



Βιογραφικό Σημείωμα

ΔΕΣΠΟΙΝΑ Α. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ

ΔΙΔΑΚΤΩΡ ΣΤΗΝ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ

ΜΕΛΟΣ ΔΕΠ- ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΣΧΟΛΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ

Πάτρα, Δεκέμβριος 2022

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	3
ΤΙΤΛΟΙ ΣΠΟΥΔΩΝ	3
ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΑ	4
ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΑ	4
ΆΡΘΡΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΚΡΙΣΗ.....	5
ΆΡΘΡΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΑ ΜΕ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΡΙΤΩΝ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ.....	7
ΆΡΘΡΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΑ ΩΣ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΚΡΙΣΗ	7
ΆΡΘΡΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΑ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΚΡΙΣΗ.....	8
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ.....	11
ΆΡΘΡΑ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΑ ΣΕ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΚΡΙΣΗ.....	11
ΆΛΛΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ.....	12
ΆΡΘΡΑ ΥΠΟ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ (WORK-IN-PROGRESS)	13
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ WORK-SHOPS.....	14
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ	14
ΚΥΡΙΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΣΕ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΕΣ ΔΙΑΤΡΙΒΕΣ.....	15
ΚΥΡΙΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΣΕ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΕΣ ΔΙΑΤΡΙΒΕΣ ΣΤΟ ΣΤΑΔΙΟ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ.....	15
ΚΥΡΙΑ ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΣΕ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ	16
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ	16
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	17
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	17
ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ (ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΑΛΛΩΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΩΝ ΣΤΟ ΕΡΓΟ ΤΗΣ ΔΡ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ).....	18
ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ-ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ.....	18
ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΘΗΓΗΤΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΨΥΤΕΡΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΔΡ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ	18
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΩΣ ΜΕΛΟΥΣ ΣΕ ΕΚΛΕΚΤΟΡΙΚΑ ΣΩΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΜΕΛΩΝ ΔΕΠ.....	19
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΩΣ ΚΡΙΤΗΣ ΣΕ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	19
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ	19

Βιογραφικό Σημείωμα

ΔΕΣΠΟΙΝΑ Α. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ

Ph.D. στην Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ, MBA, BSc, Οικονομικό Παν. Αθηνών

Μέλος ΔΕΠ- Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πατρών

Προσωπικά Στοιχεία

Ημερομηνία Γέννησης:	30 Ιανουαρίου 1962
Τόπος Γέννησης:	Πειραιάς
Οικογενειακή Κατάσταση:	Έγγαμος, τρία τέκνα
Υπηκοότητα:	Ελληνική
Επαγγελματική Απασχόληση:	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Μάρκετινγκ (ΦΕΚ 177/10-3-2015), Επίκουρος Καθηγήτρια (ΦΕΚ 56/29-7-2007 ΦΕΚ μονιμοποίησης 256/12-3-2012)
Διεύθυνση Εργασίας:	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πατρών, τηλ: 2610 997639, 6945 476472
Τόπος Κατοικίας:	Νάξου 6, Ρίο Πατρών, 26504, τηλ. 2614018622.
Skype:	despina.karayanni
email:	karayani@upatras.gr
URL:	http://www.bma.upatras.gr/staff/karayan

Τίτλοι Σπουδών

- Διδακτορικό Δίπλωμα του Τμήματος Επιχειρησιακής Έρευνας και Μάρκετινγκ, του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (Απρίλιος, 2000).

Θέμα Διδακτορικής Διατριβής:

“An Integrated Model of Communication Strategies for Business Network Alliances, Antecedent Conditions and Business Performance, using the Internet as the Mediating Communication Means”.

- Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στην Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων (M.B.A.) (1996), Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, με βαθμό Λίαν Καλώς 7,54.

Θέμα Μεταπτυχιακής Εργασίας (Master Thesis):

“Επίδραση του Ίντερνετ στις Στρατηγικές Μάρκετινγκ στις Business-to-Business Αγορές Προϊόντων-Διεθνής Εμπειρική Έρευνα”.

- Πτυχίο Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (1989), Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, με βαθμό *Λίαν Καλώς Επτά (7)*.
- Λύκειο 2^ο Γλυφάδας: Απολυτήριο 19 και 7/12.

Διδακτική Εμπειρία Μεταπτυχιακά

2014 έως σήμερα	Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Σχεδιασμός Επιχειρηματικών Στρατηγικών και Ασφάλεια Συναλλαγών (MBA, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων)
2007 έως σήμερα	Μάρκετινγκ (MBA Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών)
2018 έως σήμερα	Μάρκετινγκ (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών ειδίκευσης στην Πράσινη Ενέργεια, Τμήμα Μηχανολόγων Μηχανικών, Παν. Πατρών)
2014 -2017	Ανάπτυξη Νέου Προϊόντος (Μεταπτυχιακό, MBA Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών)
2000 -2018	Προγραμματισμός και Οργάνωση Πωλήσεων (Μεταπτυχιακό, Τμήμα Φαρμακευτικού Μάρκετινγκ, Τμήμα Φαρμακευτικής. Παν. Πατρών).
2002 -2018	Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ (Μεταπτυχιακό Τμήμα Φαρμακευτικού Μάρκετινγκ, Τμήμα Φαρμακευτικής-Παν. Πατρών).
2002 -2018	Στρατηγικές επικοινωνίας μάρκετινγκ (Μεταπτυχιακό Τμήμα Φαρμακευτικού Μάρκετινγκ, Τμήμα Φαρμακευτικής-Παν. Πατρών).
1999-2001	Διεθνές Μάρκετινγκ (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Στελεχών Δημόσιας Διοίκησης, Ελληνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης - Ε.Κ.Δ.Δ.).
2020 -2021	Έρευνα Αγοράς (Μεταπτυχιακό, MBA Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πατρών).
2006–2007	Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα για Στελέχη, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΟΠΑ.

Διδακτική Εμπειρία Προπτυχιακά

2000 έως σήμερα	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών).
2017 έως σήμερα	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (Τμήμα Αεροναυπηγών Μηχανικών, Παν. Πατρών).
2017 έως σήμερα	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (Τμήμα Μηχανολόγων Η/Υ, Παν. Πατρών).
2017 έως σήμερα	Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (Τμήμα Αρχιτεκτόνων Μηχανικών, Παν. Πατρών).
2012 έως σήμερα	Marketing Research (Erasmus program, διδάσκεται στην αγγλική γλώσσα, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών).

2000 έως σήμερα	Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς (Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών).
2012 έως σήμερα	Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών)
2007-2018	Στρατηγικό Μάρκετινγκ (Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών).
2002-2018	Βιομηχανικό Μάρκετινγκ και Οργάνωση Δυναμικού Πωλήσεων (Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Πατρών).
2019-2020	Ηλεκτρονικό Εμπόριο (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο).
2004-2015	Μάρκετινγκ II (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο)
2003-2004	Μάρκετινγκ I (Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο).
2003-2004	Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ (Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων).
2003-2004	Συμπεριφορά Καταναλωτή (Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων).
1998-2000	Μέθοδοι έρευνας αγοράς, IST Studies, Κέντρο Ελευθέρων Σπουδών
1999-2001	Managing Markets, Henley University (Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Επιχειρήσεων - Ε.Ε.Δ.Ε.).
1999-2000	Integrated Marketing Communications - CMC (Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Επιχειρήσεων - Ε.Ε.Δ.Ε.).

Άρθρα Δημοσιευμένα σε Διεθνή Επιστημονικά Περιοδικά μετά από Κρίση

1. **Karayanni D. and Vemuri R. (2022)**, “Impact of VFR Expenditures on Home Economies”, submitted to Annals of Tourism Research Empirical Insights, gold open access journal. It is a companion title to the highly-regarded Annals of Tourism Research and publishes empirically-based full research articles (1st round), DOAJ (Directory of Open Access Journals) list, Scopus list.
2. **Karayanni, D. and Koutsogiannopoulou N. (2022)**, “Modeling Civic Socialization and Purchasing Intentions in the Context of Social Media”, submitted to the Journal of Marketing Communications (1st round), (IF: 3,59, H-index=52, ABS list, JQL list, Scopus list, Q1 Scimago list).
3. **Christina C. Georgi, Despina A. Karayanni (2021)**, “Coronavirus (Covid19) and Consuming Behavior Based on Psychological Criteria and Quality of Life Perceptions-A Quantitative Research”, International Journal of Business and Applied Social Science (IJBASS), 7/7, Center for Promoting Education and Research (CPER), USA, DOI: 10.33642/ijbass.v7n7p3.
4. **Ntarlas, G., & Karayanni, D. A. (2020)**, “Exploring the Mediating Role of Interactivity Between Content Engagement and Business Performance in a Mobile-Marketing Strategy: A Quantitative Research in a Business-to-Business

- Context”, *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 815-823), Springer, DOI: 10.1007/978-3-030-36126-6_90, (1 citation GoogleScholar), Scopus list.
5. **Ntarlas, Gerassimos, Ntavari, Athina, & Karayanni, Despina (2020)**, “The Strategic Use of Social-Media in the Business-to-Business Context. Two Social Media Users’ Clusters”, *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 825-833), Springer, DOI: 10.1007/978-3-030-36126-6, (1 citation GoogleScholar), Scopus list.
 6. **Apostolopoulos, D., Karayanni, D. A., & Georgi, C. C. (2020)**, “Exploring the Relationship of Physician Practice Characteristics with Patient’s Therapeutic Experience: An Exploratory Quantitative Research”. *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 1053-1061), Springer, DOI: 10.1007/978-3-030-36126-6_117), Scopus list.
 7. **Karayanni, D. A., Vemuri, S. R., & Ieronymakis, V. (2019)**, “Understanding Tourist Diaspora: An Interdisciplinary Mixed Mode Design Documenting Greek Tourist Diaspora”, *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 893-901), Springer, DOI: 10.1007/978-3-030-12453-3_103), Scopus list.
 8. **Karayanni, D. A., & Dragotis, E. (2019)**, “Responsibilities and Ethics of the Greek Businesses on Tourism Industry: An Explanatory Quantitative Research”, *Strategic Innovative Marketing and Tourism* (pp. 911-919), Springer, <https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3>), Scopus list.
 9. **Karayanni D. (2015)**, “A Model of Interorganizational Networking Antecedents, Consequences and Business Performance”, *Journal of Business-to-Business Marketing*, Volume 22, 2015 - Issue 4, 293-312, <https://doi.org/10.1080/1051712X.2015.1115702> (16 citations-Google Scholar), (IF: 3.30, H-Index=32, ABS Quality list, JQL list, Scimago list Q2, Scopus list).
 10. **Karayanni D. & Georgi C. (2012)**, "Segmenting generic medicines’ market, using physicians’ attitudes and generic companies’ prescription span as grouping criteria", *Journal of Medical Marketing*, March, Vol. 12 Issue 2, 104-122, <https://doi.org/10.1177/1745790412443144>, (3 citations- Google Scholar), (IF:0.11, H-Index=19, Scimago list Q3, Scopus list).
 11. **Karayanni D. (2010)**, "A Cluster Analysis of Physician’s Values, Prescribing Behaviour and Attitudes towards Firms’ Marketing Communications", *International Journal of Customer Relationship Marketing and Management*, 4, October, 62-79, (18 citations-Google Scholar), (IF: 0.67, H-Index=4, SCI journal org, Scopus list).
 12. **Karayanni, D. A. & Mylonakis J. (2008)**, “Buyer Satisfaction, Purchasing Decision and Relative Contribution of Promotion Tools for Olympic Products: The ATHENS 2004 Experience”, *The Icfai Journal of Marketing Management*, vol.VII, No 1, 6-14. (3 citations-Google Scholar). Το περιοδικό αυτό έχει αναλυτικό τίτλο ‘The Institute of Chartered Financial Analysts of India Journal of Marketing’, είναι έγκριτο περιοδικό στην Ινδία, και βρίσκεται στην ηλεκτρονική λίστα <https://portal.issn.org/resource/ISSN/0972-6845>.
 13. **Karayanni, D. A. & Avlonitis, G. J. (2006)**, “The Use of Internet in Business-to- Business Marketing: Demographic Characteristics and Intercorrelations

among Internet Marketing Variables from American and European Companies” *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 10, 3, Dec.- (3 citations-Google Scholar), (IF: 0.185, H-Index=25, Scimago list)-open access journal.

14. **Karayanni, D. A. (2003)**, “Web-shoppers and Non-shoppers: Compatibility, Relative Advantage and Demographics”, *European Business Review*, Vol 15, no 3, 141-152 - (202 citations-Google Scholar), (IF:17.74, H-Index=47, ABS Quality list, JQL Quality list, Scimago list Q1, Scopus list).
15. **Karayanni, Despina & Baltas, George (2003)**, “Web site characteristics and business performance: some evidence from international business-to-business organizations”, *Marketing Intelligence & Planning*, 21/2, 105-114 (72 citations-Google Scholar), (IF: 4.44, H-Index=75, ABS Quality list, JQL Quality list, Scimago list Q2, Scopus list).
16. **Avlonitis, G. J. & Karayanni, D. A. (2000)**, “The Impact of the Internet on Business-to-Business Marketing - Examples from American and European Companies”, *Industrial Marketing Management*, Sep., Vol. 28, 9, pp. 441-459. – (383 citations-Google Scholar), (IF:8.24, H-Index=147, ABS Quality List, Scimago list Q1, JQL Quality list, Scopus list).
17. **Avlonitis, G. J. & Karayanni, D. A. (1997)**, “The Internet: a Challenging Competitive Weapon for Improving Industrial Companies’ Performance is Emerging”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, March, Vol. 2, no. 2, (IF: 0.185, H-Index=25, Scimago list)-open access journal.

Άρθρα Δημοσιευμένα με σύστημα Κριτών σε Συλλογικούς Τόμους

18. **Karagianni D. (2006)** “A Segmentation Study of physician’s Personal Values, Drug Prescription Criteria and Preferred Marketing Communications Elements”, στον Τιμητικό Τόμο προς τιμήν του Αναπλ. Καθηγητού κου Κομπότη, Έκδοση Πανεπιστημίου Μακεδονίας, σελ. 123-136.
19. **Καραγιάννη Δ. Α. (2002)**, “Νέες Τάσεις στην Ελληνική Τραπεζική Αγορά, με την Υιοθέτηση των Τηλε-Τραπεζικών Δικτύων Διανομής”, στην *Επιστημονική Επετηρίδα, Τόμος προς τιμήν της Καθηγήτριας κας Νικολάου*, Έκδοση του Πανεπιστημίου Πειραιά., σελ. 481-500.

Άρθρα Δημοσιευμένα ως Κεφάλαια σε Βιβλία μετά από Κρίση

20. **Vemuri, S., Karayanni, D., & Ieronymakis, V. (2019)**, “The Role of the Greek Diaspora in the Greek Economy”. In *Perspectives of the Hellenic Diaspora*, ed. George Frazis, Darwin University, pp. 119–134, ISBN: 978-1-925800-09-8 (1 citation).
21. **Avgerou, A. D., Karayanni, D. A., & Stamatiou, Y. C. (2018)**, “mMarketing Opportunities for User Collaborative Environments in Smart Cities. In *Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*”, Chapter 62, pp. 1213-1241, IGI Global, Ed. Mehdi Khosrow-Pour, Information Resources Management Association, USA, DOI: 10.4018/978-1-5225-5187-4.
22. **Avgerou, A. D., Karayanni, D. A., & Stamatiou, Y. C. (2017)**, “mMarketing Opportunities for User Collaborative Environments in Smart Cities. In *Mobile Platforms, Design, and Apps for Social Commerce*”, Chapter 13, pp. 219-247,

IGI Global, Ed. by Jean-Éric Pelet, Paris, France, DOI:10.4018/978-1-5225-2469-4.

23. **Karayanni, D. A. (2004)**, “Relationship of Organizational Culture with Use Intensity of the Internet and Sales Performance: an International Empirical Investigation”, in *Human Perspectives in the Internet Society, Culture, Psychology and Gender*, WIT Press, Southampton, Boston, ISBN: 1-85312-726-4, 321-330.

Άρθρα Δημοσιευμένα σε Πρακτικά Διεθνών Επιστημονικών Συνεδρίων μετά από Κρίση

24. **D. Karayanni, S. Gounaris, C. Georgi (2019)**, “What Drives B2B Customers to Pay Higher Prices to their Suppliers?”, 48th EMAC Annual Conference, Hamburg, Germany, May 24-27, A2019-9509.
25. **Karayanni Despina (2019)**, “Exploring Greek Diaspora Entrepreneurs’ Characteristics in the Scope of the Mixed Embeddedness Paradigm: Mixed Mode Design Research”, Nineteenth International Conference on Diversity in Organizations, Communities & Nations Border Crossing Narratives: Learning from the Refugee Experience, University of Patras, 5-7/6.
26. **Vemuri Sivaram and Karayanni Despina (2019)**, “Uniqueness of the Greek Diaspora” 2nd International Conference on the Hellenic Diaspora, 1-6 June, Charles Darwin University, Australia.
27. **Karayanni Despina and Vemuri Sivaram (2019)**, “Mixed Embeddedness and the Greek Diaspora Business Formations” 2nd International Conference on the Hellenic Diaspora, 1-6 June, Charles Darwin University, Australia.
28. **Vemuri Sivaram, Karayanni Despina and Ieronymakis Vasilis (2017)**, “Role of Greek Diasporas in the Economic Recovery of Greece”, MDE2017 The 3rd International Conference on Migration and Diaspora Entrepreneurship, 30 Nov – 01 Dec 2017, Bremen, Germany.
29. **Vemuri, S.; Karayanni, D.; Kyprianou G. and Ieronymakis V, (2015)**, “Greek Diaspora and Economic Recovery”, I.CO.D.ECON. 2015, 1st International Conference of Development and Economy, Kalamata, Greece, 2 - 4 October.
30. **Karayanni Despina, Koutsogiannopoulou Nikolitsa, Ntavari Ekaterini and Ntavari Vassiliki (2015)**: "Determining Antecedents and Consequences of the Greek Diaspora Networking" The Diaspora & Business Project: 1st Global Meeting, 15-16 July, /2015, Mansfield College, Oxford, United Kingdom.
31. **Panas Gerassimos & Karayanni Despina (2015)**, “Service Quality in Cross Border Reproductive Care (Reproductive Tourism) in Greece: Private Sector” ICOT2015, Middlesex University London, 24-27 June,

<https://docplayer.net/60843025-Conference-proceedings-of-the-international-conference-on-tourism-icot-2015.html>, pp. 296-311.

32. **Despina Karayanni, Christos Kapogiannopoulos & Christos Katris (2015)**, “How the kind of wallpost content influences the engagement of fans: The case of automobile and motorcycle brand pages”, International Conference on Communication and Management, International Exchanges on Communication, Management and Marketing (ICCM) 2015, April, Communication Institute of Greece, Athens, Volume I, pp 101-116.
33. **Karayanni D. Tsakonas I., Kounavis D. (2014)**, “An exploratory quantitative research examining gender influences upon transactional, transformational and relationship based leadership, in the context of B-to-B companies”, 30th Industrial Marketing and Purchasing Group Conference, Bordeaux, Sept. 2-6, KEDGE Business School, Bordeaux Campus, France, https://www.impgroup.org/paper_view.php?viewPaper=8224
34. **Karayanni, D.A. & Koutsogiannopoulou N. (2013)** “Modelling Civic Socialization and Purchasing Intentions in the Context of Social Media and Blogs”, 35th ISMS Marketing Science Conference, July, Istanbul.
35. **Karayanni, D.A. & Tsouris J. (2013)** “The customer retention approach: An Explanatory Research from Theory to Practice”, 75th International Atlantic Economic Conference, Vienna, 3-6 April.
36. **Karayanni, D.A. & Panas G. (2012)**, “The role of Marketing Communications on Reproductive Tourism in Greece: A Preliminary study”, International Conference on Tourism (ICOT 2012), Archanes, Crete, May, 23-26, pp. 260-271.
37. **Karayanni, D.A. & Tsouris J. (2012)**, “The influence of the Marketing communications in Greece. A closer look of the Greek online shopper”, 2nd Conference of the Forum for Economists International (www.f4ei.org), Amsterdam, June 1-4, pp.74-94.
38. **Karayanni, D.A. (2012)**, “The moderating role of environmental unpredictability on building network relationships and network performance results”, 28th Industrial Marketing and Purchasing Group Conference, Rome, Sep. 12-15, <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7873.pdf>
39. **Karayanni, D.A. (2011)**, “Win-back marketing activities in a CRM context: The impact upon organizational performance in services organizations”, 27th Industrial Marketing and Purchasing Group Conference, Glasgow, Scotland, Sep. 2-4, <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7783.pdf>
40. **Karayanni, D.A. & Georgi Christina (2011)** “Relating OTC consumer buying styles with Over-the-Counter medicines marketing communications: Does one size fit all?” 16th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Athens, April 27-29, pp. 412-423.
41. **Karayanni, D.A., Georgi C. & Polydoros C. (2011)**, "Generic Medicines: Firms' Communication Strategies and Physicians' Attitudes", 16th International Conference on Corporate and Marketing Communications, Athens, April 27-29, pp. 287-299.

42. **Karayanni, D.A. & Georgi C. (2010)**, “How do Physicians Appreciate Detailers’ Personal and Relational Skills? - An Exploratory Empirical Investigation”, Eurasia Business and Economics Society (EBES) Conference, Athens, Oct. 28-30, (2 citations- Google Scholar).
43. **Karayanni, D.A. & Georgi C. (2010)**, “A Quantitative research on Physicians-Detailers Relationship Building in Prescribed Drug Marketing Contexts”, 26th Industrial Marketing and Purchasing Group Conference, Corvinus University of Budapest, Hungary, Sep. 2-4, <https://www.impgroup.org/uploads/papers/7569.pdf>.
44. **Karayanni, D.A. & Polychronopoulos C. (2006)**, “Are the physicians a hybrid pharmaceutical marketing channel? – A three clusters analysis”, Proceedings of the Corporate and Marketing Communications (CMC) Conference, in Contemporary Issues in Corporate and Marketing Communications, Towards a Socially Responsible Future, Ljubljana, Slovenia (1 Citation- Google Scholar).
45. **Karayanni, D. A, Chymas E., Karatza A., Tsvivilis T. & Vardamidis N. (2005)**, “Perceived Pharmacist Expertise and Empathy, Patient Trust and Satisfaction”, Academy of Marketing Science, International Retailing Conference, July 1-2, Reims, France, Cd edition (1 Citation - Google Scholar).
46. **Karayanni, D. A. (2005)** “Cultural Influences upon Marketing Intelligence Generation through the Internet and Value Creation in Business-to-Business Organizations: An Empirical Investigation”, 21st Annual Conference of the Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Group, Sep.1-3, Rotterdam, Netherlands, Electronic Proceedings (Cd edition), (3 citations – Google Scholar).
47. **Karayanni, D. A. (2005)**, “Marketing-oriented information exchanges through the Internet and value creation for business-to-business organizations. An International quantitative research”, 34th European Marketing Academy Conference (EMAC), May 24-27, Milan, Italy, Electronic Proceedings (Cd edition).
48. **Karayanni, D. A. (2004)**, “The Role of Organizational Culture in Interorganizational Network Orientation - Some Empirical Evidence”, Summer Educators’ Conference – Enhancing Knowledge Development in Marketing, American Marketing Association (AMA), Harvard Business School, Boston, August/6-9, Electronic Proceedings (Cd edition), <https://ecommerce.ama.org/summered/schedule.html>, <https://www.ama.org/wp-content/uploads/2019/02/2004-ama-summer-proceedings.pdf>.
49. **Karayanni, D. A. (2004)**, “The Role of the Environment in Building Business-to-business Relationships Through the Internet: An International Empirical Investigation”, 2004 Boston Academic Workshop - “New Priorities and Challenges for Business-to-Business Marketers”, Institute for the Study of Business Markets (ISBM), Harvard Business School, Boston, August/5-6, Electronic Proceedings (Cd edition), <http://www.smeal.psu.edu/isbm/seminars/boston04.html>.
50. **Karayanni, D. A. (2004)**, “Marketing-Oriented Information Exchanges Through the Internet. The Role of the Environmental Context”, 2004 Marketing Science Conference, Erasmus University, Rotterdam, Netherlands, June 22-26, Electronic

Proceedings (Cd edition), pp. 18, [http://www.rsm.nl/DevelopPartners/stories/storyReader\\$22](http://www.rsm.nl/DevelopPartners/stories/storyReader$22).

51. **Karayanni, D. A. (2004)**, “Business Network Relationships in the Context of the Internet. Does Organizational Culture Matters? – An International Empirical Research”, Academy of Marketing Science (AMS) Special Conference - Cultural Perspectives in Marketing Conference, Puebla, Mexico, Sep 22 – 24, Electronic Proceedings (Cd edition), <http://www.ams-web.org>.
52. **Karayanni, D. A. (2004)**, “Marketing-Oriented vs. Network-Oriented Communication Exchanges: Their Relative Impact upon Interorganizational Networking”, 20th Annual Conference of the Industrial Marketing and Purchasing (IMP) Group, Conference Theme: Interacting, Influencing, Strategizing - Where Are We Heading?, hosted by the Copenhagen Business School and the University of Southern Denmark, 2-4 September, Copenhagen, Denmark, Electronic Proceedings (Cd edition), <http://frontpage.cbs.dk/imp2004>.
53. **Karayanni, Despina, A. (2004)**, “Interorganizational Networking: Functional Disaggregation, or Relationship Building? An International Business-To-Business Empirical Research”, 33rd European Marketing Academy Conference (EMAC) – Worldwide Marketing?, Murcia, Spain, May 18-21, Electronic Proceedings (Cd edition), p. 193, CD of EMAC conference, <http://www.emac-online.org/associations/emac/index.asp>.
54. **Karayanni, D. A. (2004)**, “Organizational Culture Influences upon Interorganizational Communication Strategies”, 13th World Business Congress, International Management Development Association (IMDA), Maastricht School of Management, the Netherlands, July 14-18, Proceedings, Vol. XIII, <http://www.imda.cc>, 339-346.

Ηλεκτρονικό εγχειρίδιο

55. **Καραγιάννη Δέσποινα (2020)** «Ηλεκτρονικό Εμπόριο-Σχεδιασμός Επιχειρηματικής Στρατηγικής», ηλεκτρονικό εγχειρίδιο (109 σελίδες), με αποσπάσματα από τις διαλέξεις στα μαθήματα: 1) Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Σχεδιασμός Επιχειρηματικής Στρατηγικής και Ασφάλεια Συναλλαγών (BA_218) και 2) Ηλεκτρονικό Εμπόριο (MBA_B204), Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Παν. Πατρών, <https://eclass.upatras.gr/modules/document/?course=BMA505>, <https://eclass.upatras.gr/modules/document/file.php/BMA549/Ηλεκτρονικό%20βιβλίο%20Ηλεκτρονικού%20Εμπορίου-Σχεδιασμού%20Επιχειρηματικής%20Στρατηγικής.pdf>. (αποτελεί μέρος του υπό δημοσίευση βιβλίου (work in progress) σχετικά με το Ηλεκτρονικό Εμπόριο και την Ασφάλεια Συναλλαγών το οποίο συγγράφει μαζί με τον συνδιδάσκοντα στα παραπάνω μαθήματα, Καθηγητή κο Σταματίου).

Άρθρα Δημοσιευμένα σε Πανελλήνια Επιστημονικά Συνέδρια μετά από Κρίση.

56. **Καραγιάννη Δέσποινα, Ντάβαρη Αθηνά και Ντάρλας Γεράσιμος, (2014)**, «Οι στρατηγικές χρήσης των ΜΚΔ από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην

αγορά των επιχειρήσεων (b-to-b) και η επίδραση στην απόδοσή τους» 11 Φοιτητικό Συνέδριο Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Αθήνα, ΟΠΑ.

57. **Καραγιάννη, Δέσποινα, Ιωακείμ Μαρία, Ασπιώτη Βασιλική (2004)**, «Ικανοποίηση των αγοραστών και σχετική συμβολή των μέσων προβολής στην αγοραστική απόφαση για τα ολυμπιακά προϊόντα του «Αθήνα 2004», 5^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αθλητικής Διοίκησης, Πανεπιστήμιο Πατρών, 10-12 Δεκεμβρίου, σελ. 42-48.
58. **Αυλωνίτης Γ. Ι. & Καραγιάννη Δ. Α. (1999)**, “Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Η στάση των καταναλωτών απέναντι στις αγορές μέσω World Wide Web”, 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο ECR, Αθήνα, Ιούνιος, Ανακοίνωση.
59. **Καραγιάννη Δ. Α. (1997)**, “Η Επίδραση της Εμπορικής Χρήσης του Internet στην Αποτελεσματικότητα των Επιχειρήσεων και Οργανισμών”, 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Logistics '97, Αθήνα, Σεπτέμβριος.

Άλλες Δημοσιεύσεις και Ανακοινώσεις

60. **Καραγιάννη Δέσποινα και Κουτσογιαννοπούλου Νικολίτσα (2019)**, «Σύγχρονοι Τρόποι Ανάπτυξης/Αξιολόγησης προϊόντων (αγαθών/ υπηρεσιών). Ο Καταναλωτής Συν-δημιουργός του Νέου Προϊόντος (Αγαθού/ Υπηρεσίας) μέσω της χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. - Μια εμπειρική μελέτη». Ενότητα: «Νέες τάσεις στην Εξυπηρέτηση Πελατών: Η σημασία της εκπαίδευσης και της τεχνολογίας», ΗΜΕΡΙΔΑ «Ποιοτική Εξυπηρέτηση Πελατών και Πολιτών: Μια γέφυρα με το κοινό για επιχειρήσεις και αρχές», Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ), Τεχνολογικό Πάρκο Πατρών, Πάτρα.
61. **Καραγιάννη Δ. Α. (2005)**, “Σύγχρονες Μεταπτυχιακές Σπουδές στο Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ”, Φαρμακευτικά Χρονικά, Απρ.-Μάϊος, σ. 66-68.
62. **Αυλωνίτης Γ. Ι. & Καραγιάννη Δ. Α. (1999)**, “Η στάση των Καταναλωτών για Αγορές μέσω World Wide Web: Η Ελληνική Πραγματικότητα”, Περιοδικό Μάνατζερ, Οκτώβριος.
63. **Αυλωνίτης Γ. & Καραγιάννη Δ. (1998)**, “Η Επίδραση του Internet στις Στρατηγικές Μάρκετινγκ των Επιχειρήσεων” Συνέδριο Ελληνικού Ινστιτούτου Μάρκετινγκ (ΕΙΜ), Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων, Ανακοίνωση, Μάρτιος, (7-σέλιδη δημοσίευση).
64. **Βενιέρης, Γ., Καραγιάννη, Δ., Κοέν Σ. (1998)**, “Οι Επιπτώσεις της Ανάπτυξης Ευέλικτων Επιχειρήσεων επί των Παραδοσιακών Μεθόδων Κοστολόγησης των Παραγομένων Προϊόντων και Υπηρεσιών: η Ελληνική Εμπειρία”, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Απρίλιος, Ανακοίνωση.
65. **Αυλωνίτης Γ. Ι. & Καραγιάννη Δ. Α (1997)**, “Internet: Εμπορική Αξιοποίησή του από τις Σύγχρονες Επιχειρήσεις και Οργανισμούς, μία Εμπειρική Μελέτη”, *Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών*, Μάρτιος, Ανακοίνωση.
66. **Αυλωνίτης Γ. Ι. & Καραγιάννη Δ. Α. (1997)**, “Η Επίδραση της Εμπορικής Χρήσης του Internet επί της Αποτελεσματικότητας των Βιομηχανικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών”, Οικονομική Εφημ. “Καθημερινή”, Μάρτιος.

67. **Καραγιάννη Δ. Α (1997)**, “Η Συμβολή των Νέων Επικοινωνιακών Τεχνολογιών στην Αποτελεσματικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων”, Ιταλικό Επιμελητήριο, Italoellenico Symposium, Ιούνιος, Ανακοίνωση.
68. **Debackere, K. and D. Karayanni (1997)**, “Rejuvenating through Networking: The Influence of Collaborations on Innovative Performance,” De Vlerick School voor Management, <http://www.econ.kuleuven.ac.be/tew/academic/strateg/staff/Kdebackere/Publication.List.KDB.doc>.
69. **Καραγιάννη, Δ. (1996)**, “Έρευνα Αγοράς για τον Ελληνικό Θαλάσσιο Τουρισμό (Yachting in Greece)”, εργασία 30 σελ., του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών MBA, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
70. **Καραγιάννη, Δ. και Ζαγκλαρά Γεωργία (1996)**, “Internet Banking, the case of National Bank of Greece”, εργασία 150 σελ. στα πλαίσια του μαθήματος Στρατηγικός Προγραμματισμός Πληροφοριακών Συστημάτων, Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών MBA Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Άρθρα υπό Επεξεργασία (Work-in-Progress)

71. **Karayanni D. and Georgi C. (2022)**, “The role of the environment in a model of salespersons’ antecedents and consequences of business performance”, Journal of Personal Selling and Sales Force, Full Paper under review.
72. **Karayanni D., Gounaris Sp. (2022)** “A Pricing Strategy Model”, University of Patras.
73. **Karayanni D., Darlas Gerasimos (2022)**, “An integrated strategy of Mobile marketing, University of Patras.
74. **Karayanni D., Dragotis Efthimios (2022)**, “Measuring effectiveness of CSR by business-to-business companies in Greece”, University of Patras.
75. **Karayanni D. Ntavari Athina (2022)**, “The role of Social Media Use in the Hotel tourism industry”, University of Patras.
76. **Jari Salo, Despina A. Karayanni¹, Nikolitsa Ch. Koutsogiannopoulou² (2022)**, “Social Media users’ political socialization and purchasing intentions: an empirical study from Greece”, University of Patras.
77. **Karayanni, D. (2022)**, “Strategic business networking exchanges through the Internet. The moderating role of product characteristics”, University of Patras.
78. **Karayanni D. (2022)** “Transformational Leadership, Relationship Based Leadership and Salespersons’ Satisfaction- Variations between Leader-Members Attitudes”, University of Patras.
79. **Karayanni D. & Georgi C. (2022)**, “Linking Detailers’ Skills and Behaviors with Physicians’ Satisfaction. Some Preliminary Results”, University of Patras.
80. **Karayanni D. & Georgi C. (2022)**, “Salespersons relational approach as a predictor of enhanced customer share and sustainability”, University of Patras.
81. **Karayanni D. & Georgi C. (2022)**, “A cluster analysis of physicians’ personal values and attitudes towards relationship building with pharmaceutical representatives”, University of Patras.

82. **Karayanni D. Tsivilis & Vardamidis (2022)**, “Relationship marketing in the pharmaceutical industry: The case of integrated pharmaceutical care approach”, University of Patras.
83. **Karayanni, D.A. (2022)**, “Business Network Relationships in the Context of the Internet. Does Organizational Culture Matters? - An International Empirical Research”, University of Patras.
84. **Karayanni, D.A. (2022)**, “Organizational Culture Influences upon Interorganizational Communication Strategies”, University of Patras.
85. **Avlonitis, G. J. & Karayanni, D. A. (2003)**, “The use of Internet in business-to-business marketing: some evidence from American and European companies” work-in-progress paper, Athens University of Economics and Business (11 citations-Google Scholar). Το παρόν είχε αναρτηθεί σε ιστοσελίδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και είχε λάβει 11 ετεροαναφορές.

Συμμετοχή σε Ακαδημαϊκά Συνέδρια και Work-shops

86. **Karayanni, D.A. (2014)**, “Lightning Talks on Future Research Topics in Marketing”, παρουσίαση στο “Marketing Tutorial”, Department of Marketing, Turku University, Turku, Finland.
87. **Karayanni, D.A (2014)**, ‘Diaspora Networks’, Work-shop, Department of Business and International Business, University of Turku, Finland.
88. **Karayanni, D.A (2004)**, “Does Marketing Needs Reform?”, University of Bentley, Boston.

Συμμετοχή σε Ερευνητικά Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

89. 2014 – 2016. «Πρότυπο Σύστημα Υποστήριξης Ατόμων με Αυτισμό (ΠΣΥΑ) βασιζόμενο σε ένα Ευφύες Πληροφοριακό Σύστημα (ΕΣΥΑ) [ΠΑΥΕΥΣ]», Σχεδιασμός Μάρκετινγκ του project, Επιτροπή Ερευνών Πανεπιστημίου Πατρών, Τρέχον πρόγραμμα, Προϋπολογισμός 3.000.000 ευρώ.
90. 2004 – 2005. «Αναζητώντας και επιτυγχάνοντας την ποιότητα χρησιμοποιώντας στρατηγικές του μάρκετινγκ στην εκπαίδευση»- (searching and achieving quality by using strategic marketing in education), school development, comenius 1.3, National Institute of Scholarships (I.K.Y.) Ευρωπαϊκή Ένωση και Κέντρο Έρευνας Πανεπιστημίου Πατρών. Προϋπολογισμός 100.000 ευρώ.
91. 2000 – 2001. “Στρατηγικές Προβολής των Επιχειρήσεων μέσω του World Wide Web”, Κέντρο Οικονομικής Έρευνας Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Διεθνής εμπειρική έρευνα η οποία εξετάζει τις εφαρμοζόμενες στρατηγικές προβολής και τον βαθμό αξιοποίησης του WWW από τις σύγχρονες επιχειρήσεις.
92. 1999 – 2000. “Reliable Virtual Enterprise Networks Ubiquitous Over EuroSky Way (REVENUES), Project: “Business Plan for the Satellite based Virtual Private Networks over the EuroSkyWay

Telecommunication Services Provider” INTRACOM και Κέντρο Οικονομικής Έρευνας

93. 1999 - 2000 . “STate of the ARt FIancial Services for the in Habitants of isolated areas”, (STARFISH), Information Societies Technologies (IST) Programme, Κέντρο Οικονομικής Έρευνας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
94. 1998 – 1999. “ESPRIT (RTD program in the field of Information Technologies): “ACTIVE” Project, Ανάπτυξη Πλατφόρμας Ηλεκτρονικού Εμπορίου με έμφαση στις Στρατηγικές Μάρκετινγκ, Ιντρακόμ - Κέντρο Οικονομικής Έρευνας
95. 1998 – 1999. AIR Project: “Consumer-Led Approach to Foods in EC: Development of Comprehensive Market-Oriented Strategies”, Ευρωπαϊκή Ένωση και Κέντρο Οικονομικής Έρευνας.
96. 1996 – 1998. Πρόγραμμα ΠΕΝΕΔ : “Οι επιπτώσεις της Ανάπτυξης Ευέλικτων Επιχειρήσεων επί των Παραδοσιακών Μεθόδων Κοστολόγησης των Παραγομένων Προϊόντων ή/και των Προσφερόμενων Υπηρεσιών: Η Ελληνική Εμπειρία”, Κέντρο Οικονομικής Έρευνας.
97. 1995 – 1996. Eurostat Innovatie Enquete (Community Innovation Survey): “The Distinction of the Innovation Strategy in Product and Process as a Discriminant of the Strategic Alliances in Belgium”, Vlerick School for Management, Gent, Belgium.
98. 1997: ΚΟΕ, ICAP, ΟΤΕΝΕΤ: Η Αγορά των Χρηστών του Ίντερνετ στην Ελλάδα. Πανελλαδική μελέτη
99. 1996: Έρευνα Αγοράς για τον θαλάσσιο Τουρισμό.

Κύρια επιβλέπουσα σε ολοκληρωμένες Διδακτορικές Διατριβές

100. Διδακτορική Διατριβή κ. Ντάρλα Γεράσιμου με τίτλο: “Antecedents and consequences of Mobile electronic commerce use, marketing activities and performance in the business-to-business context”
101. Διδακτορική Διατριβή κας Γεωργή Χριστίνας με τίτλο: «Παράγοντες και στάσεις που επηρεάζουν τις μακροχρόνιες επιχειρηματικές σχέσεις των εταιρειών με τους πελάτες τους και την επιχειρηματική απόδοση. Ποσοτική, εμπειρική μελέτη στο Επιχειρηματικό Δίκτυο του Φαρμακευτικού Κλάδου»
102. Διδακτορική Διατριβή κας Αννίλας Δέδε με τίτλο: «Competitiveness of international regional destinations through the intercultural-experience perspective»

Κύρια επιβλέπουσα σε Διδακτορικές Διατριβές στο στάδιο ολοκλήρωσης

103. Ντάβαρη Αθηνά (2017-σήμερα), Θέμα: «social media in the tourism industry»
104. Πανάς Γεράσιμος, (2010-σήμερα), Θέμα: «ανάδειξη μοντέλου επικοινωνίας μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων στα πλαίσια στρατηγικής επικοινωνίας πολιτικής με στόχο τη στήριξη και ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα με έμφαση στον αναπαγωγικό τουρισμό»

105.Δραγώτης Ευθύμιος (2014-σήμερα), Θέμα: «απήχηση και αποτελεσματικότητα των πολιτικών εταιρικής ευθύνης εταιριών που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική αγορά τροφίμων εν μέσω οικονομικής κρίσης.

106.Κουτσογιαννοπούλου Νικολίτσα (2014-σήμερα), Θέμα: «social media ως φορέας κοινωνικοποίησης του ατόμου. Η σχέση της πολιτικής και κοινωνικής μας ταυτότητας με την αγοραστική συμπεριφορά».

Κύρια επιβλέπουσα σε Διπλωματικές Μεταπτυχιακών Προγραμμάτων Σπουδών

1. Επίβλεψη αρκετών πτυχιακών εργασιών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών με ειδίκευση στο Μάρκετινγκ της Φαρμακευτικής Σχολής Παν. Πατρών.
2. Επίβλεψη αρκετών πτυχιακών εργασιών του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Παν. Πατρών.
3. Επίσης, η κα Καραγιάννη έχει συμμετάσχει ως μέλος σε τριμελείς επιτροπές σε μία πληθώρα Μεταπτυχιακών Διπλωματικών εργασιών, τόσο του Τμήματός της, όσο και σε άλλα Τμήματα του Πανεπιστημίου Πατρών.

Το σύνολο εργασιών στις οποίες η Δρ. Καραγιάννη έχει κάνει επίβλεψη στο Πανεπιστήμιο Πατρών είναι πάνω από 100, όπως διαφαίνεται στην λίστα που παρατίθεται στις σελ. 19-28.

Ερευνητικά Ενδιαφέροντα

1. Ηλεκτρονικό Marketing και Ηλεκτρονικό Εμπόριο.
2. Κοινωνική Δικτύωση και Μάρκετινγκ
3. Influential Marketing
4. Mobile Marketing
5. Μάρκετινγκ Συνεργασιών και Επιχειρηματικών Δικτύων (Relationship Marketing, Networking
6. Strategic Alliances
7. Ηθικό Μάρκετινγκ και CSR
8. Στρατηγικό Μάρκετινγκ
9. Φαρμακευτικό Μάρκετινγκ
10. Business-to-business Μάρκετινγκ και Οργάνωση Δυναμικού Πωλήσεων
11. Μάρκετινγκ Υπηρεσιών
12. Έρευνα Αγοράς
13. Η Ελληνική Διασπορά ως social network
14. Η Ελληνική Διασπορά ως ξεχωριστό τμήμα της Τουριστικής Αγοράς
15. Κοινωνικό Μάρκετινγκ

Επαγγελματικές Δραστηριότητες

2015- σήμερα	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πατρών ΦΕΚ 177/10-3-2015.
2006-2015	Επίκουρος Καθηγήτρια στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πατρών Πρυτ. Πράξη 12908/4-9-2006.
2000-2006	Λέκτωρ στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Πατρών Αρ. ΦΕΚ 170/01-7-2001
2002	Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου για την εταιρία Ίντερνετ-Portal "Snowball - Ahead A.E."
2000	Μελέτη επί των τραπεζικών δικτύων διανομής ιδιωτών καταθετών (retail banking) για την Εθνική Τράπεζα Ελλάδος
1997-1998	Έρευνα Αγοράς και Ανάπτυξη Σχεδίου Μάρκετινγκ για τον "ΧΡΥΣΟ ΟΔΗΓΟ Α.Ε"..
1997	Έρευνα Αγοράς και Ανάπτυξη Σχεδίου Μάρκετινγκ για την "ΟΤΕΝΕΤ Α.Ε.",
1996	Μελέτη Σκοπιμότητας για την Σύσταση Εταιρίας Leasing Ακινήτων απ' την Κτηματική Τράπεζα
1993	Αναδιοργάνωση Τμήματος Μητρώου Δανείων της Εθνικής Κτηματικής Τράπεζας
1992	Σύσταση της Υπηρεσίας Πιστωτικής Κάρτας της Εθνικής Κτηματικής Τράπεζας.
1998	Έργο Αναδιοργάνωσης Ανωτέρας Σχολής Τουριστικών Επαγγελματιών
1997-1998	Έργο Αναδιοργάνωσης Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών
1994-1995	Στρατηγικός Σχεδιασμός Πληροφοριακών Συστημάτων (Planning of Strategic Information Systems) Εθνικής Κτηματικής Τράπεζας
1992-2000	Μέλος του μόνιμου τακτικού προσωπικού της Εθνικής Κτηματικής Τράπεζας της Ελλάδος.
1984-1992	Στέλεχος οικονομικών τμημάτων σε διάφορες επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα

Συμβουλευτικές Υπηρεσίες

2007 έως 2015: Σύμβουλος Εισηγήσεων στο ΔΟΑΤΑΠ (Διεπιστημονικός Οργανισμός Αναγνώρισης Τίτλων Ακαδημαϊκών και Πληροφόρησης) για την αναγνώριση των πτυχίων των αποφοίτων ΑΕΙ της αλλοδαπής.

2000 έως σήμερα: Σύμβουλος επιχειρηματικού σχεδιασμού και μάρκετινγκ σε ελληνικές επιχειρήσεις

Ετεροαναφορές (Αναφορές άλλων συγγραφέων στο έργο της Δρ. Καραγιάννη)

- Πάνω από **727** αναφορές άλλων ερευνητών (citations – Google Scholar) σε επιστημονικά άρθρα δημοσιευμένα σε διεθνή έγκριτα επιστημονικά περιοδικά, συνέδρια, καθώς και σε διδακτορικές διατριβές και επιστημονικά βιβλία, στο επιστημονικό έργο της Δρος Καραγιάννη (σε τουλάχιστον 14 άρθρα), εκ των οποίων οι 223 είναι από το 2017 και μετά.
- Ομοίως, αρκετές ακόμη αναφορές άλλων ερευνητών σε πτυχιακές εργασίες μεταπτυχιακών προγραμμάτων και σε άλλες ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις, στο έργο της Δρ. Καραγιάννη.

Υποτροφίες-Διακρίσεις

- Υπότροφος του Ιδρύματος Εθνικών Υποτροφιών (ΙΚΥ), βασισμένη σε απόδοση επί των πανεπιστημιακών μαθημάτων και σε ειδικές εξετάσεις στις οποίες πρότευσε (1994-1999), προκειμένου να φοιτήσει και ολοκληρώσει τις μεταπτυχιακές και διδακτορικές σπουδές:
 - 1994-1996: Φοίτηση στο Διετές Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα (MBA) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
 - 1996-1999: Εκπόνηση Διδακτορικής Διατριβής (Ph.D) στο Τμήμα Επικοινωνίας και Επιχειρησιακής Έρευνας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (διάρκεια εκπόνησης 3 έτη).
 - Η Δρ. Καραγιάννη λάμβανε την ανώτερη τιμητική διάκριση σχολικής επίδοσης σε όλα σχεδόν τα έτη σπουδών της στο Γυμνάσιο και το Λύκειο.

Κριτής σε έγκριτα διεθνή περιοδικά και συνέδρια

- Journal of Research in Interactive Marketing
- The South-Eastern Europe Journal of Economics
- International Journal of Customer Relationship Marketing and Management
- International Communications Marketing Conference 2005, Ljubljana, Slovenia
- International Conference on Corporate and Marketing Communications, 2006.
- Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI): Immigrant Entrepreneurship: New Research Trends and Challenges
- American Journal of Entrepreneurship

Επισκέψεις Καθηγητών Πανεπιστημίων του Εξωτερικού ύστερα από πρόσκληση της Δρ. Καραγιάννη

1. **(2015) Επίσκεψη Dr. Maria Elo**, University of Bremen, έδωσε δύο διαλέξεις στο Μεταπτυχιακό Μάθημα Μάρκετινγκ, με θέμα την διεθνή Επιχειρηματικότητα.
2. **(2016), Επίσκεψη Dr Jari Salo**, University of Helsinki, Finland
Έδωσε 1 διάλεξη στους φοιτητές του Τμήματος, με θέμα «Innovation created through the Social Media), και συνεργάστηκε με τους Υποψηφίους Διδάκτορες κκ. Ντάρα και Κουτσογιαννοπούλου.
3. **(2018), Επίσκεψη Dr. Ram Vemuri**, University of Darwin, Australia.
Έδωσε 1 διάλεξη στους φοιτητές του Τμήματος, με θέμα ‘Diaspora entrepreneurship’, καθώς και συνεργάστηκε σε κοινό ερευνητικό project, σχετικά με το Μάρκετινγκ της Ελληνικής Διασποράς.

Συμμετοχή ως μέλους σε εκλεκτορικά σώματα επιλογής μελών ΔΕΠ

Η Δρ. Καραγιάννη Δέσποινα έχει συμμετάσχει ως μέλος σε αρκετά εκλεκτορικά σώματα επιλογής μελών ΔΕΠ σε θέσεις μάρκετινγκ σε διάφορων τμημάτων των Ελληνικών ΑΕΙ.

Συμμετοχή ως κριτής σε επιτροπές αξιολόγησης

- 2016-έως σήμερα. Κριτής στα Εθνικά Βραβεία Εξυπηρέτησης Πελατών. Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών, <https://csawards.gr/o-diagonismos/#184>
- 2017: Συμμετοχή ως κριτής στην αξιολόγηση των προγραμμάτων σπουδών:
 - a. "Digital Marketing"- Larnaca College
 - b. "Digital Marketing" (2 years plus an optional foundation year) – Ledra College

προσκαλεσμένη από τον Φορέα Διασφάλισης και Πιστοποίησης της Ποιότητας Ανώτερης Εκπαίδευσης (the Council Cyprus Agency for Quality Assurance and Accreditation in Higher Education).
- 2013-έως σήμερα: Κριτής στον Πανελλήνιο διαγωνισμό της Εθνικής Τράπεζας για την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα www.nbg.gr/ibank/innovation.
- 2014: Tutor in the «Marketing Tutorial» PhD. Dissertations presentations, Turku University, Turku, Finland.

Συμμετοχή σε Διεθνείς Ακαδημαϊκούς Οργανισμούς

- European Marketing Association (EMAC)
- American Marketing Association (AMA)
- Industrial Marketing and Purchasing Group (IMP)
- Institute for Studying of Business Markets (ISBM)

- Academy of Marketing Science (AMS)
- Marketing Science Institute (MSI)

Επίβλεψη Πτοχιακών Μεταπτυχιακών και Προπτυχιακών Πτοχιακών Εργασιών (Nemertes –ηλεκτρονικό αποθετήριο διπλωματικών εργασιών Βιβλιοθήκης Πανεπιστημίου Πατρών) – Ενδεικτικά.

(Μπορείτε να δείτε αναλυτικά κάθε μία από τις παρακάτω εργασίες, πατώντας επάνω στο θέμα κάθε διπλωματικής εργασίας).

#	Ημ/νία	Τίτλος Διπλωματικής	Μετ/κος Φοιτητής/ Υ.Δ.	Είδος διπλ/κής
1	1/7/22	Antecedents and consequences of mobile electronic commerce use, marketing activities and performance in the business-to-business context	Ντάρλας, Γεράσιμος	Doctoral Thesis
2	15/6/22	Η χρήση του instagram και ο ρόλος των influencers στην ολοκληρωμένη επικοινωνία marketing της εταιρίας	Παπαγεωργίου, Μαρία	Master Thesis
3	14/6/22	Οι επιπτώσεις του covid-19 στο ηλεκτρονικό εμπόριο	Κόγκος, Μάριος	Master Thesis
4	14/6/22	Οι απόψεις των καταναλωτών για την χρήση τηλεπικοινωνιακών δικτύων 5ης γενιάς (5G) και οι προσδοκίες για το μέλλον	Σταματοπούλου, Γαλάτεια	Master Thesis
5	22/9/21	Αποτελεσματικές επικοινωνίες μάρκετινγκ στην Ευρώπη	Γιαννοπούλου, Αναστασία	Master Thesis
6	20/9/21	Προβολή και προώθηση για εταιρείες τουριστικών μεταφορών	Κυριακοπούλου, Κωνσταντίνα	Master Thesis
7	31/5/21	Εφαρμογές νέφους και Διαδικτύου των Πραγμάτων στη σύγχρονη επιχείρηση	Σπηλιόπουλος, Πέτρος	Master Thesis
8	31/5/21	Ζητήματα εμπιστοσύνης του καταναλωτή στο ηλεκτρονικό εμπόριο	Χαλβατζή, Χαρίκλεια	Master Thesis
9	5/3/21	Αναλυτική δεδομένων και μάρκετινγκ : εφαρμογή με χρήση Google Analytics	Παναγιωτόπουλος, Δημήτριος	Master Thesis

10	4/3/21	Η χρήση του Διαδικτύου των Πραγμάτων (Internet of Things - IoT) για την [sic] βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων : μελέτη περίπτωσης σε super market	Ζωμένος, Σταμάτιος	Master Thesis
11	3/3/21	Εκσυγχρονισμός υπηρεσιών και διαδικασιών έκδοσης διπλώματος οδήγησης : υφιστάμενη κατάσταση και προτάσεις	Αττάρτ, Βασιλική	Graduate Thesis
12	22/6/20	Ασφάλεια στην ηλεκτρονική τραπεζική και προσεγγίσεις ενίσχυσής της	Ζαχαροπούλου, Δήμητρα	Master Thesis
13	31/5/20	Personal data management in smart cities : a study within Greek cities and a strategic/operational plan proposal for secure citizen data management	Κασιώλας, Βασίλειος	Master Thesis
14	31/5/20	Μελέτη αιεφόρου ανάπτυξης της τουριστικής περιοχής Παλαίρου Αιτωλοακαρνανίας	Χαμαλέτσου, Παρασκευή	Master Thesis
15	24/2/20	Η προστασία δεδομένων και καταναλωτή στις συμβάσεις διαδικτύου	Ζωγόγιαννη, Θεοδώρα	Μεταπτυχιακή Εργασία
16	1/2/19	Η εμπειρία του καταναλωτή στις οινοποιητικές μονάδες και η επίδρασή της στην αγοραστική του συμπεριφορά : παράγοντες που τη συνθέτουν και ο βαθμός επίδρασής τους	Λέρη, Ιφιγένεια	Διδακτορική Διατριβή
17	1/2/19	Χαρακτηριστικά και οφέλη που παρέχει η χρήση του Διαδικτύου από τις φαρμακευτικές εταιρείες για την προσέγγιση υγείας	Σαρακίνης, Σπυρίδων	Μεταπτυχιακή Εργασία
18	18/9/18	Ηλεκτρονικό εμπόριο : στρατηγικές σχεδιασμού, ανάπτυξης και διαχείρισης των ηλεκτρονικών καταστημάτων στο Διαδίκτυο	Γρίβας, Παναγιώτης	Μεταπτυχιακή Εργασία
19	18/9/18	Το Διαδίκτυο των Πραγμάτων και οι επιχειρηματικές του δυνατότητες	Δαλάπα, Παρασκευή	Μεταπτυχιακή Εργασία
20	18/9/18	Έρευνα στην αποτελεσματικότητα του content engagement μάρκετινγκ B2B εταιριών στο διαδίκτυο	Ζαχαρόπουλος, Ιωάννης	Μεταπτυχιακή Εργασία

21	18/9/18	Αξιολόγηση της χρήσης των κοινωνικών δικτύων μέσω του mobile marketing	Κλόγκερι, Εύα	Μεταπτυχιακή Εργασία
22	13/6/18	Πληροφοριακά συστήματα διοίκησης στην εκπαίδευση και διασφάλιση ιδιωτικότητας και προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Μελέτη περίπτωσης myschool	Τριανταφύλλου, Βασίλειος	Μεταπτυχιακή Εργασία
23	13/6/18	Agile methodologies & scrum : when is a team ready to start using it?	Χρυσομάλλη, Ελένη	Μεταπτυχιακή Εργασία
24	5/3/18	Έρευνα εμπιστοσύνης και ασφάλειας στα e-commerce συστήματα	Σιαδήμας, Νικόλαος	Μεταπτυχιακή Εργασία
25	11/12/17	Ο ρόλος της μετασχηματιστικής ηγεσίας στη διοίκηση πωλήσεων υπό συνθήκες επιχειρηματικής αβεβαιότητας	Ζάγκλας, Σταμάτης	Μεταπτυχιακή Εργασία
26	31/8/17	Μελέτη του τρόπου ανάπτυξης επιχειρηματικής δικτύωσης σε ευμετάβλητα οικονομικά περιβάλλοντα. Ειδική μελέτη στη λειτουργία και ανάπτυξη του ιδιωτικού ιατρείου στην Ελλάδα	Παναγόπουλος, Λουδοβίκος	Μεταπτυχιακή Εργασία
27	25/8/17	Αντιληπτά χαρακτηριστικά του χώρου αναμονής και του κυρίως ιατρείου στην θεραπευτική εμπειρία του ψυχιατρικού ασθενούς	Αποστολόπουλος, Δημήτριος	Μεταπτυχιακή Εργασία
28	25/8/17	Διερεύνηση της αξίας των πελατών με τη μέθοδο της περιβάλλουσας ανάλυσης δεδομένων	Βλάχου, Φωτεινή	Μεταπτυχιακή Εργασία
29	25/8/17	Συμπεριφορική μελέτη των συνταγογραφούντων απέναντι στα πρωτότυπα (καινοτόμα) φαρμακοτεχνικά σκευάσματα	Γασπαρινάτος, Κωνσταντίνος	Μεταπτυχιακή Εργασία
30	25/8/17	Διερεύνηση δεικτών της ποιότητας ζωής στην Ελλάδα σε περίοδο οικονομικής αστάθειας και ύφεσης	Καλού, Αλεξάνδρα	Μεταπτυχιακή Εργασία

31	25/8/17	Στάσεις και απόψεις των ιατρών, αναφορικά με τους περιορισμούς που έχουν προκύψει, με τα νέα δεδομένα που επιβάλλουν οι ρυθμιστικές αρχές αλλά και οι νέες οικονομικές συνθήκες	Κεπενός, Παναγιώτης	Μεταπτυχιακή Εργασία
32	25/8/17	Οι εφαρμογές των σύγχρονων κινητών και οι χρήσεις τους στο mMarketing/mCommerce	Κουτρομπή, Μαρία	Μεταπτυχιακή Εργασία
33	25/8/17	Στρατηγικές pricing, πολιτικές τιμολόγησης των προμηθευτών προς τις εταιρίες στην αγορά business to business	Παπαδόπουλος, Γρηγόριος	Μεταπτυχιακή Εργασία
34	25/8/17	Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών όπως αυτή κατανέμεται στην αλυσίδα αξίας των εταιρειών	Πετροπούλου, Ναταλία Κυριακή	Μεταπτυχιακή Εργασία
35	2/6/17	Εφαρμογές των σύγχρονων τεχνικών : opinion mining, viral marketing, recommender systems	Μακρή, Ιωάννα	Μεταπτυχιακή Εργασία
36	2/6/17	Ψηφιακό χρήμα : η περίπτωση του bitcoin	Παντελή, Ιωάννα	Μεταπτυχιακή Εργασία
37	2/6/17	Βέλτιστες πρακτικές στο digital marketing ξενοδοχείων	Φαρμάκη, Μαρία	Μεταπτυχιακή Εργασία
38	9/1/17	Αγορά των ΜΗ.ΣΥ.ΦΑ. στην Ελλάδα : χρήση και επιλογή από τους Έλληνες καταναλωτές	Κούτουλα, Μαργαρίτα	Μεταπτυχιακή Εργασία
39	17/10/16	Δημιουργία ασφαλών περιβάλλοντων διεθνούς επιχειρηματικότητας με χρήση τεχνολογιών προστασίας της ιδιωτικότητας	Βαμβατσίκου, Γεωργία	Μεταπτυχιακή Εργασία
40	7/6/16	Η επιρροή της αθλητικής χορηγίας στην πρόθεση του καταναλωτή για αλλαγή παροχέα υπηρεσιών	Θεοδωρόπουλος, Αναστάσιος	Μεταπτυχιακή Εργασία
41	7/6/16	Η κατανάλωση συμβολικών νοημάτων στα αδειοδοτημένα προϊόντα των αθλητικών ομάδων	Τσεγγενές, Γεώργιος	Μεταπτυχιακή Εργασία

42	1/2/16	Διερευνητική μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με την προώθηση προϊόντων μέσα από τα ηλεκτρονικά φαρμακεία	Καρώνης, Παναγιώτης	Μεταπτυχιακή Εργασία
43	20/1/16	Ο ρόλος του μάρκετινγκ στην εταιρική κοινωνική ευθύνη	Ντάβαρη, Σπυριδούλα	Μεταπτυχιακή Εργασία
44	20/1/16	The role of music in user generated advertising	Παπαδοπούλου, Δώρα	Μεταπτυχιακή Εργασία
45	9/11/15	An exploratory study on the effects of positive and negative consumer generated advertising using informative and demonstrative executional frameworks on brand attitude and purchase intention	Παπαδιαμαντοπούλου, Χαρίκλεια	Μεταπτυχιακή Εργασία
46	21/7/15	Ηλεκτρονικό εμπόριο και διασφάλιση της ιδιωτικότητας	Βαβάτσικος, Βασίλειος	Μεταπτυχιακή Εργασία
47	7/7/15	Συστήματα μηχανογράφησης φαρμακείων και η σχέση τους με τη φαρμακευτική φροντίδα	Παντελή, Αντιόπη	Μεταπτυχιακή Εργασία
48	25/5/15	CGA : Empirical study on the effect of consumer generated advertising on the attitude towards a brand and the intention to buy	Τσούτσουρα, Ελένη	Μεταπτυχιακή Εργασία
49	27/4/15	Ηγεσία βασισμένη στο σχεσιακό μάρκετινγκ και σχέση με ικανοποίηση πωλητών	Κουνάβης, Δημήτριος	Μεταπτυχιακή Εργασία
50	27/4/15	Μελέτη της συμβατότητας των εναλλακτικών συλ ηγεσίας με την εφαρμογή του σχεσιακού μάρκετινγκ στην [sic] φαρμακευτική αγορά	Τσάκωνας, Ιωάννης	Μεταπτυχιακή Εργασία
51	3/4/15	Αξιολόγηση του Ε.Ο.Π.Υ.Υ.	Μπάκος, Δημήτριος	Μεταπτυχιακή Εργασία
52	3/4/15	Film tourism and destination marketing : a case study of Santorini, Greece	Ραυτοπούλου, Μαρία	Μεταπτυχιακή Εργασία

53	5/2/15	Οι αντιλήψεις των φοιτητών/τριών διοίκησης επιχειρήσεων ελληνικών πανεπιστημίων σε ζητήματα επιχειρησιακής ηθικής. Μια εμπειρική διερεύνηση	Κοτσώνη, Μαρία Ελένη	Μεταπτυχιακή Εργασία
54	4/12/14	Εφαρμογή των κοινωνικών δικτύων στον κλάδο των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων (αγορά υπηρεσιών)	Ντάβαρη, Αθηνά	Μεταπτυχιακή Εργασία
55	4/12/14	Εφαρμογή των κοινωνικών δικτύων στον κλάδο των συναλλαγών μεταξύ των επιχειρήσεων (αγορά αγαθών)	Ντάρλας, Γεράσιμος	Μεταπτυχιακή Εργασία
56	30/7/14	Ανάλυση περιεχομένου τηλεοπτικών διαφημίσεων μη συνταγογραφούμενων (OTC) φαρμάκων	Σιμονοβίκης, Σταύρος	Μεταπτυχιακή Εργασία
57	10/6/14	Ανταγωνιστικότητα των διεθνών περιφερειακών προορισμών μέσα από την προοπτική της διαπολιτισμικής εμπειρίας	Δέδε, Ανίλα	Διδακτορική Διατριβή Μεταπτυχιακή Εργασία
58	30/4/14	Η διάχυση γνώσης στις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις	Χαβελές, Παναγιώτης	Μεταπτυχιακή Εργασία
59	2/4/14	Παράγοντες και στάσεις που επηρεάζουν τις μακροχρόνιες επιχειρηματικές σχέσεις των εταιρειών με τους πελάτες τους και την επιχειρηματική απόδοση. Ποσοτική, εμπειρική μελέτη στο επιχειρηματικό δίκτυο του φαρμακευτικού κλάδου	Γεωργή, Χριστίνα	Διδακτορική Διατριβή
60	18/12/13	Ανάπτυξη ανθρώπινου δυναμικού στις φαρμακευτικές εταιρείες : εμπειρική διερεύνηση της εταιρείας TAKEDA	Δεμίρης, Νικόλαος	Μεταπτυχιακή Εργασία
61	9/12/13	Ανάλυση παραγόντων αξιολόγησης διαμεσολαβητικών δικτυακών τόπων παροχής υπηρεσιών μεταξύ καταναλωτών	Δασκαλόπουλος, Ευάγγελος	Μεταπτυχιακή Εργασία
62	11/10/13	Συμμόρφωση ασθενών με μυασθένεια gravis ανάλογα με την αγωγή που λαμβάνουν	Δημακάκου, Σταυρούλα	Μεταπτυχιακή Εργασία

63	11/10/13	Διεθνή [sic] εξωστρέφεια και στρατηγικές σχέσεις των ελληνικών οινοποιητικών επιχειρήσεων	Δημόπουλος, Δημήτριος	Μεταπτυχιακή Εργασία
64	11/10/13	Έρευνα σχετικά με την προτίμηση των πρωτότυπων φαρμάκων έναντι των γενόσημων από τους θεράποντες ιατρούς	Παπαχρονόπουλος, Αλέξιος	Μεταπτυχιακή Εργασία
65	6/8/13	Η άποψη και η προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών για τα προϊόντα ελληνικής προέλευσης. Υπάρχει στροφή προς τα ελληνικά προϊόντα;	Αναστασοπούλου, Ελένη	Μεταπτυχιακή Εργασία
66	6/8/13	Σχεσιακό marketing, η φάση της ανάκτησης πελατών	Τζιτζογλάκη, Μαρία	Μεταπτυχιακή Εργασία
67	17/7/13	Ο ρόλος των αισθήσεων στην αξία της μάρκας (brand equity) των καλλυντικών προϊόντων : Εμπειρική διερεύνηση : Φαρμακευτικές καλλυντικές κρέμες προσώπου	Κερασίδου, Ευφροσύνη	Μεταπτυχιακή Εργασία
68	11/7/13	Η στάση των καταναλωτών στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας των σούπερ μάρκετ. Μια εμπειρική έρευνα	Γαλάνη, Δήμητρα	Μεταπτυχιακή Εργασία
69	11/7/13	Τα νέα μέσα ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης (social media) και η σχέση τους με την καταναλωτική συμπεριφορά	Κουτσογιαννοπούλου, Νικολίτσα	Μεταπτυχιακή Εργασία
70	11/7/13	Ο τρόπος ζωής (lifestyle) και η σχέση του με την καταναλωτική συμπεριφορά των νέων	Κωνσταντοπούλου, Μαρία	Μεταπτυχιακή Εργασία
71	11/7/13	Εναλλακτικά κανάλια τραπεζικής εξυπηρέτησης	Σκαπέτη, Ζωή	Μεταπτυχιακή Εργασία
72	7/6/13	Συμμόρφωση ασθενών σε χρόνιες παθήσεις	Μανώλης, Κωνσταντίνος	Μεταπτυχιακή Εργασία
73	7/6/13	Ελληνικές διαφημιστικές καμπάνιες : Εμπειρική διερεύνηση & ανάλυση περιεχομένου δημιουργικού και media	Σιαμπάνης, Παναγιώτης Χ.	Μεταπτυχιακή Εργασία
74	21/12/12	Η προώθηση και το ύφος της διαφήμισης στα δερμοκαλλυντικά	Τσάμη, Ναταλία	Μεταπτυχιακή Εργασία

75	15/10/12	Διεθνή δίκτυα παραγωγής και τεχνολογική ανάπτυξη : global production networks - GPN	Καρνάτσος, Σπυρίδων	Μεταπτυχιακή Εργασία
76	1/10/12	Απόψεις των φαρμακοποιών για την σύγχρονη διαμόρφωση του φαρμακείου	Λευκαδίτη, Γεωργία	Μεταπτυχιακή Εργασία
77	11/6/12	Συγκριτική μελέτη διαφημιστικών καταχωρήσεων φαρμάκων	Αρσένου, Ευαγγελία	Μεταπτυχιακή Εργασία
78	11/6/12	Μελέτη για την ανίχνευση της στυτικής δυσλειτουργίας σε ασθενείς στα ιδιωτικά φαρμακεία	Τσίπα, Χαρίκλεια	Μεταπτυχιακή Εργασία
79	11/6/12	Ασθένειες ταμπού : το πρόβλημα της ακράτειας ούρων στην Ελλάδα και η επίδρασή του στην ποιότητα ζωής των ασθενών	Χαρμπίλα, Αντιγόνη	Μεταπτυχιακή Εργασία
80	8/5/12	Έρευνα για τα αδυνατιστικά σκευάσματα της ελληνικής αγοράς. Αποτελεσματικότητα και ικανοποίηση των καταναλωτών από την χρήση τους	Ασημακόπουλος, Κωνσταντίνος	Μεταπτυχιακή Εργασία
81	26/4/12	Προφίλ καταναλωτών ομοιοπαθητικών φαρμάκων και φυτικών καλλυντικών	Δημητρακοπούλου, Ευσταθία	Μεταπτυχιακή Εργασία
82	26/4/12	Επιλογή, εκπαίδευση & ανάπτυξη ανθρωπίνων πόρων στην Macro Cash & Carry Hellas	Λουκοπούλου, Ακριβή	Μεταπτυχιακή Εργασία
83	15/3/12	Εναλλακτικές θεραπείες και χαρακτηριστικά ασθενών	Αλεξοπούλου, Ιουλία	Μεταπτυχιακή Εργασία
84	14/2/12	Μορφές ηγεσίας και όραμα στην Ελληνική Αστυνομία	Μαγουλιανίτης, Γεώργιος	Διδακτορική Διατριβή
85	3/10/11	Σχέση ιατρικού επισκέπτη-ιατρού με σκοπό τη βελτίωση της επικοινωνίας μεταξύ φαρμακευτικών εταιρειών και ιατρών	Μπατζιόλας, Παναγιώτης	Διπλωματική Εργασία
86	3/10/11	Διερεύνηση των κινήτρων και των συνταγολογικών συνηθειών της ιατρικής κοινότητας, όσον αφορά στα γενώσημα [sic] φάρμακα	Πολύδωρος, Κωνσταντίνος	Μεταπτυχιακή Εργασία
87	24/1/11	Διερευνητική εργασία για τη μελέτη της σχέσης μεταξύ ασθενών-πελατών και φαρμακοποιών	Παναγούλης, Αθανάσιος	Μεταπτυχιακή Εργασία

88	19/1/11	Direct marketing σε μη συνταγογραφούμενα φάρμακα, OTC	Ζυγογιάννη, Γεωργία	Μεταπτυχιακή Εργασία
89	11/1/11	Σχέσεις εμπιστοσύνης, βαθμός ικανοποίησης - δέσμευσης ασθενών - πελατών φαρμακείου που πάσχουν από διαβήτη	Νταλαχάνης, Ιωάννης	Μεταπτυχιακή Εργασία
90	11/1/11	Στρατηγικές προβολής των μη-συνταγογραφούμενων (OTC) φαρμάκων	Ορθοδόξου, Σκεύη	Μεταπτυχιακή Εργασία
91	13/7/10	Η μεθοδολογία του QFD και εφαρμογή της στο σχεδιασμό νέας τραπεζικής υπηρεσίας : internet banking	Φλώρη, Αικατερίνη	Μεταπτυχιακή Εργασία
92	7/7/10	Το προφίλ του ιατρικού επισκέπτη συμβούλου	Σπυρόπουλος, Κωνσταντίνος	Μεταπτυχιακή Εργασία
93	25/1/10	Εκπαίδευση και ανάπτυξη προσωπικού στο πλαίσιο των επιχειρήσεων του δημοσίου τομέα	Καραγεώργου, Ναυσικά	Μεταπτυχιακή Εργασία
94	26/8/09	Έρευνα αγοράς σχετικά με τα συμπληρώματα διατροφής και το ρόλο του φαρμακοποιού ως επιστημονικού συμβούλου στη διάθεσή τους στο κοινό	Γεράρδη, Νικολέτα	Μεταπτυχιακή Εργασία
95	25/5/09	Έρευνα αγοράς στα εκπαιδευτικά καταστήματα hard discount	Κονδύλης, Σπυρίδων	Μεταπτυχιακή Εργασία
96	27/4/09	Στάσεις και αντιλήψεις των Ελλήνων φαρμακοποιών για τον επαγγελματικό τους ρόλο και για την φαρμακευτική φροντίδα	Βαρδαμίδης, Νικόλαος	Μεταπτυχιακή Εργασία
97	27/4/09	Στάσεις και συμπεριφορές των Ελλήνων φαρμακοποιών σχετικά με την φαρμακευτική φροντίδα και το relationship marketing	Τσιβίλης, Θεόδωρος	Μεταπτυχιακή Εργασία
98	12/2/09	Στρατηγική μάρκετινγκ και πρόταση αξίας φαρμακείων στο διαδίκτυο	Χύμας, Ευάγγελος Γ.	Μεταπτυχιακή Εργασία
99	11/2/09	Στατιστική μελέτη της αγοράς καλλυντικών από το φαρμακείο και πώς αυτή επηρεάζεται από το μέσο ενημέρωσης, τη διαφήμιση και τη συνείδηση υγείας του καταναλωτή	Καρατζά, Αργυρώ	Μεταπτυχιακή Εργασία

100	11/2/09	Κύριο κανάλι διανομής των δερμοκαλλυντικών είναι τα πολυκαταστήματα. Πως τα τελευταία έχουν καταφέρει να κερδίσουν τη μερίδα του λέοντος της αγοράς	Σκούτα, Αγγελική	Μεταπτυχιακή Εργασία
101	8/12/08	Εφαρμογές direct και database marketing	Καλιτοπούλου, Γεωργία	Μεταπτυχιακή Εργασία
102	25/8/08	Έρευνα μάρκετινγκ για τα γενετικά τροποποιημένα προϊόντα	Γιαννοπούλου, Ελευθερία	Μεταπτυχιακή Εργασία
103	22/7/08	Μελέτη της αποτελεσματικότητας των διαφημίσεων πολυβιταμινούχων σκευασμάτων	Κοκκώνη, Ελευθερία	Μεταπτυχιακή Εργασία
104	3/3/08	Επέκταση μάρκας (brand extension) - έρευνα αγοράς : η περίπτωση της ΕΒΓΑ	Σταματοπούλου, Ανθή	Μεταπτυχιακή Εργασία
105	14/5/07	Η αγορά και το μάρκετινγκ των αντιυπερτασικών φαρμάκων: ποιοτική μελέτη	Γεωργή, Χριστίνα	Μεταπτυχιακή Εργασία
106	14/5/07	Καταναλωτική συμπεριφορά πελατών φαρμακείων και βαθμός ικανοποίησης από τις αγορές, τις υπηρεσίες και την ατμόσφαιρα του φαρμακείου	Κατερίνης, Ιωάννης	Μεταπτυχιακή Εργασία
107	14/5/07	Μελέτη για τη δημιουργία πολυκαταστήματος προϊόντων υγείας, μέσω της διερεύνησης της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών και των προτιμήσεών τους για τα διάφορα καταστήματα πώλησης τέτοιων προϊόντων.	Πευκιανάκης, Εμμανουήλ	Μεταπτυχιακή Εργασία
108	14/5/07	Κατανόηση των διαφημίσεων των φαρμάκων	Πνευματικού, Αναστασία	Μεταπτυχιακή Εργασία