

## Δρ ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΗ (ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ)

Η Εύη Χατζοπούλου είναι Επίκουρος Καθηγήτρια στο Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πατρών. Είναι Διδάκτωρ Μάρκετινγκ του τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς, κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου (M.Sc) στην Επιστήμη της Διοίκησης από το Business School του Staffordshire University και πτυχιούχος του τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Διαθέτει διδακτική εμπειρία στην εκπαίδευση ενηλίκων και διδάσκει μαθήματα του ευρέως γνωστικού αντικείμενου «Μάρκετινγκ». Πέρα από το Πανεπιστήμιο Πατρών, έχει διδάξει σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας. Έχει εργασθεί ως ερευνήτρια μάρκετινγκ και σύμβουλος επιχειρήσεων και έχει συμμετάσχει στον σχεδιασμό εργαλείων μάρκετινγκ. Έχει αρθρογραφήσει σε διεθνή περιοδικά και σε συλλογικούς τόμους με σύστημα κριτών και εργασίες της έχουν παρουσιαστεί σε διεθνή συνέδρια. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν συμπεριφορά καταναλωτή, συμπεριφορά τουρίστα, το μάρκετινγκ στη κρίση, ποσοτικά υποδείγματα κα.

### ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

---

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Μεγ. Αλεξάνδρου 1, 26334 Πάτρα
E-MAIL	<a href="mailto:echatzop@upatras.gr">echatzop@upatras.gr</a>
Web	Google Scholar – Evi Chatzopoulou Orchid - 0000-0003-3653-6491

### ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ

Μάρκετινγκ  
Συμπεριφορά Καταναλωτή  
Μεθοδολογία Έρευνας

### ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ

Συμπεριφορά Καταναλωτή/ Τουρίστα  
Μάρκετινγκ στη Κρίση  
Ποσοτικά Υποδείγματα

### ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

---

- **Διδάκτωρ Μάρκετινγκ**, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πειραιώς, Πειραιάς.
- Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση (**Master of Science in Management**), Business School, Staffordshire University, UK.
- Πτυχίο **Οικονομικών Επιστημών**, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

### ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ

---

Πανεπιστήμιο Πατρών – Πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας

03/2018- **Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού** -

σήμερα **Μάθημα:** «Στρατηγική Μάρκετινγκ Ξενοδοχειακής & Τουριστικής Βιομηχανίας», «Διοίκηση Συνεδρίων & Εκδηλώσεων», «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ», «Τουριστικό Μάρκετινγκ» (Θεωρία), «Αρχές Μάρκετινγκ» (Θεωρία), «Συμπεριφορά Καταναλωτή στον Τουρισμό» (Θεωρία)

---

## Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας – Πρώην ΤΕΙ Θεσσαλίας

- 10/2017 – **Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων**  
02/2022 Προπτυχιακά Μαθήματα: «Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς» (Εργαστήριο & Θεωρία), «Ψηφιακό Μάρκετινγκ»  
**Μεταπτυχιακό MBA** Μαθήματα: «Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς», «Συμπεριφορά Καταναλωτή», «Διεθνές Μάρκετινγκ»  
**Επίβλεψη-Αξιολόγηση Πτυχιακών Εργασιών: 20 με γνωστικό «Μάρκετινγκ»**

## Πανεπιστήμιο Πειραιώς

- 10/2014 – **Πρόγραμμα E-learning στην Διοίκηση Τουριστικών Υπηρεσιών**: Τουριστικές  
σήμερα Υπηρεσίες Πανεπιστημίου Πειραιώς  
Μάθημα «Τουριστική Καταναλωτική Συμπεριφορά» - Σεμινάριο «Πώς να  
σχεδιάσετε τα aesthetics της τουριστικής σας επιχείρησης»  
09/2015 – **Πρόγραμμα Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης Οργάνωση και Διοίκηση**  
σήμερα **Επιχειρήσεων**: Diploma in Pharmacy Management Πανεπιστημίου Πειραιώς  
*Περιγραφή έργου*: Εκπαιδευτικό έργο για το μάθημα «Σύγχρονη διοίκηση  
προϊόντων φαρμακείου και merchandising»

### ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

---

#### ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. Chatzopoulou, E., Tsogas, M. & Kyriakou, M. (2022). Retail atmospherics in times of need: A PLS modelling approach of the role of emotions in a pharmacy environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Emerald Publishing Limited, 50 (2), 158-182. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2021-0208> . – *Scopus: 4,6; Impact Factor 2,321-*
2. Chatzopoulou, E. & Xanthopoulou, P. (2020). What drive customers to spread the word and be loyal? Factors influencing e-loyalty and eWOM to OTA's websites. *International Journal of Cultural and Digital Tourism*, 7 (Autumn), 21-36.
3. Arsenis, T. & Chatzopoulou, E. (2020). Instagram influencers' impact on online consumer behaviour: An empirical study of the Greek market. *International Journal of Academic Management Science Research*, 4 (11), 31-39.

---

#### ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

1. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2022). Place Attachment – Detachment. In: D. Buhalis (Eds) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar Publishing, 502-505 (DOI 10.4337/9781800377486).
2. Chatzopoulou, E., Poulaki, I. & Papatheodorou, A. (2022). Effective airline market segmentation: The case of Singapore Airlines Group. In G. Aktas & M. Kozak (Eds) *International Case Studies in Tourism Marketing*, 48-60 (ISBN 9781032023137).
3. Tsogas, M., Chatzopoulou, E. & Markou, M. (2020). *Tourist mapping based on sub-destination and special events*. In: V. Katsoni & T. Spyriadis (Eds) *Cultural and Tourism Innovation: Integration and Digital Transition*, pp. 323- 334. Springer (DOI: 978-3-030-36342-0\_26)
4. Tsogas, M., Chatzopoulou, E. & Savva, I. (2019). *Tourist Sub-Destinations: Shedding Light on a Neglected Touristic Behavior*. In: V. Katsoni & M. Segarra-Ona (Eds) *Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability*, pp. 237-247. Springer (DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-03910-3>)

5. Chatzopoulou E. & Tsogas M. (2017). *The Role of Emotions to Brand Attachment and Brand Attitude in a Retail Environment*. In: *Stieler M. (eds) Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends. Developments in Marketing Science*, pp 43-47. Springer. (DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-45596-9\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-319-45596-9_10))

#### **ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ**

1. Tsogas, M., Chatzopoulou, E. & Kyriakou, M. (2021). The concurrent effect of managerial cognitions and emotions in strategic expansion decision making. *Proceedings of 2021 AMA Global Marketing SIG Conference*, 1-3 October, Taormina, Sicily Italy.
2. Tsogas, M. & Chatzopoulou, E. (2021). Not all Crises are Alike: Comparing and Contrasting Retail Consumers during a Pandemic Lockdown Versus Consumers hit by Economic Recession. *Proceedings of the European Marketing Academy, 50th*, (104587)
3. Tsogas, M., Chatzopoulou, E. & Kyriakou, M. (2020). From convenience and necessity to aesthetics and emotions in determining pharmacy retailing loyalty. *Proceedings of 8th ICCMI2020*, 11-13 September, Virtual Conference (Virtual Conference (ISBN: 978-618-84798-6-9)). - **Awarded for Conference Best Paper.**
4. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2020). Customer Segmentation in a severe economic crisis. *Proceedings of 49th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 26-29 May Budapest, Hungary (63782) – <http://proceedings.emac-online.org/index.cfm?abstractid=A2020-63782&Customer%20Segmentation%20in%20a%20severe%20economic%20crisis>
5. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2018). The significance of retail consumer detachment in a period of harsh economic conditions. *Proceedings of 47th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 29 May – 01 June, Glasgow, UK (ISBN 978-82-8247-284-5).
6. Chatzopoulou, E., Tsogas, M. & Kyriakou, M. (2017). Interplay of aesthetics, emotion and attachment in the retailing environment of pharmacy. *Proceedings of the Regional EMAC*, 20-22 September, Timisoara, Romania (ISBN 978-973-125-580-4).
7. Chatzopoulou, E., Tsogas, M. & Plakoyiannaki, E. (2016). The significance of the construct of detachment in explaining consumer patronage in a period of prolonged and severe economic depression. *Proceedings of the Global Marketing Conference (GMC)*, (p.1359-1364), Hong Kong (ISSN 1976-8699, <http://db.koreascholar.com/article.aspx?code=315194>)
8. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2016). The role of emotions to brand attachment and brand attitude in a retail environment. *Proceedings of the 44<sup>th</sup> Academy of Marketing Science Annual Conference* 18-21 May, Florida, Orlando (ISSN: 2363-6165).
9. Tsogas, M., Kyriakou, M., Chatzopoulou, E., & Papastathopoulou, P. (2016). Targeting alternatives in international market expansion strategies. *Proceedings of 45th European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 24-27 May, Oslo, Norway (ISBN 978-82-8247-284-5).
10. Chatzopoulou, E., Tsogas, M. & Chatzigeorgiou, M. (2015). The interplay of cognition and emotions in country evaluation process. *Proceedings of the 3rd International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, 30/06-02 July 2015, Kingston, UK.
11. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2014). Aesthetics: Luxury or Necessity? Patronage decisions in condition of severe economic crisis. *Proceedings of the 43rd European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 03-06 June 2014, Valencia, Spain (ISBN 978-84-370-9453-3).
12. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2013). The affection of CSR factors to business and financial performance. *Presentation at 42nd European Marketing Academy Conference (EMAC)*, 04-07 June 2013, Istanbul, Turkey (ISBN 978-9944-380-10-2).
13. Chatzopoulou, E. & Syrakoulis, K. (2010). There is more to do at the mall than just shopping:

---

The case of leisure activities. *Proceedings of the 2010 Academy of Marketing Conference* (06-08 July, 2010), p. 70-78 (cd), Coventry, England (ISBN 978-1-84600-0317).

14. Chatzopoulou, E. & Tsimonis, K. (2010). Shopping malls: Just another shopping place?. *Proceedings of the 2010 Academy of Marketing Conference* (06-08 July, 2010), p. 70-78 (cd), Coventry, England (ISBN 978-1-84600-0317).