξης Σχέσεων Πιστότητας (Loyalty) σε μια Επωνυμία ή Επιχείρηση (συνεργασία με Β. Σταθακόπουλο)
- 1998 Ολοκληρωμένη και καινοτόμος προσέγγιση ταυτόχρονης παραγωγής προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας (αμινοξένα-ολιγο-πολυσακχαρίτες) από υποπροϊόντα σακχαρουργείων, ΕΠΕΤ II, Έρευνα γραφείου και πεδίου των βιομηχανικών αγορών λυσίνης, τρεχαλόζης και ξανθάνης σε Βαλκάνια και Μέση Ανατολή σε συνεργασία με Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και Ελληνική Βιομηχανία Ζαχάρεως (σε εξέλιξη, συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου, Π. Παπασταθοπούλου)
- 2000 Έρευνα για τη Δημιουργία Πανελλαδικού Δείκτη Ικανοποίησης των Ελλήνων Καταναλωτών και των Ελληνικών Επιχειρήσεων από τα προϊόντα και τις Υπηρεσίες που Καταναλώνουν και Προμηθεύονται, 250 σελίδες (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου, Π. Παπασταθοπούλου)

Επιστημονικές μελέτες για επιχειρήσεις και οργανισμούς

- 1989 Έρευνα αγοράς τόπου εγκατάστασης για το **Praktiker S.A.**,

- 1993 Έρευνα αποτελεσματικότητας διαφημιστικής καμπάνιας για το **Praktiker S.A.**,
- 1994 Έρευνα αποτελεσματικότητας του υφιστάμενου positioning του **Praktiker S.A** και αξιολόγηση εναλλακτικών εικόνων (image) για την εταιρεία,
- 1994 Έρευνας Αγοράς για το σχεδιασμό Στρατηγικής Μάρκετινγκ για τον **Οργανισμό Λιμένος Πειραιώς**,
- 1994 Έρευνα Αγοράς για την **Pratt & Lambert Hellas** για νέο προϊόν (πιθανές εναλλακτικές χρήσεις, καταλληλότερα κανάλια διανομής)
- 1997 Έρευνα της Ποιότητας των Προσφερόμενων Υπηρεσιών στο Δίκτυο Καταστημάτων του ΟΤΕ.
- 1997 Ανάλυση του Περιβάλλοντος Μάρκετινγκ του Αερολιμένος Αθηνών και Ικανοποίηση των Διερχομένων από τις Υπηρεσίες που Παρέχονται: Βασικά Συμπεράσματα και Στρατηγικές Προτάσεις, Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»,
- 1997 Ανάλυση του Περιβάλλοντος των Επαγγελματικών Οδηγών και Προτάσεις Χάραξης Στρατηγικών Μάρκετινγκ για το Χρυσό Οδηγό
- 1997 Ανάλυση του Περιβάλλοντος Internet στην Ελλάδα και Προτάσεις Χάραξης Στρατηγικών Μάρκετινγκ για την ΟΤΕNET.
- 1998 Στρατηγική Ανάλυση της Τραπεζικής αγοράς και επιπέδου εξυπηρέτησης για επιχειρήσεις και Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ για την Εμπορική Τράπεζα
- 1998 Προτάσεις Χάραξης Στρατηγικής Ανάπτυξης Νέου Προϊόντος και Εισαγωγής του στην Ελληνική Αγορά Φαρμάκων, Boeinger Ingelheim,
- 1998 Έρευνα της Ποιότητας των Προσφερόμενων Υπηρεσιών στο Δίκτυο Καταστημάτων του ΟΤΕ,
- 1999 Ανάλυση του Περιβάλλοντος των Επαγγελματικών Οδηγών και Προτάσεις Χάραξης Στρατηγικών Μάρκετινγκ για το Χρυσό Οδηγό της Αρχής Τηλεπικοινωνιών Κύπρου
- 1999 Ανάπτυξη στρατηγικών *one-to-one marketing* για την Intertrust (κλάδος αμοιβαίων κεφαλαίων της Interamerican)
- 1999 Διερεύνηση των στάσεων, απόψεων και αντιλήψεων των Ελλήνων γυναικών στο τέλος του 20ου αιώνα και χάραξη στρατηγικών μάρκετινγκ για την εταιρεία Body - Shop
- 1999 Ανάπτυξη επικοινωνιακών στρατηγικών για βιομηχανικές αγορές για την εταιρεία Αργυρομεταλλευμάτων & Βαρυτήνης.

- 2000 Εκπόνηση Μελέτης για τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης αναφορικά με τον Σχεδιασμό Εθνικού Δείκτη Μέτρησης της Ικανοποίησης Καταναλωτών και Επιχειρήσεων από τα Προϊόντα που Αγοράζουν και Προμηθεύονται
- 2000 Ανάλυση του Δικτύου Διανομής στην Ελλάδα για Αλιευτικά Προϊόντα για το Υπουργείο Γεωργίας
- 2000 Σχεδιασμός Προγράμματος Μάρκετινγκ (Marketing Plan) και Επιχειρηματικού Σχεδίου (Business Plan) για την ίδρυση Ηλεκτρονικού Κέντρου Εμπορίου της Ένωσης Ξενοδόχων Στερεάς Ελλάδας
- 2000 Στρατηγικός Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Αγορών - Νέων Προϊόντων για τον Χρυσό Οδηγό (12μηνη σύμβαση παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών)
- 2000 Έρευνα αγοράς για τη Χάραξη Στρατηγικής Μάρκετινγκ του Habitat
- 2001 Έρευνα αγοράς για τη Χάραξη Στρατηγικής Μάρκετινγκ της Yamaha Hellas
- 2001 Έρευνα αγοράς για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της εικόνας των Μεγάλων Χορηγών των Ολυμπιακών Αγώνων από την επικοινωνιακή τους προσπάθεια (OKTAGON A.E.)
- 2002 Έρευνα αγοράς για την Shell ΑΕ αναφορικά με το ωράριο λειτουργίας των πρατηρίων και το επίπεδο ικανοποίησης των οδηγών από τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα πρατήρια καυσίμων.
- 2002 Μελέτη για το Υπουργείο Εργασίας του βαθμού ικανοποίησης των ασφαλισμένων στα κύρια ασφαλιστικά ταμεία από τις παρεχόμενες υπηρεσίες
- 2002 Έρευνα αγοράς για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της εικόνας των Μεγάλων Χορηγών των Ολυμπιακών Αγώνων από την επικοινωνιακή τους προσπάθεια (OKTAGON A.E.)
- 2003 Συνεργάτης της ΜΟΤΟΔΥΝΑΜΙΚΗΣ Α.Ε. σε θέματα Customer Relationship Management (διάρκεια έως το 2008)
- 2004 Έρευνα αγοράς για τη χάραξη εμπορικής στρατηγικής της ΤΣΙΜΕΝΤΑ ΧΑΛΥΨ.
- 2004 Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ (Marketing Plan) για τα τοπικά προϊόντα των Κυκλάδων (ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΚΥΚΛΑΔΩΝ Α.Ε.).
- 2005 Σχεδιασμός Στρατηγικής Μάρκετινγκ για το Claricid της φαρμακευτικής εταιρείας Abbot

- 2005 Ανάπτυξη Συστήματος Αξιολόγησης Ποιότητας των Υπηρεσιών της Διεύθυνσης Προσωπικού την ΔΕΗ
- 2006 Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ για την εταιρεία παραγωγής εμφιαλωμένου νερού ΡΟΥΒΑΣ
- 2006 Μελέτη του επιπέδου e-skills στον Δημόσιο Τομέα για το ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ
- 2007 Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ για την εξαγωγή εμφιαλωμένου κρασιού και αγνού παρθένου ελαιόλαδου του συνεταιρισμού Αρχάνων (Κρήτης) στις αγορές της Ουγγαρίας, Πολωνίας και Τσεχίας

Άλλη επαγγελματική εμπειρία

1996 - 1997 Σύμβουλος Εμπορικού Σχεδιασμού στην BROKINS-1 Ltd., μεσιτική εταιρεία. Η εταιρεία δραστηριοποιείται κυρίως στην ασφάλιση εμπορικών και βιομηχανικών κινδύνων.

2000 - σήμερα Συνεργάτης του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (ΣΕΠ)

Διδακτική εμπειρία

Εκτενής διδακτική εμπειρία στους ακόλουθους επιστημονικούς χώρους:

- Διοίκηση Μάρκετινγκ,
- Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς
- Προγραμματισμός και Προώθηση Πωλήσεων
- Τιμολογιακή Πολιτική και Διάθεση Προϊόντος
- Βιομηχανικό Μάρκετινγκ
- Διεθνές και Εξαγωγικό Μάρκετινγκ,
- Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Έρευνα Αγοράς
- Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
- Μάρκετινγκ Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών
- Μάρκετινγκ Τουριστικών Υπηρεσιών

Επίσης, από το 2000 στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο ως ΣΕΠ στο Μάρκετινγκ

Εμπειρία σε ενδοεπιχειρησιακά σεμινάρια

Εκτενής διδακτική εμπειρία σε ενδοεπιχειρησιακά σεμινάρια σε Μάρκετινγκ, Βιομηχανικό Μάρκετινγκ (B2B), Μάρκετινγκ Υπηρεσιών, Μάρκετινγκ Σχέσεων & Πωλήσεις, Διοίκηση Πελατών Στρατηγικής Σημασίας, Έρευνα Αγοράς, Τραπεζικό Μάρκετινγκ, Διαπραγματεύσεις για Ιδιωτικές Επιχειρήσεις και Δημόσιους Οργανισμούς. Ενδεικτικά αναφέρονται Εμπορική Τράπεζα, Αρίνιτα, ΕΛΤΑ, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ALCON, Αργυρομεταλλευμάτων & Βαρυτίνης, Σπύρου ΑΒΕΕ, TOYOTA HELLAS, ΟΣΕ, ΔΕΛΤΑ, ΕΓΝΑΤΙΑ ΤΡΑΠΕΖΑ, Eurobank, Interamerican, Credi Com, Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδας, Rilken, Dell Computers κλπ.

Άλλο συγγραφικό έργο

Μονογραφίες μετά από κρίση

- 1) «Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ στην Ελλάδα: Πώς Αντιλαμβάνονται και Εφαρμόζουν οι Ελληνικές Επιχειρήσεις το Μάρκετινγκ και Ποια η Σχέση της Ποιότητας της Εφαρμογής του με την Απόδοση των Επιχειρήσεων στην Αγορά», Μελέτη ΚΟΕ, 1992 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη)
- 2) «Έρευνα της Δυναμικότητας των ΜΜΕ στην Ελλάδα του 2000», Μελέτη ΚΟΕ, 1995 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη και Ν. Παπαβασιλείου)
- 3) «Μελέτη για την Ανάπτυξη Βαρομέτρου Ικανοποίησης των Ελλήνων Καταναλωτών και των Ελληνικών Βιομηχανικών Επιχειρήσεων από τα Προϊόντα και τις Υπηρεσίες των Βιομηχανικών Προμηθευτών και των Παραγωγών Καταναλωτικών Προϊόντων και Υπηρεσιών», Μελέτη ΚΟΕ, 2000, (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου, Π. Παπασταθοπούλου).
- 4) «Μελέτη Ικανοποίησης των Ασφαλισμένων από τις Παρεχόμενες Υπηρεσίες των Κύριων Ασφαλιστικών Ταμείων της Χώρας», Μελέτη ΚΟΕ 2002 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Π. Παπασταθοπούλου).
- 5) «Μελέτη της Αγοραστικής Συμπεριφοράς των Μελών του Δικτύου Διανομής στον Κλάδο των Μη-Μεταλλικών Ορυκτών», Μελέτη ΚΟΕ 2004.
- 6) «Μελέτη Ανάπτυξης των Παραδοσιακών Προϊόντων των Κυκλάδων και Χάραξη Στρατηγικών Μάρκετινγκ», Μελέτη ΚΟΕ 2004.
- 7) «Μέτρηση του Βαθμού Διάχυσης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και των Δεξιοτήτων των Εργαζομένων στο Δημόσιο», Μελέτη ΚΟΕ 2007

Συλλογικοί τόμοι

- 1) «Συνεισφορά του Μάρκετινγκ στην Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας της Βιομηχανίας» στο *Η τέχνη του Διευθύνειν*, κοινή έκδοση Financial Times και Εκδόσεις Δήλος, Αθήνα, 1997 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη)
- 2) "Analysis of the Greek Fishing Industry and Strategic Suggestions for Growth", Τιμητικός Τόμος για τον Αναπ. Καθηγητή Δημήτριο Κοδοσάκη, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Πειραιάς, 2001 (συνεργασία με Ν. Παπαβασιλείου)

Βιβλία

- 1) *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών*, εκδόσεις Rossili, Αθήνα 2002
- 2) *Διοίκηση Στρατηγικών Σχέσεων. Μάρκετινγκ και Πωλήσεις για Πελάτες Στρατηγικής Σημασίας*, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα 2006
- 3) *Βιομηχανικό Μάρκετινγκ* έκδοση του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη)
- 4) *Greece: Your Strategic Partner for the Next Millennium*, έκδοση του Υπουργείου Τύπου & Επικοινωνίας (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη, Ν. Παπαβασιλείου και Β. Σταθακόπουλο)

Άλλες δημοσιεύσεις

- 1) «Brand Management», Περιοδικό «Επικοινωνία», 1991, τεύχος 5, σελ. 54-62
- 2) «Brand Management: Ένα σύστημα που η εποχή του έχει περάσει ;», Καθημερινή της Κυριακής, Καθημερινή της Κυριακής, 12 Μαΐου 1991.
- 3) «Το Μάρκετινγκ "Κλειδί" και στην Ύφεση», Καθημερινή της Κυριακής, 6 Δεκεμβρίου 1992
- 4) «Διάκριση των Κερδοφόρων από τις Ζημιόγones Ελληνικές Επιχειρήσεις με Βάση το Βαθμό Ανάπτυξης της Φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ», Περιοδικό «Επιστημονικό Μάρκετινγκ», Μάρτιος 1993, σελ. 38-55 (ελληνική έκδοση του άρθρου 1.3)
- 5) «Marketing in Greece: What's Wrong», Περιοδικό «The Greek Business Journal», 1996, τεύχος 3
- 6) «Do You Think You Know Your Job ? Explicating the Tasks and Job Profile of A Marketing Manager», Περιοδικό «The Greek Business Journal», 1996, τεύχος 4
- 7) «Ανάπτυξη Σχέσεων Εμπιστοσύνης στην Παροχή Επαγγελματικών Υπηρεσιών», εφημερίδα «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ»
- 8) «Customer Relationship Management: Μύθοι και Πραγματικότητα», εφημερίδα «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ»
- 9) Εξυπηρέτηση Πελατών Μέσω του Internet: Πώς τα FAQs Γίνονται Εργαλεία After Sales Service και Εφαρμογής Σύγχρονων Τεχνικών Μάρκετινγκ, εφημερίδα «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ»
- 10) «Γιατί οι Ασφαλιστικές Επιχειρήσεις Αποφεύγουν το Μάρκετινγκ», Περιοδικό «Επιστημονικό Μάρκετινγκ», 2006

- 11) «Επαναπροσδιορίζοντας την έννοια του Μάρκετινγκ», Περιοδικό «Marketing Week», 2006
- 12) «Key Account Management. Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας», Περιοδικό «Sales Management», 2008
- 13) «Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη: Ένα (ακόμη) Communication Gimmick?», Περιοδικό «Marketing Week», 2008

Επόπτευση Διδακτορικών Διατριβών

Ρόλος στην 3μελή Επιτροπή	A-A / Έναρξη	Τίτλος	Όνομ/μο Φοιτητή	Βαθμός Ολοκλήρωσης	Πανεπιστημιακό Ίδρυμα
Κύριος Εποπτεύων	1 / 2003	Η υιοθέτηση των καινοτομικών καναλιών διανομής στον χώρο των υπηρεσιών : Η περίπτωση του Internet	Χρήστος Κορίτος	Ολοκληρώθηκε το 2006	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Κύριος Εποπτεύων	2 / 2005	Υποκίνηση Εφαρμογής Key Account Management και Συνέπειες για την επιχείρηση	Νεκτάριος Τζεμπελικός	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Κύριος Εποπτεύων	3 / 2005	Η υιοθέτηση συστημάτων σχεσιακού μάρκετινγκ και η επίδρασή τους στην αποτελεσματικότητα της επιχείρησης	Γιώργος Παπαδάκης	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Κύριος Εποπτεύων	4 / 2007	Η Επίδραση της Τυπικότητας (formality) του Σχεδίου Παροχής της Υπηρεσίας (blueprinting) στην Αποτελεσματικότητα της Εξυπηρέτησης του Πελάτη και στην Ικανοποίησή του	Γιάννης Κωστόπουλος	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μέλος 3μελούς επιτροπής	6 / 2004	Εμπιστοσύνη και πρόθεση χρήσης των εναλλακτικών δικτύων για τραπεζικές συναλλαγές	Νίκος Κυρέζης	Ολοκληρώθηκε το 2006	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μέλος 3μελούς επιτροπής	6 / 2002	Στρατηγική Επικοινωνίας Νέων Βιομηχανικών Προϊόντων: Εμπειρική Διερεύνηση σε Εταιρίες Αντιπροσώπων	Ράνια Πηλίδου	Ολοκληρώθηκε το 2007	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μέλος 3μελούς επιτροπής	7 / 2004	Η εφαρμογή και η αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ στο πλαίσιο συνεργασίας των τμημάτων μάρκετινγκ και πωλήσεων.	Κώστας Λιονάκης	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Μέλος 3μελούς επιτροπής	8 / 2005	Διερεύνηση της Αλληλεξάρτησης Εσωτερικού και Εξωτερικού Προσανατολισμού: Ένα Ολοκληρωμένο Μοντέλο για τον Προσανατολισμό, την Ικανοποίηση Εσωτερικών και Εξωτερικών Πελατών & την Επιχειρησιακή Απόδοση	Γιαννόπουλος Αντώνης	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Μέλος 3μελούς επιτροπής	9 / 2006	The Impact of Internal Market Orientation on Customer's Perception of Service Quality	Gary McGrath	Ολοκληρώθηκε το 2008	Nova Southeastern University (ΗΠΑ)
Μέλος 3μελούς επιτροπής	10 / 2007	Διερεύνηση των Σχέσεων Μεταξύ των Χαρακτηριστικών του Μικρομεσαίου Επιχειρηματία, των Επιχειρηματικών Πρακτικών του και του Προσανατολισμού στο Μάρκετινγκ της Μικρομεσαίας Επιχείρησης	Κωττίκα Ευθυμία	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Κύριος Εποπτεύων	11 / 2008	Η Επίδραση του Προσανατολισμού στην Αγορά και στην Εσωτερική Αγορά στην Αποτελεσματικότητα της Προσπάθειας Ανάπτυξης Νέων Υπηρεσιών	Αρχιλέας Μπούκης	Σε εξέλιξη	Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Αναφορές σε δημοσιευμένες εργασίες & επιστημονικά άρθρα

- 1) *Journal of Marketing*, vol. 69 no.4, αναφέρει το άρθρο 13 στην Επιλεγμένη Προτεινόμενη Αρθρογραφία
- 2) **Katsikeas C., Piercy N. and Ioannides Ch.**, (1996) «Determinants of Export Performance in a European Context», **European Journal of Marketing**, v. 30, no. 6, p. 6-35 (κάνει αναφορά στη μονογραφία 1).
- 3) **Tuominen and Moller Kr.**, (1996) «Market Orientation: A State-of-the-Art Review», **πρακτικά του 25^{ου} συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ**, Τόμος ΙΙ, σελ. 1161-82 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 17)
- 4) **Tuominen and Moller Kr.**, (1996) «Market Orientation: A State-of-the-Art Review», **πρακτικά του 25^{ου} συνεδρίου της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ**, Τόμος ΙΙ, σελ. 1161-82 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 18),
- 5) **Lado N. Maydeuolivares A.** (2001) «Exploring the Link Between Market Orientation and Innovation in the European and Us Insurance Markets», **International Marketing Review** 2001, Vol 18, Iss 2, pp 130-144, (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 6) **Harris LC**, (2001) «Market Orientation and Performance - Objective and Subjective Empirical-Evidence from UK Companies», **Journal of Management Studies**, Vol 38, Iss 1, pp 17-43, (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 7) **Lafferty B.A, G. Tomas and Hult T.** (2001) "A synthesis of contemporary market orientation perspectives", **European Journal of Marketing**, v. 35, nos 1-2 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1).
- 8) **Esteban A., Millan A., Molina A. and Martin-Consuegra D.** (2002), "Market orientation in service. A review and analysis", **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.2)
- 9) **Kasper H.** (2002) "Culture and leadership in market-oriented service organisations" **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.1)
- 10) **Matear S., Osborne P., Garrett T. and Gray B.J.** (2002) "How does market orientation contribute to service firm performance? An examination of alternative mechanisms", **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.1)

- 11) **Cadogan J.W., Sundqvist S., Salminen R.T. and Puumalainen K.** (2002) "Market-oriented behaviour. Comparing service with product exporters" **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.1)
- 12) **Helfert G., Ritter T. and Walter A.** (2002) "Redefining market orientation from a relationship perspective. Theoretical considerations and empirical results", **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.1)
- 13) **Vazquez R., Alvarez L.I. and Santos M.L.** (2002), "Market orientation and social services in private non-profit organizations" **European Journal of Marketing**, vol. 36, nos 9/10 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.2)
- 14) **Bigne E., Kuster I. and Toran F.** (2003) "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", **Journal of Business and Industrial Marketing**, vol.18, no.3 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 2)
- 15) **Bigne E., Kuster I. and Toran F.** (2003) "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", **Journal of Business and Industrial Marketing**, vol.18, no.3 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1)
- 16) **Bigne E., Kuster I. and Toran F.** (2003) "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", **Journal of Business and Industrial Marketing**, vol.18, no.3 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 2)
- 17) **Hooley, Graham; Fahy, John; Greenley, Gordon; Beracs, József; Fonfara, Krzysztof; Snoj, Boris.** "Market orientation in the service sector of the transition economies of central Europe" **European Journal of Marketing**, 2003, Vol. 37 Issue 1/2 (κάνουν αναφορά στο άρθρο αρ.2)
- 18) **Enright M.** "Approaches to market orientation and new product development in smaller enterprises: a proposal for a context-rich interpretive framework", **Journal of Strategic Marketing**. 2001, Vol. 9, p. 301-13 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.3)
- 19) **Miciak Alan and Desmarais Mike.** "Benchmarking service quality performance at business-to-business and business-to-consumer call centers", **Journal of Business & Industrial Marketing**. 2001, Vol. 16, No. 5, pp. 340-353 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.4)
- 20) **Appiah-Adu Kwaku and Singh Satyendra.** "Customer orientation and performance: a study of SMEs", **Management Decision**. 1998, Vol. 36, No. 6, pp. 385-394 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.11)
- 21) **Santos Leticia and Escanciano Carmen.** "Benefits of the ISO 9000:1994 system. Some considerations to reinforce competitive advantage", **International Journal of Quality**

- & Reliability Management**. 2002, Vol. 19, No. 3, pp. 321-344 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.4)
- 22) **Cervera Amparo, Molla Alejandro and Sanchez Manuel**. "Antecedents and consequences of market orientation in public organizations", **European Journal of Marketing**. 2001, Vol. 35, No. 11/12, pp. 1259-1286 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.1 και στην ανακοίνωση αρ. 18)
- 23) **Yau H.M. Oliver, McFetridge R, Peter, Chow P.M. Raymond, Lee S.Y. Jenny, Sin Y.M. Leo and Tse C.B. Alan**. "Is relationship marketing for everyone?", **European Journal of Marketing**. 2000, Vol. 34, No. 9/10, pp. 1111-1127 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ.4)
- 24) **Ramasesham B., Caruana Albert and Pang Soon Loo**. "The effect of market orientation on new product performance: a study among Singaporean firms", **Journal of Product & Brand Management**. 2002, Vol. 11, No. 6, pp. 399-409 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 4)
- 25) **Kalafatis P. Stavros, Tsogas H. Markos and Blankson Charles**. "Positing strategies in business markets", **Journal of Business & Industrial Marketing**. 2000, Vol. 15, No.6, pp. 416-437 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1)
- 26) **Perry L. Monica and Shao T. Alan**. "Market orientation and incumbent performance in dynamic market", **European Journal of Marketing**. 2002, Vol. 36, No. 9/10, pp.1140-1153 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 3)
- 27) **Denison Tim and McDonald Malcolm**. "The role of marketing past, present and future", **Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science**. 1995, Vol. 1, No. 1, pp. 54-76 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 2)
- 28) **Chan K. Lai, Hui V. Yer, Lo P. Hing, Tse K. Siu, Tso K.F. Geoffrey and Wu L. Ming**. "Consumer satisfaction index: new practice and findings", **European Journal of Marketing**. 2003, Vol. 37, No. 5/6, pp. 872-909 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 7)
- 29) **Lado Nora and Maydeu-Olivares Albert**. "Exploring the link between market orientation and innovation in the European and US insurance markets", **International Marketing Review**. 2001, Vol. 18, No. 2, pp. 130-144 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 2)
- 30) **Coviello E. Nicole and Brodie J. Roderick**. "Contemporary marketing practices of consumer and business-to-business firms: how different are they?", **Journal of Business & Industrial Marketing**. 2001, Vol. 16, No. 5, pp. 382-400 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 2)
- 31) **Wong Amy and Sohal Amrik**. "Assessing customer-salesperson interactions in a retail chain: differences between city and country retail districts", **Marketing Intelligence & Planning**. 2003, Vol. 21, No. 5, pp. 292-304 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 4)

- 32) **Mazaira** Andres, **Gonzalez** E. and **Avendano** Ruth. "The role of market orientation on company performance through the development of sustainable competitive advantage: the Inditex-Zara case", **Marketing Intelligence & Planning**. 2003, Vol. 21, No. 4, pp. 220-229` (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1)
- 33) **Myron** Leonard. "Marketing Literature Review", **Journal of Marketing**. (July 1998), Vol. 62, pp. 128-140 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1)
- 34) **Chen** Homin. International Performance of Multinationals: A Hybrid Model", **Journal of World Business**. 1999, Vol. 34, Issue 2, (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 1)
- 35) **Sanzo** Jose M, **Santos** Leticia M, **Vazquez** Rodolfo and **Alvarez** I. Luis. "The Role of Market Orientation In Business Dyadic Relationships: Testing an Integrator Model", **Journal of Marketing Management**. 2003, Vol. 19, pp. 73-107 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 3)
- 36) **Harris** C. Lloyd. "Market Orientation and Performance: Objective and subjective empirical evidence from UK companies", **Journal of Management Studies**. (January 2001), Vol. 38 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 3)
- 37) **Coviello** E. Nicole, **Brodie** J. Roderick **Danaher** J. Peter and Johnson J. **Wesley**. "How Firms Relate to Their Markets: An Empirical Examination of Contemporary Marketing Practices", **Journal of Marketing**. (July 2002), Vol. 66, pp. 33-46, (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 3)
- 38) **Pelham** M. Alfred. "An Exploratory Model and Initial Test of the Influence of Firm Level Consulting-Oriented Sales Force Programs on Sales Force Performance", **Journal of Personal Selling & Sales Management**. (Spring 2002), Vol. XXII, No.2, pp. 97-109 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 3)
- 39) **de Jong** J. and **Vermeulen** P. (2003), "Organizing successful new service development: A literature review", *Management Decision*, vol. 41 no.9, pp. 844-58 (κάνει αναφορά στο άρθρο αρ. 5)
- 40) **Hull** F. (2003), "Simultaneous Involvement in Service Product Development: A Strategic Contingency Approach", *International Journal of Innovation Management*, vol. 7 no.3, pp. 339-70 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 41) **Kok** R. W., **Hillebrandt** B. and **Biemans** W.G. (2003), "What Makes Product Development Market Oriented? Towards A Conceptual Framework", *International Journal of Innovation Management*, vol. 7 no.2, pp. 137-62 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)

- 42) **Bigne, E., Kuster I. and Toran F. (2003) "Market Orientation And Industrial Salesforce: Diverse Measure Instruments"** Journal of Business & Industrial Marketing; 2003, Vol. 18 Issue 1, pp.. 59-82 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 43) **Bigne J.E., Blesa A., Kuster I. and Andreu L., (2004), "Market Orientation: an antecedent to industrial manufacturer's power", European Journal of Marketing, vol. 38, nos. 1/2, pp. 175-193** (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση αρ. 21).
- 44) **Pelham A.M. (2002), "An exploratory model and initial test of the influence of firm level consulting -oriented sales force programs on sales force performance", Journal of Personal Selling and Sales Management, vol. 22, no.2, pp. 97-109** (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 45) **Nwankwo S., Owusu-Frimpong N. and Ekwulugo F. (2004), "The effects of organisational climate on market orientation: evidence from the facilities management industry" Journal of Services Marketing, Vol. 18, no. 2, pp.122-132** (κάνει αναφορά στο άρθρο 3).
- 46) **Bridson K. and Evans Jody (2004), "The secret to a fashion advantage is brand orientation" International Journal of Retail and Distribution Management, vol. 32, no. 8, pp. 403-11,** (κάνει αναφορά στο άρθρο 2).
- 47) **Avlonitis G. and Indounas K. (2004), "The impact of market structure on pricing objectives of service firms", Journal of Product and Brand Management, vol. 13 no. 5, pp. 343-58** (κάνει αναφορά στο άρθρο 2)
- 48) **Jong de J.P.J. and Vermeulen P.A.M. (2003), "Organizing successful new service development: a literature review" Management Decision; vol. 41; no. 9; pp. 844-58,** (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 49) **Arasli H., Mehtap-Smadi S. and Katircioglu S.T. (2005), "Customer service quality in the Greek Cypriot banking industry", Managing Service Quality; vol. 15; no. 1; pp. 41-56** (κάνει αναφορά στο άρθρο 8).
- 50) **Megicks P., Mishra A. and Lean J. (2005), "Enhancing microfinance outreach through market-oriented new service development in Indian regional rural banks" The International Journal of Bank Marketing; vol. 23; no. 1, pp.** (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 51) **Megicks P., Mishra A. and Lean J. (2005), "Enhancing microfinance outreach through market-oriented new service development in Indian regional rural banks" The International Journal of Bank Marketing; vol. 23; no. 1, pp. 107-25** (κάνει αναφορά στο άρθρο 2)

- 52) Akamavi R. K (2005) "Re-engineering service quality process mapping: e-banking process", The International Journal of Bank Marketing, vol. 23, no. 1, pp 28-53 (κάνει αναφορά στο άρθρο 10)
- 53) Stevens E. and Dimitriadis S. (2005) "Learning during developing and implementing new bank offerings" The International Journal of Bank Marketing, vol. 23, no. 1, pp. 54-72 (κάνει αναφορά στο άρθρο 10)
- 54) Stafford T.F., Lawrence L. Schkade L.L. and Stafford M.L. (2004) "Determining Uses and Gratifications for the Internet", Decision Sciences, vol. 35, no. 2, pp. 259 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 55) Luk STK and Layton R (2004) "Managing both outcome and process quality is critical to quality of hotel service", Total Quality Management & Business Excellence, vol. 15, no 3, pp. 259-78 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 56) Hooley G, Cox T, Fahy J, Shipley D, Beracs J, Fonfara K, Snoj B (2000), "Market orientation in the transition economies of central Europe: Tests of the Narver and Slater market orientation scales", Journal Of Business Research, vol. 50 no 3, pp. 273-285 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 57) Kaynak E, Kara A (2004) "Market orientation and organizational performance: A comparison of industrial versus consumer companies in mainland China using market orientation scale (MARKOR)", INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, vol. 33 no 8, pp. 743-53 (κάνει αναφορά στο άρθρο 3)
- 58) Wijnberg NM (2004), "Innovation and organization: Value and competition in selection systems", ORGANIZATION STUDIES, vol. 25 no 8, pp 1413-33 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 59) Hull FM, (2004), "A composite model of product development effectiveness: Application to services", IEEE Transactions On Engineering Management, vol. 51 no 2, pp. 162-72 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 60) Couillard D, Lapierre J (2003), "Leadership, learning and resources for the high-tech firm: an integrated view of technology management" INTERNATIONAL JOURNAL OF TECHNOLOGY MANAGEMENT vol. 26 no 7, pp. 767-787 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 61) Brockhoff K (2003), "Customers' perspectives of involvement in new product development", International Journal Of Technology Management, vol. 26, nos 5-6, pp. 464-81 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)

- 62) Coviello NE, Brodie RJ, Danaher PJ, Johnston WJ (2002), "How firms relate to their markets: An empirical examination of contemporary marketing practices", *JOURNAL OF MARKETING*, vol. 66 no 3, pp. 33-46 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 63) Sanzo MJ, Santos ML, Vazquez R, Alvarez LI (2003), "The effect of market orientation on buyer-seller relationship satisfaction", *INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT*, vol. 32 no 4, pp. 327-345 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 64) TF Stafford, MR Stafford, LL Schkade, 2004, «Determining Uses and Gratifications for the Internet», *Decision Sciences*, Vol.35, No.2, pp.259-288 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 65) Bauer, H.H., Hammerschmidt, M. and Falk T. (2005) "Measuring the quality of e-banking portals", *The International Journal of Bank Marketing*; vol. 23, no. 2, pp. 153-75 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 66) Brax S. (2005) "A manufacturer becoming service provider - challenges and a paradox" *Managing Service Quality*; vol. 15, no. 2, pp. 142-55 (κάνει αναφορά στο άρθρο 13)
- 67) Varela, J. and Benito, L. (2005), "New product development process in Spanish firms: typology, antecedents and technical/marketing activities", *Technovation*, 25 (4): 395-405 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 68) Wijnberg NM (2004), "Innovation and organization: Value and competition in selected systems", *Organization Studies*, 25(8): 1413-1433 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 69) Brockhoff K (2003), "Customers' perspectives of involvement in new product development", *International Journal of Technology Management*, 26(5/6): 464-481 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 70) Gemunden, H.G., Salomo, S. and Krieger, A. "The influence of project autonomy on project success", *International Journal of Project Management*, (In Press) (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 71) Akamavi, R.K. (2005), "Re-engineering service quality process mapping: e-banking process", *International Journal of Bank Marketing*, 23(1): 28-53 (κάνει αναφορά στο άρθρο 5)
- 72) Akamavi, R.K. (2005), "Re-engineering service quality process mapping: e-banking process", *International Journal of Bank Marketing*, 23(1): 28-53 (κάνει αναφορά στο άρθρο 10)

- 73) Bauer H.H., Hammerschmidt M. and Falk T. (2005), "Measuring the quality of e-banking portals", *International Journal of Bank Marketing* (23)2: 153-75 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 74) Darroch J. (2005), "Knowledge management, innovation and firm performance", *Journal of Knowledge Management* (9)3: 101-15 (κάνει αναφορά στο άρθρο 2)
- 75) Barroso Castro C., Armario E.M. and Sánchez del Río M.E. (2005), "Consequences of market orientation for customers and employees", *European Journal of Marketing*, (39)5/6: 646-75 (κάνει αναφορά στο άρθρο 8)
- 76) Barroso Castro C., Armario E.M. and Sánchez del Río M.E. (2005), "Consequences of market orientation for customers and employees", *European Journal of Marketing*, (39)5/6: 646-75 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 24)
- 77) Bauer H., Hammerschmidt M. and Falk T. (2005) "Measuring the quality of e-banking portals", *International Journal of Bank Marketing*, (23)3: 153-75 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 78) Bigné E., Küster I., and Torán F. (2005), "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", *Journal of Business and Industrial Marketing* (18)1: 59-81 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 20)
- 79) Bigné E., Küster I., and Torán F. (2005), "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", *Journal of Business and Industrial Marketing* (18)1: 59-81 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 23)
- 80) Bigné E., Küster I., and Torán F. (2005), "Market orientation and industrial salesforce: diverse measure instruments", *Journal of Business and Industrial Marketing* (18)1: 59-81 (κάνει αναφορά στην ανακοίνωση 24)
- 81) Darroch J. (2005), "Knowledge management, innovation and firm performance" *Journal of Knowledge Management* (9)3: 101-15 (κάνει αναφορά στο άρθρο 2)
- 82) Miciak A. and Desmarais M. (2001) "Benchmarking service quality performance at business-to-business and business-to-consumer call centers", *Journal of Business & Industrial Marketing* (16)5: 340 - 53 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 83) Philip Megicks P., Mishra A., and Lean J. (2005) "Enhancing microfinance outreach through market-oriented new service development in Indian regional rural banks" *International Journal of Bank Marketing* (23)1: 107 - 125 (κάνει αναφορά στο άρθρο 10)
- 84) Alper Özer, Akin Koçak, Orhan Çelik (2006), "Determinants of market orientation in accounting firms", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24, No. 6, pp. 591-607 (κάνει αναφορά στο άρθρο 2)

- 85) Linus Osuagwu (2006), "Market orientation in Nigerian companies", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24, No. 6, pp. 608-631 (κάνει αναφορά στο άρθρο 3)
- 86) Katy J. Mason, Lloyd C. Harris (2006), "Market orientation emphases: an exploration of macro, meso and micro drivers", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 24, No. 6, pp. 552-571 (κάνει αναφορά στο άρθρο 1)
- 87) Ahmed Taher, Hanan El Basha (2006), "Heterogeneity of consumer demand: opportunities for pricing of services", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 15, No. 5, pp. 331-340 (κάνει αναφορά στο άρθρο 16)
- 88) Powell A., Galvin J and Piccoli G. , (2006), "Antecedents to team member commitment from near and far. A comparison between collocated and virtual teams", *Information Technology & People*, Vol. 19 No. 4, 2006, pp. 299-322 (κάνει αναφορά στο άρθρο 13).
- 89) M Fassnacht, I Koese, (2006), «Quality of Electronic Services: Conceptualizing and Testing a Hierarchical Model» *Journal of Service Research*, Vol.9, No.1 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 90) Carol C. Bienstock, Marla B. Royme (2007), "The differential value of information in industrial purchasing decisions: Applying an economics of information framework", *International Journal of Physical Distribution & Logistics* (αναφορά στο άρθρο 13).
- 91) Adegoke Oke, Gerard Burke, Andrew Myers (2007), "Innovation types and performance in growing UK SMEs", *International Journal of Operations & Production Management* (αναφορά στο άρθρο 5)
- 92) Musa Dwairi, Shahid N. Bhuiyan, Anthony Jurkus (2007) «Revisiting the pioneering market orientation model in an emerging economy», *European Journal of Marketing*, V41 no 7/8, pp.713 - 721 (αναφορά στο άρθρο 12)
- 93) Heinonen K., 2007, «Conceptualizing online banking service value», *Journal of Financial Services Marketing*, Vol.12, No.1, pp. 39-52 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 94) Varlander S., 2007, «Online information quality in experiential consumption: An exploratory study», *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 14, No. 5, pp. 328-338 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 95) Ethier J., Hadaya P., Talbot J., Cadieux J., 2006, «B2C web site quality and emotions during online shopping episodes: An empirical study», *Information & Management*, Vol. 43, No. 5, pp. 627-639 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)

- 96) Bauer H.H., Hammerschmidt, Falk T., 2005, «Measuring the quality of e-banking portals», *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No.2 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 97) Heinonen K., 2006, «Temporal and spatial e-service value», *International Journal of Service Industry Management*, Vol.17, No.4 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 98) Rajasree K. Rajamma, Audhesh K. Paswan, Gopala Ganesh, 2007, «Services purchased at brick and mortar versus online stores, and shopping motivation», *Journal of Services Marketing*, Vol. 21, No. 3 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 99) Halaris C., Magoutas B., Papadomichelaki X., Mentzas G., 2007, «Classification and synthesis of quality approaches in e-government services», *Internet Research*, Vol. 17, No. 4 (κάνει αναφορά στο άρθρο 9)
- 100) Madhavaram S, Hunt S.D., 2008. «The service-dominant logic and a hierarchy of operant resources: developing masterful operant resources and implications for marketing strategy» *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 36 No1 (κάνει αναφορά στο άρθρο 19)
- 101) Wieseke J., Ahearne M., Lam S.K., & van Dick R. 2009 "The Role of Leaders in Internal Marketing", *Journal of Marketing*, vol. 73 No. 1, pp. 123-45 (κάνει αναφορά στο άρθρο 19)
- 102) Lings I.N. and Greenley G.E. 2009. «The impact of internal and external market orientations on firm performance», *Journal of Strategic Marketing* Vol. 17, No. 1, pp. 41-53 (Κάνει αναφορά στο άρθρο 19)
- 103) Lings I.N. and Greenley G.E. 2009. «The impact of internal and external market orientations on firm performance», *Journal of Strategic Marketing* Vol. 17, No. 1, pp. 41-53 (Κάνει αναφορά στο άρθρο 1)

Επιστημονικές διακρίσεις

1. Μέλος του Editorial Board του περιοδικού *Industrial Marketing Management* (από το 2007)
2. Μέλος του Editorial Board του περιοδικού *Journal of Service Research* (από το 2009)
3. Βραβείο Highest Quality Rating από την ANBAR για το άρθρο «*Marketing Orientation and Company Performance: A Comparative Study of Industrial vs. Consumer Goods Companies*», που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό *Industrial Marketing Management*, vol. 26, no.5, 1997.
4. Best Paper Award, για το άρθρο με τίτλο "Market Orientation Development: A Comparison of Industrial vs. Consumer Goods Companies" που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 16, no. 5, pp. 354-81 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη)
5. Highly Commended Award «Uncovering the Keys to Successful Service Elimination: Project Servdrop» στο περιοδικό *Journal of Services Marketing*, vol. 20, no. 1 (συνεργασία με Γ. Αυλωνίτη και Π. Παπασταθοπούλου).
6. Outstanding Paper Award, «Successful new-to-the-market versus 'me-too' retail financial services: The influential role of Marketing, Sales, E.D.P./Systems and Operations» *International Journal of Bank Marketing*, 2006, Vol. 24 Issue 1, p53-70 (συνεργασία με Π. Παπασταθοπούλου και Γ. Αυλωνίτη)
7. Guest Editor στο *International Journal of Bank Marketing*, τόμος 23 τεύχος 1. Emerald Group Publishing Ltd. 2005

Συμμετοχή σε συλλόγους & ενώσεις

- ❖ Ιδρυτικό μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ
- ❖ Μέλος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ