

Δρ ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΗ (ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ)

Η Εύη Χατζοπούλου είναι Επίκουρος Καθηγήτρια Μάρκετινγκ 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. Διδάσκει μαθήματα του ευρέως γνωστικού αντικειμένου «Μάρκετινγκ», Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, Συμπεριφορά Καταναλωτή, Ψηφιακό 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 Μάρκετινγκ και Τουρισμού. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιλαμβάνουν τη συμπεριφορά καταναλωτή, τη συμπεριφορά τουρίστα, το μάρκετινγκ στην κρίση, το ψηφιακό μάρκετινγκ από την οπτική του πελάτη, influencer marketing, τα ποσοτικά υποδείγματα κα.

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Μεγ. Αλεξάνδρου, 26334 Πάτρα
E-MAIL	echatzop@upatras.gr
Web	Google Scholar – Evi Chatzopoulou Orchid - 0000-0003-3653-6491
ΦΕΚ Διορισμού	1901/11-08-2022 τ.Γ'
Κωδ. ΑΠΕΛΛΑ	25587

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

2013 – 2017	Διδάκτωρ Μάρκετινγκ , Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πειραιώς, Πειραιάς. <i>Τίτλος Διδακτορικής Διατριβής: «Ο ρόλος και η σημασία της Αποσύνδεσης στην Καταναλωτική Συμπεριφορά στο Επώνυμο Λιανεμπόριο κατά τη διάρκεια μιας έντονης οικονομικής ύφεσης».</i>
2008 – 2009	Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση (Master of Science in Management), Business School, Staffordshire University, UK. <i>Θέμα πτυχιακής εργασίας: «Shopping mall: A customer perspective»</i>
2003 – 2008	Πτυχίο Οικονομικών Επιστημών , Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Οικονομικών & Κοινωνικών Επιστημών. Θεσσαλονίκη.

ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ

Α) Διδακτική εμπειρία

Α1. Προπτυχιακό Επίπεδο

08/2022- Σήμερα	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού- Πανεπιστήμιο Πατρών Επίκουρος Καθηγήτρια Μάρκετινγκ <i>Μαθήματα:</i> «Συμπεριφορά Καταναλωτή στον Τουρισμό» (4.34/5), «Τουριστικό Μάρκετινγκ», «Αρχές Μάρκετινγκ», «Μεθοδολογία και Τεχνικές Έρευνας» (4.57/5), «Διοίκηση Συνεδρίων και Εκδηλώσεων» (4.55/5), «Διοίκηση Κρίσεων στον Τουριστικό Κλάδο» (4.44/5), «Σχεδιασμός και Διαχείριση Τουριστικών Προορισμών», «Ψηφιακό Μάρκετινγκ» <i>Επίβλεψη Πτυχιακών εργασιών:</i> 21 με γνωστικό αντικείμενο «Μάρκετινγκ»
10/2021- 02/2022	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία) <i>Μάθημα:</i> «Ψηφιακό Μάρκετινγκ»
10/2020- 09/2021	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού - Πανεπιστήμιο Πατρών <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία) <i>Μαθήματα:</i> «Στρατηγική Μάρκετινγκ Ξενοδοχειακής & Τουριστικής Βιομηχανίας» «Διοίκηση Συνεδρίων & Εκδηλώσεων», «Αθλητικός Τουρισμός»
10/2019- 02/2020	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού - Πανεπιστήμιο Πατρών <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Ακαδημαϊκός Υπότροφος - Πλήρης ωράριο <i>Μαθήματα:</i> «Στατιστική» (Εργαστήριο), «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» (Θεωρία), «Διοίκηση Ταξιδιωτικών Οργανισμών & Πρακτορείων» (Εργαστήριο) Τμήμα Οικονομικών Επιστημών - Πανεπιστήμιο Πατρών <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία) <i>Μάθημα:</i> «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ»
02/2019- 09/2019	Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού – Πανεπιστήμιο Πατρών <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Ακαδημαϊκός Υπότροφος βαθμίδας Επίκουρου Καθηγητή <i>Μαθήματα:</i> «Αρχές Μάρκετινγκ» (Θεωρία), «Συμπεριφορά Καταναλωτή στον Τουρισμό» (Θεωρία) , «Αερομεταφορές» (Εργαστήριο), «Τουριστικό Μάρκετινγκ» (Θεωρία) <i>Επίβλεψη Πτυχιακών Εργασιών:</i> 6 με γνωστικό Τουριστικό Μάρκετινγκ
10/2018- 02/2019	Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων - ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Ακαδημαϊκός Υπότροφος βαθμίδας Επίκουρου Καθηγητή <i>Μαθήματα:</i> «Διοίκηση Ταξιδιωτικών Οργανισμών και Πρακτορείων» (Εργαστήριο), «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» (Θεωρία) Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – ΤΕΙ Θεσσαλίας <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία) <i>Μαθήματα:</i> «Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς» (Εργαστήριο & Θεωρία) Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομίας - ΤΕΙ Θεσσαλίας <i>Περιγραφή Θέσης:</i> Ακαδημαϊκός Υπότροφος, <i>Μάθημα:</i> «Μάρκετινγκ»

02/2018- 09/2018	Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων – ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδος <i>Περιγραφή Θέσης: Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία)</i> Μάθημα - Έργο: « <i>Συμπεριφορά Καταναλωτή στον Τουρισμό</i> »
09/2017 – 02/2018	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων - ΤΕΙ Θεσσαλίας <i>Περιγραφή θέσης: Νέος Επιστήμονας (Αυτόνομη Διδασκαλία)</i> Μαθήματα: « <i>Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς</i> » (Εργαστήριο & Θεωρία), Ερευνητικό και Συμβουλευτικό Έργο Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομίας - ΤΕΙ Θεσσαλίας <i>Περιγραφή θέσης: Ακαδημαϊκός Υπότροφος</i> Μαθήματα: « <i>Μάρκετινγκ</i> »

A2. Μεταπτυχιακό Επίπεδο

10/2022- Σήμερα	Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών & Επιχειρήσεων – Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Πατρών <i>Μαθήματα: «Ψηφιακό Μάρκετινγκ» (4.67/5), «Μάρκετινγκ Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών», «Συμπεριφορά Καταναλωτή & Branding για Προορισμούς και Τουριστικές Επιχειρήσεις».</i> <u>Επίβλεψη-Αξιολόγηση Μεταπτυχιακών Διπλωματικών Εργασιών: 2</u>
10/2019- 03/2021	Μεταπτυχιακό MBA - Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων <i>Περιγραφή θέσης: Διδάσκων – Εξωτερικός Συνεργάτης</i> Μαθήματα: « <i>Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς</i> », « <i>Συμπεριφορά Καταναλωτή</i> », « <i>Διεθνές Μάρκετινγκ</i> » <u>Επίβλεψη-Αξιολόγηση Πτυχιακών Εργασιών: 15</u> με γνωστικό « <i>Μάρκετινγκ</i> »
10/2018 – 06/2019	Μεταπτυχιακό MBA - Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων <i>Περιγραφή θέσης: Διδάσκων – Εξωτερικός Συνεργάτης</i> Μαθήματα: « <i>Μεθοδολογίες Έρευνας Αγοράς</i> », « <i>Συμπεριφορά Καταναλωτή</i> », « <i>Διεθνές Μάρκετινγκ</i> »
03/2018 – 05/2018	Μεταπτυχιακό MBA & Μεταπτυχιακό ΔΕΜ - Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων <i>Περιγραφή θέσης: Διδάσκων – Εξωτερικός Συνεργάτης</i> Μάθημα: « <i>Μεθοδολογία Έρευνας</i> » <u>Επίβλεψη-Αξιολόγηση Πτυχιακών Εργασιών: 4</u> με γνωστικό « <i>Μάρκετινγκ</i> »

A3. Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση - Πανεπιστήμιο Πειραιώς

10/2014 – 10/2022	<u>Πρόγραμμα E-learning στην Διοίκηση Τουριστικών Υπηρεσιών:</u> Τουριστικές Υπηρεσίες Πανεπιστημίου Πειραιώς Μάθημα « <i>Τουριστική Καταναλωτική Συμπεριφορά</i> » - Σεμινάριο « <i>Πώς να σχεδιάσετε τα aesthetics της τουριστικής σας επιχείρησης</i> »
09/2015 – 10/2022	<u>Πρόγραμμα Εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων:</u> Diploma in Pharmacy Management Πανεπιστημίου Πειραιώς Μάθημα « <i>Σύγχρονη διοίκηση προϊόντων φαρμακείου και merchandising</i> »

B) Ερευνητικά Προγράμματα

03/2024 – 08/2024	Δράση: <i>Life+ Environment</i> , Πρόγραμμα 6281: <i>Life ARCPROM: Improving human-bear coexistence in 4 National Parks of South Europe</i> Συμμετοχή στη Δράση - C10. Bear-friendly labeling in products and services Προέλευση Χρηματοδότησης: <i>Ευρωπαϊκή Ένωση</i>
----------------------	--

Γ) Εργασιακή εμπειρία – Έρευνα

10/2021- 11/2021	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων – Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας Διεξαγωγή έρευνας ικανοποίησης και απορρόφησης στην αγορά των αποφοίτων του προγράμματος ΜΠΣ MBA
08/2013 – 09/2015	<u>Σύμβουλος Επιχειρήσεων (Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ)</u> Εκπόνηση feasibility – prefeasibility μελετών – Σχεδιασμός προγραμμάτων μάρκετινγκ – Concept development – Σχεδιασμός media plan Εκπόνηση μελετών σκοπιμότητας - Δημιουργία επιχειρηματικών σχεδίων – Σχεδιασμός προγραμμάτων μάρκετινγκ –Σύμβουλος Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΣΥΓΓΡΑΦΙΚΟ ΕΡΓΟ

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. Poulis, A., Theodoridis, P. & **Chatzopoulou, E.** (2024). Sustainable Brand Resilience: Mitigating Panic Buying through Brand Value and Food Waste Attitudes Amid Social Media Misinformation. *Sustainability*, 16 (15), 6658; **(IF 3.3; CiteScore 6.8; Q1)**. MDPI. <https://doi.org/10.3390/su16156658>
2. **Chatzopoulou, E.**, Poulis, A. & Giovanis, A. (2024). Enhancing Brand Loyalty through LGBTQ+ Influencers: A Study on the Impact of Firm-Generated Content in Inclusive Marketing Strategies. *Corporate Communications: The International Journal*. **(ABS 1; IF: 2.8; Cite Score: 4; Q2)**. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2024-0038>
3. Argyropoulou, M., Christodoulaki, A., Poulaki, I. & **Chatzopoulou, E.** (2024). Societal Snapshots: Navigating the Social Media and Tourist Motivations. *Culture – Journal of Culture in Tourism, Art and Education*, 4(1), 69-77. DOI: <https://doi.org/10.26220/cul.4763>.
4. Poulaki, I., **Chatzopoulou, E.**, Constantoglou, M. & Constantinidou, V. (2024). Disruptive Innovation and e-micro-Entrepreneurship in Tourism: The IRMA model approach for Airbnb platform. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. **(Scopus 7; IF 4.8; Q1)**. Emerald Publishing Limited. DOI: [10.1108/JHTI-05-2023-0309](https://doi.org/10.1108/JHTI-05-2023-0309)
5. **Chatzopoulou, E.**, Tsogas, M. & Kyriakou, M. (2022). Retail Atmospherics in times of disruption: A PLS modeling approach of the role of emotions in a pharmacy environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(2), 158-182. **(ABS 2; Scopus 8.1; IF 5.4; Q1)**. Emerald Publishing Limited. DOI: [10.1108/IJRDM-04-2021-0208](https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2021-0208)
6. **Chatzopoulou, E.** & Xanthopoulou, P. (2020). *What drives 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.
7. Arsenis, T. & **Chatzopoulou, E.** (2020). Instagram influencers' impact on online consumer behavior: An empirical study of the Greek market. *International Journal of Academic Management Science Research*, 4 (11), 31-39.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ (Σε διαδικασία αξιολόγησης)

8. **Chatzopoulou, E.**, Poulis, A. & Rizomyliotis, I. (202X). *Co-Creating Journeys: Deciphering the Role of Influencers in Shaping Customer Experience*. (Under Review).

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

1. Papamitsakis, N. Argyropoulou, M. & **Chatzopoulou, E.** (2024). Tell me Where You Are From and I Will Tell You How Much You Get: The Role of Internal Marketing in the Tourism Industry. In: V. Katsoni (Ed), Springer.
2. **Chatzopoulou, E.** & Tsogas, M. (2022). Place Attachment – Detachment. In: D. Buhalis (Eds) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, pp.502-505. Edward Elgar Publishing (DOI 10.4337/9781800377486).
3. **Chatzopoulou, E.**, Poulaki, I. & Papatheodorou, A. (2022). Effective airline market segmentations: The Case of Singapore Airlines Group. In: M. Kozak & G. Aktas (Eds) *Routledge International Case Studies in Tourism Series: Tourism Marketing*. Routledge (ISBN 9781032023137).
4. 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)
5. 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>)
6. **Chatzopoulou E.** & Tsogas M. (2017). *The Role of Emotions to Brand Attachment and Brand Attitude in a Retail Environment*. In: Stielor 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).

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

1. Anevlavis, E., **Chatzopoulou, E.** & Argyropoulou, M. (2024). The interface of Intangible Culture Heritage and Marketing: A Systematic Literature Review (SLR). Proceedings of 11th International Conference IACUDIT, 3rd -5th September, 2024, Naxos, Greece.
2. Anevlavis, E., Anevlavi, V., **Chatzopoulou, E.** & Argyropoulou, M. (2024). Dionysian Archaeology: Naxos Island's All-Season Mystique explored through archaeological and carnival tours. Proceedings of 30th EAA Annual Meeting, August, Rome, Italy.
3. Spentzou, M., **Chatzopoulou, E.**, Argyraki, P., Giannakopoulos, A., Chatzopoulos, D.C., Economou, A., Laspidou, C. & Billinis, C. (2024). Empowering Environmental Conservation by Designing an Information System for Wildlife and Biodiversity Protection Label Award. 11th International Conference on Environmental Management, Engineering, Planning and Economics (CEMEPE 2024) & SECOTOX Conference, 16-20 June 2024, Lefkada, Greece.
4. Anevlavis, E., Anevlavi, V., **Chatzopoulou, E.** & Argyropoulou, M. (2024). Digital legacy of Melanes, Naxos: Integrating daily life, Cultural heritage, and Tourism. Proceedings of 1st Intocus Conference. 8-9 March Athens, Greece.
5. **Chatzopoulou, E.** & Tsogas, M. (2023). Brand detachment as the mediator of the effect of emotions on WOM and brand loyalty. Proceedings of EMAC 2023 Regional Conference. 27-29 September, Piraeus Greece.
6. Poulis, A. & **Chatzopoulou, E.** (2023). The role of Social Media Influencers to Tourists Travel Decisions. Proceedings of EMAC 2023 Regional Conference. 27-29 September, Piraeus Greece.
7. Tsogas, M., **Chatzopoulou, E.** & Kyriakou, M. (2021). The concurrent effect of managerial cognitions and emotions in strategic expansion decision making. Proceedings of AMA Global SIG 2021, 01-03

October, Taormina, Sicily.

8. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2021). Not all Crises are Alike: Comparing and Contrasting Retail Consumers during a Pandemic Lockdown Versus Consumers hit by Economic Recession. Proceedings of 12th EMAC Regional Conference 2021, 23-24 September, Warsaw, Poland (R2021-104587).
9. 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, ISBN: 978-618-84798-6-9). - Awarded for Conference Best Paper.
10. Arsenis, T. & Chatzopoulou, E. (2020). The impact of Instagram influencers on purchase intention and behavior. Proceedings of 8th ICCMI2020, 11-13 September, Virtual Conference (ISBN: 978-618-84798-6-9).
11. 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).
12. Tsogas, M., Chatzopoulou, E. & Karamaria, L. (2018). Hotel Reservations and Digital Consumer Motives. Proceedings of 6th ICCMI2018, 27-30 June, Athens, Greece (ISBN: 978-960-287-158-4).
13. 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).
14. 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).
15. 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>)
16. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2016). The role of aesthetics and emotions to patronage decisions in conditions of prolonged recession. Proceedings of the 44th Academy of Marketing Science Annual Conference 18-21 May, Florida, Orlando (ISSN: 2363-6165).
17. 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).
18. Kyriakou, M., Tsogas, M. & Chatzopoulou, E. (2015). A typology of International markets targeting strategies. Proceedings of the 3rd International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICMI), 30/06-02 July 2015, Kingston, UK.
19. 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).
20. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2013). The affection of CSR factors to business and financial performance. Proceedings 42nd European Marketing Academy Conference (EMAC), 04-07 June 2013, Istanbul, Turkey (ISBN 978-9944-380-10-2).
21. Tsiotsou, R. & Chatzopoulou, E. (2012). Employees' perceptions of Corporate Social Responsibility in a retailing setting. Proceedings of the 11th International Congress on Public and Non-Profit Marketing (14-15 June 2012) cd proceedings, Vilnius, Lithuania.
22. Chatzopoulou, E., Tsiotsou R. & Sirakoulis, K. (2011). Examining the effect of gender on

motivational factors for visiting shopping malls. Proceedings of the 16th International Conference on Corporate and Marketing Communications (27-29 April 2011), p. 362-363 (cd), Athens, Greece.

23. 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).
24. 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).

ΒΙΒΛΙΑ- ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

1. Kingsnorth, S. (2022). *Στρατηγική Ψηφιακού Μάρκετινγκ* (Επιμέλεια: Ιωάννης Αντωνιάδης, Εύη Χατζοπούλου). Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
2. Fyall, A., Legohérel, P., Frochot, I. & Wang, Y. (2021). *Μάρκετινγκ Τουρισμού και Φιλοξενίας: Συνεργασία, Τεχνολογία, Εμπειρίες* (Επιμέλεια: Χατζοπούλου Εύη). Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΓΧΩΡΙΟΥΣ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

1. Χατζοπούλου, Ε. (2023). Στάση των καθηγητών μουσικής απέναντι στον σχολικό εκφοβισμό. Κανταρτζή, Ε. & Φουργκατσιώτης, Α. (Επιμ.) *8^ο Πανελλήνιο Συνέδριο: Εκπαίδευση και Πολιτισμός στον 21ο αιώνα*, Τόμος Ε, σελ. 165-176. ISBN SET:978-618-5458-62-1.

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΕΓΧΩΡΙΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ

1. Χατζοπούλου, Ε. & Κακάβα, Ε. (2023). Στάση των καθηγητών μουσικής απέναντι στον σχολικό εκφοβισμό. 8ο Πανελλήνιο Συνέδριο "Εκπαίδευση και Πολιτισμός στον 21ο αιώνα". 13-14 Μαΐου Αθήνα, σελ. 141 Τόμος περιλήψεων.
2. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2017). *Brand personality destination: the case of Paros*. 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing & Branding Τόπου, 31/03-02/04, Larissa, Greece (ISBN 978-618-5036-26-3).
3. Chatzopoulou, E. & Tsogas, M. (2017). *Nation branding - The brand of Greece*. 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Marketing & Branding Τόπου, 31/03-02/04, Larissa, Greece (ISBN 978-618-5036-26-3).

ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

- Μέλος *Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ*
 - Μέλος *Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ*
 - Μέλος *IACUDIT*
 - Μέλος του *Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας*
 - Εγγεγραμμένη εισηγήτρια *ΛΑΕΚ ΟΑΕΔ*
 - Εγγεγραμμένη στο *μητρώο διδασκόντων κολλεγίων*
 - *Reviewer* σε ακαδημαϊκά περιοδικά
 - Επιστημονική Επιτροπή στο «*Journal of Culture in Tourism, Art and Education*»
 - Συμμετοχή σε Επιτροπές: *Συντονίστρια* στην Επιτροπή Προβολής Τμήματος
-