

**ΕΙΡΗΝΗ ΧΡ. ΚΑΜΕΝΙΔΟΥ,
PhD, MSc, BSc., BSc., BA**



**ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ MARKETING
ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Ειρήνη Καμενίδου
Καθηγήτρια Μάρκετινγκ,
Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙΠΑΕ)
Πανεπιστημιούπολη Καβάλας,
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας,
Τμήμα: Διοικητικές Επιστήμες και Τεχνολογία,
Άγιος Λουκάς, 65404, Kavala, Greece
rkam@mst.ihu.gr
Τηλ. γραφείου: (+30) 2510 462 157
Skype: rena.kam

ΣΠΟΥΔΕΣ

1999	Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών. Αντικείμενο: Μάρκετινγκ
PhD. Μάρκετινγκ Τροφίμων	Ειδίκευση: Έρευνα Αγοράς και Συμπεριφορά καταναλωτή στα τρόφιμα και χυμούς
Βαθμός: 10	Τίτλος διδακτορικής διατριβής: Έρευνα Αγοράς των Μεταποιημένων Προϊόντων Ροδάκινων στην Αστική Περιοχή της Θεσσαλονίκης. σελ. 400
1989 Μεταπτυχιακό	Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Σχολή και

Πτυχίο Γεωπονίας Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας (Αγροτικής Οικονομίας) Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών (5 (MSc & B.Sc. in έτη σπουδών, integrated MSc βάση του νόμου Agricultural Economics) 3231/22.08.2019)

Βαθμός: 8,05

Αντικείμενο: Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων

Τίτλος πτυχιακής διατριβής: Κόστος μεταποίησης βιομηχανικών προϊόντων τομάτας που παράγονται από τη συνεταιριστική βιομηχανία Λαγκάδα

1988
Πτυχίο
Δημοσιογραφίας
(B.A. Journalism)

Βαθμός: 9,00

Κέντρο Ελευθέρων Φιλοσοφικών & Κοινωνικών Σπουδών Θεσσαλονίκης (1988) -Ιδιωτικό Κολλέγιο

Πτυχίο Δημοσιογραφίας (3 έτη σπουδών)

1985
Πτυχίο Τεχνολόγου
Γεωπόνου
(B.Sc.
Farm Management).

Βαθμός 6,87

Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης,
Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας, Τμήμα Διοίκησης
Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων.

Πτυχίο Τεχνολόγου Γεωπόνου (1985) στη Διοίκηση
Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων.

Ξένες γλώσσες

1. Αγγλικά: Άριστα (1970-1977 -8 χρόνια στις ΗΠΑ, Columbia Missouri & East Lansing Michigan: Δημοτικό Σχολείο και ένα χρόνο από το Middle School που είναι ανάλογο με το γυμνάσιο). Κάτοχος Proficiency του Michigan (1991) και Lower του Cambridge (1990).
2. Κινέζικα: (Επίπεδο New HSK, elementary, band 1, Old HSK elementary επίπεδο HSK2)
3. Γαλλικά: βασικό επίπεδο επικοινωνίας (επικοινωνία, κατανόηση, ομιλία, γραφή)

Σεμινάρια

- 1996 Ελληνικό Κέντρο Παραγωγικότητας (ΕΛΚΕΠΑ, Θεσσαλονίκης). Στατιστική με το SPSS για Windows (1 μήνα).
- 1991 Εθνικό Κέντρο Πολιτιστικών και Επαγγελματικών Εφαρμογών. Εκπαίδευση Εκπαιδευτών. (2 μήνες).
- 1988 Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών (ΟΠΕ). Εξαγωγικό Μάρκετινγκ. (10 μήνες).
- 1984 Ελληνικό Κέντρο Παραγωγικότητας (ΕΛΚΕΠΑ, Θεσσαλονίκης). Οργάνωση και λειτουργία Καταναλωτικών Συνεταιρισμών. (2 μήνες)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ – ΜΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ

- 27/6/2002-10/10/2005
ΦΕΚ 46/25-2-2006, τ.
Γ'
- Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας**, Γεωργο-οικονομολόγος.
Κενή οργανική θέση: Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Θέση: Αξιολογητής και επιθεωρητής.
Αντικείμενο: Προγράμματα 3ου ΚΠΣ που σχετίζονται με το: Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων, Μάρκετινγκ Τροφίμων, Μεταποίηση, Αγροτουρισμό, Ποιοτικό Έλεγχο (ISO, HACCP, κλπ)
- 1999 –2001
- PEGASUS Ατομική Επιχείρηση Marketing**
Αντικείμενα: Μάρκετινγκ, Έρευνα Αγοράς, Μελέτες και Εκπαίδευση σε θέματα Μάρκετινγκ.
- 1999
- Ο.Ε.Ε.Κ.** Μέλος της πενταμελούς ομάδας σύνταξης οδηγού κατάρτισης (προγράμματος σπουδών). Ειδικότητα: Τεχνικός Μάρκετινγκ Γεωργικών Προϊόντων.
- 1991-1997
- Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ – KONSUM - COOP Θεσσαλονίκης.**
Καταναλωτικός Συνεταιρισμός (Σούπερ Μάρκετ τροφίμων).
Αντικείμενο: Υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων, Στέλεχος Μάρκετινγκ της Επιχείρησης και Διευθύντρια σύνταξης του περιοδικού «Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ».
- 1983-1990
- Συνεταιρισμοί και Βιομηχανίες** (ΣΕΚΟΒΕ, ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ Γ.Σ., Ε.Γ.Σ. ΛΑΓΚΑΔΑ, ΑΜΒΡΟΣΙΑ, ΜΕΛΙΣΣΑ, κά). Αντικείμενο:

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ – ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ (ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ)

Διοικητική εμπειρία

2014-2017	Κοσμήτορας Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας (2 τμήματα, 4 προσανατολισμοί/κατευθύνσεις, 26 μέλη ΔΕΠ-ακαδημαϊκού προσωπικού, 30 μέλη ΔΕΠ με σύμβαση, 6 διοικητικοί υπάλληλοι, 5 μέλη τεχνικού προσωπικού, και περισσότεροι από 3900 φοιτητές). Παραίτηση στις 21 Οκτωβρίου λόγω σύγκρουσης συμφερόντων (Ν. 4485 / 4-8-2017) με θέση μέλους ΣΕΠ στο Ελληνικό Ανοιχτό Πανεπιστήμιο
2013-2018	Υπεύθυνη της κατεύθυνσης Marketing του ΠΜΣ MBA της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας, του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων
2014-2017	Μέλος της Συγκλήτου του ΤΕΙ ΑΜΘ
2014-2017	Μέλος του Πειθαρχικού Συμβουλίου του ΤΕΙ ΑΜΘ
2009-2014	Μέλος της Ομάδας Εσωτερικής Αξιολόγησης του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΟΜΕΑ)
2012-2014	Αναπληρωματικό μέλος της Επιτροπής Ερευνών του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (πρώην ΤΕΙ Καβάλας)
2010-2012	Μέλος της Επιτροπής Ερευνών του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (πρώην ΤΕΙ Καβάλας)
2010-2020	Μέλος της επιτροπής πρακτικής άσκησης φοιτητών στο Τμήμα Νοσηλευτικής του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.
2009-2014	Υπεύθυνη Τομέα Διοίκησης Επιχειρήσεων
2009-	Μέλος της επιτροπής πρακτικής άσκησης των φοιτητών και επόπτρια πρακτικής άσκησης στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

2009-2015	Μέλος επιτροπής αξιολόγησης φακέλων των υποψηφίων συμβασιούχων εκπαιδευτικών του Τμήματος Οινολογίας και Τεχνολογίας Ποτών.
2006-2018	Μέλος επιτροπής αξιολόγησης φακέλων των υποψηφίων συμβασιούχων εκπαιδευτικών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΗ -ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑ

Διδασκαλία σε Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΜΠΣ)

2019-	<u>Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος</u> , Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, ΠΜΣ: Digital Marketing (2019-2022), MBA , και Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και Οργανισμών για Στελέχη (Executive MBA in Tourism)
2018-2019	<u>ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης</u> , Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΠΜΣ: Digital Marketing.
2018-2020 & 2009-2010	<u>Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο</u> . Σχολή Κοινωνικών Σπουδών, ΜΠΣ: Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων . Μέλος ΣΕΠ (διατριβές)
2013- 2016	<u>ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης</u> , Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, ΠΜΣ: <i>MBA</i> .
2012- 2017	<u>ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης</u> , Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών, Τμήμα Ηλεκτρολόγων Μηχανικών, διδασκαλία μισού μαθήματος, στο ΜΠΣ "Καινοτομία στην Τεχνολογία και Επιχειρηματικότητα".
2010	<u>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης</u> . Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, Τμήμα Δασολογίας και Διαχείρισης Περιβάλλοντος και Φυσικών Πόρων. ΠΜΣ, MSc στη Διατήρηση και Αποκατάσταση Χερσαίων Φυσικών Οικοσυστημάτων.

2004-2006 **ΤΕΙ Λάρισας.** Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης και Διαχείρισης Έργων σε σύμπραξη με το Πανεπιστήμιο **Staffordshire της Μ. Βρετανίας.** Διδασκαλία σε δύο ΜΠΣ: 1. Master στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - MBA (Master in Business Administration) και 2. Master στην Επιστήμη της Διοίκησης (Master of Science in Management).

Διδασκαλία σε Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών (ΠΠΣ)

2019-σήμερα **Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδος (ΔΙΠΑΕ).** Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας. Καθηγήτρια με γνωστικό αντικείμενο: Μάρκετινγκ. ΦΕΚ: 4689/19-12-2019, τ. Β΄

2005-2019 **ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΕΜαΤΤech)- πρώην ΤΕΙ Καβάλας.** Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, κατεύθυνση Μάρκετινγκ

2019- & 2002- 2017 Μέλος ΣΕΠ **Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ).** Σχολή Ανθρωπιστικών Σπουδών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Μέλος ΣΕΠ (Συνεργαζόμενο Επιστημονικό Προσωπικό). Θεματικές Ενότητες: Marketing I (2002-2003; 2004-2010; 2019-2022) & Marketing II (2002-2004; 2010-2017). Συντονιστές Θεματικών Ενότητων: Καθηγητής ΟΠΑ κ. Γ. Σιώμκος (Marketing II), Αναπλ. Καθηγητής ΕΑΠ κ. Γ. Κεχαγιάς (Marketing I) και Καθηγήτρια Μπουτσούκη Χριστίνα (Marketing I; (2019-2022)

2000-2005 **ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.** Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης. Επιστημονικός συνεργάτης με πλήρη προσόντα.

2001-2003 **Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης.** Σχολή Επιστημών Γεωπονίας και Δασολογίας, Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης. Π.Δ. 407/80 στη βαθμίδα του Επίκουρου Καθηγητή

2001-2002 **Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.** Σχολή Γεωτεχνικών Επιστημών, Τμήμα Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Εργαστήριο Εμπορίας Αγροτικών Προϊόντων, Αγροτικής Πολιτικής και Συνεταιρισμών. Επίκουρη σε ασκήσεις των φοιτητών στα μαθήματα Συμπεριφορά Καταναλωτή & Εμπορία Αγροτικών Προϊόντων

- 2000-2002 ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας, παράρτημα Φλώρινας, Τμήμα Εμπορίας και Ποιοτικού Ελέγχου Αγροτικών Προϊόντων. Επιστημονικός συνεργάτης με πλήρη προσόντα.
- 1990 ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Σχολή Τεχνολόγου Γεωπόνου, Τμήμα Διοίκηση Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων. Επιστημονικός συνεργάτης με ελλιπή προσόντα.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

- 1/1/2017-31/12/2019 **Επιστημονικός Συνεργάτης προγράμματος:** The wine Lab – Generating Innovation Between practice and Research (TWL)
- 24/9/2016-4/9/2019 **Αξιολογήτρια** της πράξης: “Απόκτηση Ακαδημαϊκής Εμπειρίας σε νέους Επιστήμονες Κατόχους Διδακτορικού 2016-19 ΤΕΙ ΑΜΘ
- 28/2/2018-24/12/2018 **Επιστημονικός συνεργάτης προγράμματος:** Support of Social Enterprises and Enhancement of Development (Socede), στα πλαίσια προγράμματος Ευρωπαϊκής συνεργασίας «ΕΛΛΑΔΑ-ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ 2014-2020» (INTERREG V-A GREECE – BULGARIA 2014-2020)
- 23/10/2012-31/10/2013 **INTERREG III: «Integrating the Greek – Bulgarian tourism product. Training Scenarios Specialist.** Training of hotel businesses.
- 1/10/2010-31/10/2013 Πρακτική Άσκηση Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης του ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
- 2008 **Επιστημονικός Συνεργάτης προγράμματος:** Πρόγραμμα Υπουργείο Παιδείας και Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς: «Λειτουργία Σημείου Άντλησης και συνεχούς ροής δεδομένων του Παρατηρητηρίου Νεανικής Επιχειρημα-τικότητας της Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς στο ΤΕΙ Καβάλας και εκπόνηση μελέτης για τις τάσεις Νεανικής Επιχειρηματικότητας στην περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας»
- 2012-2016 **Εκπαιδευτής φοιτητών:** Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας, Πρόγραμμα για την Επιχειρηματική Κατάρτιση των φοιτητών.
Μονάδα καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Καβάλας Διδασκαλία Μαθημάτων 2ου κύκλου Επιχειρηματικότητας
- 1/9/2010-31/8/2013 Μονάδα Διασφάλισης Ποιότητας ΜΟΔΠΠ του ΤΕΙ Καβάλας

- 2005-2010 Προγράμματα Προπτυχιακών Σπουδών του ΤΕΙ Καβάλας με αντικείμενο εργασιών τις Αρχές Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς με επίκεντρο το E-Learning από 1/10/2006 έως 30/06/2007 με αμοιβή 400 Ευρώ και από 01/01/2008 έως 31/08/2008 με αντικείμενο εργασιών την Επικοινωνία και Διαφήμιση με συνολική αμοιβή 500 Ευρώ (ΕΡΕΑΕΚ II project).
- 15/05/08 - 15/05/2009 **Επιστημονική Υπεύθυνη και κύρια ερευνήτρια:** «Παράγοντες επιλογής μιας Τράπεζας και Ολική Ικανοποίηση από αυτές στην πόλη της Καβάλας». Χωρίς αμοιβή 3,000€.
- 2007-2008 **Επιστημονικός Συνεργάτης προγράμματος:** «Αξιολόγηση πελατών της εικόνας Super Market στην πόλη της Καβάλας, 12 months, 3,000€. Co- investigator.

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΕΝΟ ΕΡΓΟ

Πίνακας 1: Συνοπτικό ακαδημαϊκό έργο.

Journals/conferences (with forthcoming)	Number
SCOPUS Journals and Conferences (in SCOPUS +forthcoming)	60 (51+9)
Journals in Web of Science (Clarivate IF)	20
CABS/ABS ((Journals: CABS/ABS: 1*-3*))	10
SSCI/ SCI (Conferences)	8
Scholar.google	1482
Harzing's Publish or Perish citations	1500
Scopus citations	583
Web of Science citations	421
Author impact: h-index (Harzing's PP)	19
Author impact: g-index (Harzing's PP)	37
Author impact: h-index (Scholar Google)	19
Author impact: g-index (Scholar Google)	25

Άρθρα σε διεθνή περιοδικά κατόπιν κρίσης	56
Κεφάλια σε βιβλία	4
Άρθρα σε Διεθνή Σειρές Βιβλίων	26
Επιμέλεια βιβλίου	1
Άρθρα σε Διεθνή συνέδρια με πρακτικά κατόπιν κρίσης	49
Book of Abstracts	6
Ελληνικά ακαδημαϊκά περιοδικά κατόπιν κρίσης	9
Άρθρα σε Ελληνικά συνέδρια με πρακτικά κατόπιν κρίσης	14
Άλλες δημοσιεύσεις	12

Διδακτορική Διατριβή:

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

Άρθρα σε διεθνή περιοδικά: 53

SCOPUS= 31; CABS/ABS (1*-3*) = 10; SSCI/SCI=20

1. Priporas, C. V., Nagarajan, D. V., & **Kamenidou, I. E.** (2023). A technology-people-integrated toolkit for retail care management during a crisis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103304. (IF=12.4; SCOPUS: 16.1; SJR: 2.543; SNIP:2.651; ABDC List: A; SCIMAGOJR: Q1) (CABS-ABS; REPEC; SNIP; SCOPUS; SSCIE; WHO COVID-19 Research Database)
2. Liava C, Ouranos K, Chatziioannou A, **Kamenidou I**, Katsanos G, Antoniadis N, Tsoulfas G, Akriviadis E, Sinakos E. (2023). Impact and Management of COVID-19 in Liver Transplant Candidates and Recipients. *Annals of Gastroenterology* accepted in-press article. (Cite Score: 4.5; SJR:Q2; PubMed, PubMed Central, Scopus, ESCI, EMBASE/Excerpta Medica, EBSCO, SJR) (Forthcoming- accepted)
3. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Gkitsas, S., Mylona, I., & Stavrianea, A. (2023). Is Generation Z Ready to Engage in Entomophagy? A Segmentation Analysis Study. *Nutrients*, 15(3), 525 (IF=5.9; SJR: Q1); (SCOPUS, SCIE, Embase, AGRICOLA, AGRIS, PubMed, SCIMAGOJR).

4. Vassilikopoulou, Aik., **Kamenidou, I.**, Priporas, C.V., (2022). Negative Airbnb Reviews: An Aspect Based Sentiment Analysis Approach. *EuroMed Journal of Business*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EMJB-03-2022-0052/full/html?skipTracking=true> (CABS: 1*; IF= 5.2; Scopus: 6.8; ABDC-JQL list: C*; SCIMAGOJR, CABS, EconLit.)
5. Priporas, C.-V., Vellore-Nagarajan, D. and **Kamenidou, I.(E)**. (2022). Stressful eating indulgence by generation Z: a cognitive conceptual framework of new age consumers' obesity. *European Journal of Marketing*, 56 (11):2978-3006. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2021-0386> (CABS: 3*; IF=5.181; Scopus: 8.1; ABDC list: A*; SCIMAGOJR: Q1)
6. **Kamenidou, I(E)**, Mamalis, S. Stavrianea, A., Bara E-Z, Mylona, I., and Pavlidis, S. (2022). Risk Communication based on Gender Differences of COVID-19 Related Trusted Information Sources: Insights from the Generation Z Cohort. *Medical Research Archives European Society of Medicine (ESMED)*, [online] 10(4) DOI: <https://esmed.org/MRA/mra/article/view/2746/193546067>
7. Stavrianea, A. and **Kamenidou, I. (E)** (2022). Memorable tourism experiences, destination image, satisfaction, and loyalty: an empirical study of Santorini Island. *EuroMed Journal of Business* 17 (1), 1-20. ((CABS: 1*; IF= 5.2; Scopus: 6.8; ABDC-JQL list: C*; SCIMAGOJR, CABS, EconLit).
8. **Kamenidou, I.E**, Stavrianea, A., (2022). Profiling Monastery Tourists based on Memorable Experiences, Place Identity, Satisfaction, Intention to Revisit and Intention to Recommend. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11(1), 86-110 (SCOPUS). http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_11-1_05_t21-036_86-110.pdf
9. Stavrianea, A. and **Kamenidou, I.** (2022). Complying digital transformation in online booking through experiential values of Generation Z. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3003 (IF=0.42; SCOPUS, SCIE, EBSCO Hospitality and Tourism Complete; CABI Leisure, Recreation and Tourism, ProQuest Research Library) DOI: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2590>
10. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S.A., Mylona, I., Stavrianea, A., Bara EZ (2021) Perceptions of Environmental Benefits from Sustainable Food Consumption Patterns: Evidence from the Generation Z and Y Cohort. *Int. J. of Agriculture Resources, Governance and Ecology*, 18 (1-2):182-198. (SCOPUS, SCIMAGOJR)
11. Amanatidis, D., Mylona, I., **Kamenidou, I. E.**, Mamalis, S., & Stavrianea, A. (2021). Mining Textual and Imagery Instagram Data during the COVID-19 Pandemic. *Applied Sciences*, 11(9), 4281 (IF=2.7; SCOPUS:4.5; SJR: 0.492; SNIP:0.974) (SCOPUS; SJR; SNIP; SCIE, SafetyLit; AGRIS; EBSCO, World Health Organization-WHO).

12. Mylona, I., Amanatidis, D., Stavrianea, A, **Kamenidou, I**, & Mamalis, S. (2021). Promoting tourists' destinations in Greece with social media: The Case of Kimolos. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 9(1), 347-361.
13. Stavrianea, A., **Kamenidou, I**, Kanaouti, S., Theodosis, A (2021). Stereotypes and gender-neutral advertising: perceptions of the generation Z and Y cohorts, *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 7 (1), 14-23
<https://apiar.org.au/journal-paper/stereotypes-and-gender-neutral-advertising-perceptions-of-the-generation-z-and-y-cohorts/>
14. **Kamenidou, I.E.**, Stavrianea, A., Mamalis, S., & Mylona, I. (2020). Knowledge Assessment of COVID-19 Symptoms: Gender Differences and Communication Routes for the Generation Z Cohort. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 6964 (SCOPUS: 5.4; SNIP: 1.280; SJR:0.828;) (SCOPUS, SNIP, SJR; ProQuest, WHO COVID-19 Research Database)
15. **Kamenidou, I.E.**, Stavrianea, A., & Liava, C. (2020). Achieving a Covid-19 Free Country: Citizens Preventive Measures and Communication Pathways. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(13), 4633 (SCOPUS: 5.4; SNIP: 1.280; SJR:0.828) (SCOPUS, SNIP, SJR; ProQuest, WHO COVID-19 Research Database).
16. **Kamenidou, I.E.**, Stavrianea, A., & Bara, E. Z. (2020). Generational Differences toward Organic Food Behavior: Insights from Five Generational Cohorts. *Sustainability*, 12(6), 2299. (IF=3.9; SCOPUS:5.8; SNIP:1.198; SJR: 0.664) (AGORA (FAO), AGRICOLA, AGRIS - CABI, CAB, SSCI, SCI, SJR, SNIP, DOAJ, EconPapers (RePEc), FSTA).
17. Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & **Kamenidou, I. E.** (2020). Social media for cultural communication: A critical investigation of museums' Instagram practices. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 6(2), 38-44. (SCOPUS: 5.8; SJR: 0.434; SNIP:0.761) (SCOPUS; SJR; SNIP; SSRN by Elsevier (Social Sciences Research Network; EBSCO)
18. Priporas, C.V., Stylos, N., & **Kamenidou, I.** (2020). City image, city brand personality, and Generation Z residents' overall life satisfaction in economic crisis era: Predictors of city-related social media engagement. *Journal of Business Research*, 119, 453-463 (ABS/ CABS: 3*; ABDC: A; IF= 11.3; SCOPUS: 16.0; SJR: 2.895; SNIP:3.238). (CABS-ABS; ABDC List; SCOPUS; SSCIE; PsycINFO; SJR; SNIP)
19. Priporas, C.V., **Kamenidou, I.**, & Nguyen, N. (2019). The impact of the macroenvironment on consumer skepticism towards cause-related marketing: Insights from the economic crisis. *International Marketing Review* (ABS/ CABS: 3*, IF= 5.326, SCOPUS:8.5; ABDC: B; SJR: 2.895; SNIP: 3.238), DOI 10.1108/IMR-04-

2019-0124. (SCOPUS; CABS-ABS; SSCI; SCI; PsycINFO; ABDC List; SNIP)

20. **Kamenidou, I. C.**, Mamalis, S. A., Pavlidis, S., & Bara E.Z. (2019). Segmenting the Generation Z Cohort University Students Based on Sustainable Food Consumption Behavior: A Preliminary Study. *Sustainability*, 11(3): 837-858 (**IF=3.9; SCOPUS:5.8; SNIP:1.198; SJR: 0.664**) (AGORA (FAO), AGRICOLA, AGRIS - CABI, CAB, SSCI, SCI, SJR, SNIP, DOAJ, EconPapers (RePEc), FSTA). <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/3/837>
21. **Kamenidou, I.E.C.**, Mamalis, S. A., & Dimitriadis, E. (2018). Generation Z perceptions of quality certification: A cross-national study. *International Journal of Food and Beverage Manufacturing and Business Models (IJFBMBM)*, 3(1): 23-41. (Cabell's Directories, Google Scholar, Ulrich's Periodicals Directory)
22. **Kamenidou, I.**, and Mamalis S., (2018). Engagement schemes in marketing courses: A case study from Greece. *Journal of Advances in Higher Education* 10 (1): 39-47
23. Stavrianea, A., and **Kamenidou, I.** (2016). Religion in the context of economic crisis: The generation's z perspective. *International Journal of Strategic Innovative Marketing (IJSIM)*, 3(3): 56-68.
24. Priporas, C.V., **Kamenidou, I.**, Kapoulas, A., Papadopoulou, F.M. (2015). Counterfeit purchase typologies during an economic crisis. *European Business Review*, 27 (1): 2–16. (**SCOPUS: 26.5; IF= 4.2; ABS: *2; ABDC LIST: B; SJR: 3.667; SNIP:6.267; EBSCO; SSCI; SCIE; CABS- ABS**)
25. **Kamenidou, I.** and Vourou, R. (2015). Motivation factors for visiting religious sites: The case of Lesbos Island. *European Journal of Tourism Research*, 9: 78-91. (SCOPUS, EBSCO Hospitality and Tourism Complete; CABI Leisure, Recreation and Tourism, ProQuest Research Library)
26. Papafotikas, I., Chatzoudes, D., and **Kamenidou, I.** (2014). Purchase decisions of Greek consumers: an empirical study. Paper presented at the EBEEC Conference, 9-12 of May 2013 in Istanbul, Turkey. *The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the Changed World (EBEEC 2013)*. *Procedia Economics and Finance*, 9: 456-465. (Scholargoogle)
27. **Kamenidou, I.C.**, Mamalis, S. A., Priporas, C.V., and Kokkinis, G., (2014). Segmenting customers based on perceived importance of wellness facilities. *Procedia Economics and Finance*, 9: 417-424. (Scholargoogle)
28. **Kamenidou, I.C.**, Mamalis, S. A., Kokkinis, G., Geranis, C., (2013). Image Components of Nightlife-Clubbing Destinations. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 8 (3):99-111. (**SCOPUS: 0.3; SJR: 0.196; SNIP: 0.275; CAB Abstracts (CABI), CitEc, DOAJ EBSCO Publishing**)

29. Avdimiotis, Sp., Kokkinis, G., **Kamenidou, I.**, (2012). Sharing knowledge between the peers of a Winery Network: The case of wine routes in Northern Greece. *China-USA Business Review*, 11 (1): 38-51.
30. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Kokkinis, G., and Intze, C (2011). Improvement Axons for Ardas Festival in Evros, Greece, based on attendees' perceptions. *Scientific Bulletin -Economic Sciences-(Buletin Stiinfic - Seria Stiinle Economice)*, 10 (2): 62-73.
31. **Kamenidou, I.**, Aggelopoulos, S., and Batzios A. C. (2011). Natural medical attributes and benefits of Spirulina: Segmentation based on consumers' knowledge. *Journal of Medicinal Plants Research*, 5(14): 3192-3199. (IF=0.590).
32. Priporas, C.V and **Kamenidou I.** (2011). Perceptions of potential postgraduate Greek business students towards UK universities brand and brand reputation. *Journal of Brand Management*, 18(4/5): 264-273. (SCOPUS: 7.9; SJR: 1.09; ABS:* 2, IF= 4.1; SNIP: 1.402; ABDC: A) (SCOPUS; SJR; SSCI; SNIP; ABDC)
33. **Kamenidou, I.**, Arabatzis, G. and Batzios, AC. (2010). Natural vs. Artificial Christmas Trees: Age Effects on Households Decoration Behaviour. *International Journal of Food and Agriculture & Environment- IJFAE*, 8 (3-4/ part 2): 1378-1382. (SCOPUS: 0.7; SNIP:0.707; SJR: 0.152). (SCI; SCOPUS; SNIP; SJR)
34. **Kamenidou, I.**, and Priporas, C.V. (2010). Factors Predicting Consumers Knowledge of Spirulina Health Benefits. *International Journal of Food and Agriculture & Environment-IJFAE*, 8 (1): 16-20. (SCOPUS: 0.7; SNIP:0.707; SJR: 0.152)
35. **Kamenidou I.**, Mamalis, S., and Priporas, C.V. (2009). Measuring Destination Image and Consumer Choice Criteria. The Case of Mykonos Island. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(3): 67-79. (SCOPUS: 0.3; SJR: 0.196; SNIP: 0.275; CAB Abstracts (CABI), CitEc, DOAJ EBSCO Publishing)
36. **Kamenidou, I.**, Balkoulis, N., and Priporas, C.V. (2009). Hotel Business Travelers Satisfaction Based on Service Quality: A Segmentation approach in Inner City 5 Star Hotels. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 1(2): 152-172.
37. Aggelopoulos, S., **Kamenidou, I.**, and Pauloudi, A. (2008). Women's business activities in Greece: The case of agro-tourism. *Turizam: međunarodni znanstvenostručni časopis (Tourism: An International Interdisciplinary Journal)*, 56 (4): 371-384. (SCOPUS: 2.5; SJR: 0.284; SNIP: 0.476; EBSCO, C.I.R.E.T., Web of Science Core Collection - ESCI, Clarivate, USA, CAB Abstracts and Leisure Tourism Database)
38. Priporas, C.V., Laspa, C., and **Kamenidou, I.** (2008). Patient Satisfaction in Hospital Services. A Pilot Study. *Journal of Medical Marketing*, 8(4): 325-340. (SCOPUS: 0.1;

SJR: 0.108; SNIP: 0.000) (SCOPUS, ABI/INFORM, EBSCO, ARC-AMA, ERA, Scholargoogle).

39. Aggelopoulos, S., Pavlouni, A., Manolopoulos, I., and **Kamenidou, I. (2008)**. The Attitudes and Views of Farmers on the New Common Agricultural Policy and the Restructuring of Crops: The Case of Greece. *American-Eurasian Journal of Agricultural & Environmental Sciences*, 4 (4): 397-404.
40. Aggelopoulos S., Menexes G., **Kamenidou I. (2007)**. Implications for the financing and sustainability of enterprises based on a ranking methodology for categorical financial data. *EuroMed Journal of Business*, (2) 2: 113-134. (**CABS: 1***; **IF= 5.2**; **SCOPUS: 6.8**; **ABDC-JQL list: C***; **SCIMAGOJR, CABS, EconLit, SCIE**)
41. **Kamenidou, I.**, Milonakis, G., Balkoulis (2007). Factors Affecting Business Customers' Hotel Satisfaction: A Case Study on Greece. *The Icfai Journal Services Marketing*, 5 (2): 6-19.
42. **Kamenidou, I.**, Milonakis, G., Nikolouli, K. (2007). An Exploratory Study on the Reasons for Purchasing Imported High Fashion Apparels: The case of Greece. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11 (1): 148-160. (**SCOPUS: 7.9**; **SJR: 1.271**; **SNIP: 1.764**; **CABS/ABS: 1***; **IF=3.5**; **ABDC-JQL: B**; **ARC-AMA**; **ABI Inform**; **EBSCO**)
43. Andronikidis, A., Vassiliadis, C., Priporas, C., **Kamenidou, I. (2007)**. Examining Leisure Constraints for Ski Centre Visitors: Implications for Services Marketing. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 15 (4): 69-86 (Currently known as: *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Francis and Taylor, 2009-) (**IF=9.821**; **SCOPUS: 12.1**; **SJR: 1.999**; **SNIP: 2.218**; **ABDC List: A**; **CABS/ ABS: 1***; **ARC-AMA, JQL, EBSCO**)
44. Galanopoulos K., Aggelopoulos S., **Kamenidou I.**, Mattas K., (2006). Assessing the effects of managerial and production practices in the efficiency of commercial pig farming. *Agriculture Systems*, 88: 125-141. (**SCOPUS: 11.9**; **SJR: 1.574**; **SNIP: 1.965**; **IF= 6.6**; **Web of Science**; **AGRICOLA**)
45. Milonakis, G, **Kamenidou, I.**, Gouras, P., Baras, G., (2006). Socioeconomic Effects on Satisfaction and Recommendation from Second Language Programs. *The Social Sciences (eJournal)*, 1(2):164-167.
46. **Kamenidou, I.**, Milonakis, G., Baras, G., Gouras, P, (2006). Expectations and Satisfaction from an Education Service: The Case of Learning Greek as a Second Language. *Global Education Journal*, 1 (3): 79-90.
47. Aggelopoulos, S., Milonakis, G., **Kamenidou, I.**, (2006). Investigation of Business Dexterity in the Agricultural Sector: The case of Pig Holdings. *Agricultural Journal*

- (eJournal), 1(3):156-159. (Agro Asia, World Agri. Database, MedLit).
48. Milonakis, G., **Kamenidou, I.**, (2006). Fast food Restaurant Chains: Customers' Loyalty, Perceived Quality and Brand Image. *Business Journal for Entrepreneurs*, 2006 (4): 83-95. (Cabells, Library of Congress, Bowkers, Allied, Malaya, Ebsco, Harrassowitz, Sedona, Swets and the Ebsco International Data Base)
 49. **Kamenidou, I.**, Tzimitra –Kalogianni, I., Priporas, C.V. (2003). Bank Image: The Case of Agricultural Bank of Greece. *Journal of Business and Society*, 16(2):169-180. (Sociological Abstracts (SA), Social Planning/Policy and Development Abstracts (SOPODA), BRS, DATA STAR, DIALOG, DIMDI)
 50. **Kamenidou, I.**, Priporas C.V., Michailidis A., Mamalis S. (2003). Young Consumers' Perception of Food Quality: An Illustration from Greece. *Cahiers Options Mediterraneennes*. 61: 191-199. (CAB Abstracts, AgBiotech Net,E-journals, FAO.Org).
 51. Priporas, C.V. and **Kamenidou, I.**, (2003). Can Alternative Tourism be the Way Forward for the Development of Tourism in Northern Greece? *Tourism:An International Interdisciplinary Journal*, 51 (1): 53-62. (SCOPUS: 2.5; SJR: 0.284; SNIP: 0.476; EBSCO, C.I.R.E.T., Web of Science Core Collection - ESCI, Clarivate, USA, CAB Abstracts and Leisure Tourism Database)
 52. Michailidis A., Arabatzis G. and **Kamenidou I.** (2003). Evaluating the Demand Patterns for Irrigation Water: The Case of Western Macedonia. *Agricultural Economics Review*, 4 (2): 57-66. (E-Jel, WebEc-The list of Economic Journals, edBioWorld-Agricultural Economics Journals, EBSCO, Agecon search, ProQuest)
 53. **Kamenidou, I.**, Tzimitra –Kalogianni, I., Priporas, C.V., Tziakas, V. (2002). Greek Consumers Vs' Private Label Milk. *Agricoltura Mediterranea*, 132: 66-76.
 54. **Kamenidou, I.**, Tzimitra –Kalogianni, I., Zotos Y. and Mattas K. (2002). Household Purchasing and Consumption Behaviour towards Processed Peach Products. *NEW MEDIT* 1 (1): 45-49. (IF= 1.414; SJR: 0.308; EconLit, AGRIS/FAO database)
 55. Tzimitra –Kalogianni, I., **Kamenidou, I.**, Priporas, C. V., Tziakas, V. (2002). Private Label Milk and Greek Consumers' Behaviour. *NEW MEDIT*, 1(2): 29-33. (IF= 1.414; SJR: 0.308; EconLit, AGRIS/FAO database)
 56. Tzimitra –Kalogianni, I., **Kamenidou, I.**, Priporas, C.V., Tziakas, V. (2002). Age and Gender Effects on Consumers' Awareness and Source of Awareness for Food-Related Private–Label Brands. *Agricultural Economics Review*, 3 (1): 23-36. (E-Jel, WebEc-The list of Economic Journals, edBioWorld-Agricultural Economics Journals, EBSCO, Agecon search, ProQuest). https://www.eng.auth.gr/mattas/3_1_3.pdf

Κεφάλαια σε βιβλία : 4

1. **Kamenidou, I (E)**, Menexes, G., and Gkitsas S. (2023). *Ch 15 Attitudes to sustainable food consumption (SFC): generational cohort differences*, Consumers and food: Understanding and shaping consumer behaviour (ed. Prof. Marian Garcia Martinez), Burleigh Dodds Science Publishing, Cambridge, UK, forthcoming
2. **Kamenidou, I.**, Vassilikopoulou, A., and Priporas, CV (2021). New sheriff in town: Discovering Generation Z as tourists. In Stylos, N., Rahimi, R., and Okumus, B. (Eds), *Generation Z Marketing and Management Tourism and Hospitality*, Palgrave Macmillan (pp. 121-140). Palgrave Macmillan, Cham
3. Patsala, P., Priporas, CV, Michali, M., and **Kamenidou I(E)** (2021). Capturing marketing academics' conceptions of creativity: teaching practices and challenges in Pantano, E. (Eds), *Greek higher education in Creativity and Marketing: The Fuel for Success*. Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 169-186. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-330-720211011>
4. **Kamenidou, I.**, Rigas, K and Priporas, C.V. (2017). Household behavior on food security during economic crisis. In G. Mergos and M. Papanastassiou (Eds), *Investment and Financing along Agro-food Value Chains for Food Security and Sustainability*, Palgrave, London, pp. 243-261.

Άρθρα σε σειρές βιβλίων: 26

1. Mamalis, S., **Kamenidou, I.(E).**, Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2024). Exploring Awareness of Greek Protected Geographical Indication Regional Wines and their Terroir: The Case of the Prefecture of Drama Greece. In: Kavoura et al. (eds) *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
2. Mamalis, S., Kamenidou, I.(E)., Fourkioti, G. (2024). Winery Features Considered Significant for Visiting Choice. Proceedings of the 10th International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism (IACuDiT) with theme "Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences" (2023), in Editors: Vicky Katsoni, et al. (eds) (SCOPUS), forthcoming.
3. Gkitsas, S., **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, S., and Stavrianea, A. (2024). Higher Education Students' Necessity to be Educated about the Concept of Water Footprint. In: Kavoura A., et al. (eds) *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)

4. Mamalis, S., **Kamenidou, I.(E).**, Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2024). Do Consumers Seek Terroir Elements When Choosing a Wine? Insight From Four Generational Cohorts: In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) *Advances in Quantitative Economic Research – 2021 International Conference on Applied Economics (ICOAE, 2021)*. Springer Proceedings in Business and Economics, Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
5. **Kamenidou, I.(E).**, Gkitsas, S., Mamalis, S., Mylona, I., Pavlidis, S., and Stavrianea, A. (2024). Generational Cohort Differences in Environmental Attitudes According to the New Ecological Paradigm (NEP) Scale. 5th Euro-Mediterranean Conference for Environmental Integration (EMCEI-2023), accepted forthcoming (SCOPUS).
6. Gkitsas, S., **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, S., Mylona, I., Pavlidis, S., and Stavrianea, A. (2024). Generation Z Gender Differences in Barriers to Engage in Entomophagy: Implications for the Tourism Industry. In: Kavoura A., et al., (eds) *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (accepted forthcoming) (SCOPUS)
7. **Kamenidou, I.(E).**, Stavrianea, A., and Mamalis, S. (2024). Male Cohort Differences Based on Religious Memorable Tourism Experiences. Proceedings of the 10th International Conference of the International Association of Cultural and Digital Tourism (IACuDiT) with theme “Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences” (2024), in Editors: Vicky Katsoni, et al. (eds) (SCOPUS), forthcoming.
8. **Kamenidou, I.(E).**, Stavrianea, A., Mamalis, S., Bara, EZ., Mylona, I., Pavlidis, S. (2023). Generation Z Intention to Comply with Non-mandatory Government Measures for Self-protection of COVID-19 and SARS-CoV-2 Variants After Restriction Withdrawals. In: Tsounis, N., Vlachvei, A. (eds) *Advances in Empirical Economic Research*. ICOAE 2022. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-22749-3_9 (SCOPUS), forthcoming.
9. Mamalis, S., **Kamenidou, I.**, Stavrianea, A. (2023). Exploring Gender Differences in Hotel Choice Safety Factors in the Early Post-COVID-19 Era. In: Katsoni, V. (eds) *Tourism, Travel, and Hospitality in a Smart and Sustainable World*. IACuDiT 2022. Springer Proceedings in Business and Economics (pp.295-305). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-29426-6_19 (SCOPUS), forthcoming.
10. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Stavrianea, A., Bara, E., Pavlidis, S. (2023). Segmenting Generation Z Based on Their Intention to Comply with Non-mandatory Governmental Protection Measures During the Tourism Period. In: Gartner, W.C. (eds) *New Perspectives and Paradigms in Applied Economics and Business*. Springer Proceedings in Business and Economics (pp 295–307). Springer, Cham.

https://doi.org/10.1007/978-3-031-23844-4_21 (SCOPUS; WHO COVID-19 Research DatabaseTECH).

11. **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, S., Stavrianea, A., and Mylona, I. (2022). Differences in generational cohort satisfaction from a public hospital medical personnel: insights from generation cohorts X, Y, and Z. In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) *Advances in Quantitative Economic Research – 2021 International Conference on Applied Economics (ICOAE, 2021)*. Springer Proceedings in Business and Economics (pp. 409-424) https://doi.org/10.1007/978-3-030-98179-2_28 (SCOPUS)
12. **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, Bara, EZ, Mylona, I., and Pavlidis, S. (2022). Segmenting the Generation Z Cohort Based on Evaluation of Hotel's Environmental Policy. In Katsoni, V., & Şerban, A. C. (Eds). *Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage* (pp. 119-132). Publisher Springer Nature Switzerland AG, Gewerbestrasse.
13. Stavrianea, A., **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, S., and Mylona, I. (2022). Application of the Experiential Value Scale in Online Booking conditions: Are there Consumer Demographic Characteristic Differences? In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) *Advances in Quantitative Economic Research – 2021 International Conference on Applied Economics (ICOAE, 2021)*. Springer Proceedings in Business and Economics, (pp. 203-216) https://doi.org/10.1007/978-3-030-98179-2_15 (SCOPUS)
14. **Kamenidou, I.(E).**, Stavrianea, A., Mamalis, S., Mylona, I. (2021). Area of residence differences in COVID-19 effect on Greek citizens' life. In: Kavoura A., Kefallonitis E., Theodoridis P. (eds) *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, (p. 29-37) (SCOPUS; WHO COVID-19 Research Database)
15. **Kamenidou, I.(E).**, Mamalis, S., Mylona, I., and Bara, EZ. (2021). Comparing five generational cohorts on their sustainable food consumption patterns: Recommendations for improvement through marketing communication. In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) *Advances in Longitudinal Data Methods in Applied Economic Research – 2020 International Conference on Applied Economics (ICOAE2020)*. Springer Proceedings in Business and Economics, (pp. 69-80) (SCOPUS)
16. Stavrianea, A., Besleme, E., and **Kamenidou, I.**, (2021). Filter Or No Filter? An Instagram View on Modern Visual Culture. In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) *Advances in Longitudinal Data Methods in Applied Economic Research – 2020 International Conference on Applied Economics (ICOAE2020)*. Springer Proceedings in Business and Economics, (pp. 459-468) (SCOPUS)
17. Stavrianea, A., **Kamenidou, I.**, and Bara, EZ. (2020). Gender differences in satisfaction from hotel room attributes and characteristics: Insights from Generation Z. In Kavoura, A., Kefallonitis, E. and Theodoridis, P. (Eds), *ICSIMAT (International*

Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism) Conference 17-21 July 2019. Chios, Mytilene Islands. Conference Proceedings (pp.139-147) (SCOPUS).

18. Stavrianea, A., Theodosia, A., and **Kamenidou, I. (2020)**. Consumers' perceptions of gender-neutral advertising: An empirical study. In Kavoura, A., Kefallonitis, E. and Theodoridis, P. (Eds), ICSIMAT (International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism) Conference 17-21 July 2019. Chios, Mytilene Islands. Conference Proceedings (pp. 799-804) (SCOPUS).
19. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2020). Quality perceptions of feta cheese. ICOAE (International Conference on Applied Economics), Milan, Italy, 4-6 July 2019. Conference Proceedings. In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) Advances in Cross-Section Data Methods in Applied Economic Research: 2019 International Conference on Applied Economics (ICOAE 2019). Springer Proceedings in Business and Economics, Chapter 3, pp.43-58 (SCOPUS)
20. Mamalis, S., Mylona, I., **Kamenidou, I (E)**, and Pavlidis, S. (2020). Exploring Consumers' Orientation Toward Fast Food Consumption in Greece. ICOAE (International Conference on Applied Economics), Milan, Italy, 4-6 July 2019. Conference Proceedings. In Tsounis, N. and Vlachvei, A. (Eds) Advances in Cross-Section Data Methods in Applied Economic Research: 2019 International Conference on Applied Economics (ICOAE 2019). Springer Proceedings in Business and Economics, Chapter 23, pp.373-384 (SCOPUS)
21. Mamalis, S., Cavicchi, A., Paviotti, G., **Kamenidou I. (2020)**. The Wine Lab Project Exploring the Views from Experts. In Kavoura, A., Kefallonitis, E. and Theodoridis, P. (Eds), ICSIMAT (International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism) Conference 17-21 July 2019. Chios, Mytilene Islands. Conference Proceedings (pp.411-415) (SCOPUS).
22. Mamalis, S., **Kamenidou, I.**, Pavlidis, S., and Xatziaggelou, A. (2020). Perceptions of hospital quality: a case study from Greece. In Kavoura, A., Kefallonitis, E. and Theodoridis, P. (Eds), ICSIMAT (International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism) Conference 17-21 July 2019. Chios, Mytilene Islands. Conference Proceedings (pp. 403-410) (SCOPUS).
23. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Bara, E.Z., Pavlidis, S. (2019). Hotel Satisfaction from Generation Y. In: Kavoura, A., Kefallonitis, E., Giovanis, A. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham (pp.1021-1028). https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_118 (SCOPUS).
24. **Kamenidou I.**, Mamalis S., Alexandrou Z. (2018) Tourism and Ecologically Sensitive Areas: The Case the Prefecture of Preveza from Citizens' Point of View. In: Karasavvoglou A., Goić S., Polychronidou P., Delias P. (eds) Economy, Finance and Business in Southeastern and Central Europe. Springer Proceedings in Business and

Economics (pp. 523-535). Springer, Cham (SCOPUS)

25. Mamalis, S., **Kamenidou, I.**, Cavicchi, A., Paviotti, G. (2018). The Wine Lab Generating Innovation Between Practice and Research. Exploring the Views from Wine Makers and Policy Makers. In: Kavoura, A., Kefallonitis, E., Giovanis, A. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham (1311-1317). https://doi.org/10.1007/978-3-030-12453-3_150 (SCOPUS)
26. Stavrianea, A., and **Kamenidou, I.** (2017). Generation Z and religion in times of crisis. Springer Proceedings in Business and Economics. Strategic Innovative Marketing, 5th IC-SIM, Athens, Greece 2016, pp. 205-211

Επιμέλεια Βιβλίου: 1

Dibb S., Simkin L, Pride W.M., Ferrell O.C (2021), “Μάρκετινγκ-Έννοιες και Στρατηγικές”, Γενική επιμέλεια: Καμενίδου, Ε., Κοκκίνης, Γ., και Φωτιάδης, Θ. (Σύγγραμμα, p. 948) ISBN: 9789925576388, Εκδόσεις Broken Hill Publishers

Πρακτικά διεθνών συνεδρίων: 49

1. Mamalis, S., **Kamenidou, I.(E.)**, Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2024). Do wine consumers know the meaning of wine terroir? Preliminary results from ongoing research in Greece. Proceedings of the 11th ICCMI (International Conference on Contemporary Marketing Issues), 12-14 of July 2023 Corfu Greece. (Accepted forthcoming)
2. Kamenidou, I.(E.), Gkitsas, S., Mamalis, S., Mylona, I., Pavlidis, S., and Stavrianea, A. (2023). Area of Residence and Income Intragenerational Cohort Differences of Generation Z In Intention to Try Edible Insects. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, THE 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (accepted forthcoming) (SSCI)
3. Mamalis, S., Kamenidou, I.(E.), Karampatea, A., Bouloumpasi, E., and Skendi, A. (2023). Are Wine Terroir Characteristics Important? Generational Cohort Differences. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, THE 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (accepted forthcoming) (SSCI)

4. Mamalis, S; **Kamenidou, I(E)**; Pavlidis, S., Eytixidou, A. (2022). Generation Z knowledge and purchasing behavior towards products with geographical identification. Proceedings of the 10th *International Conference on ICT in Agriculture, Food and Environment: HAICTA 2022*, forthcoming (SCOPUS).
5. **Kamenidou, I(E)**., Stavrianea, A., Mamalis, S., Gkitsas, S., and Pavlidis, S. (2022). Organic food decision making segmentation: preliminary findings. Proceedings of the EuroMed Academy of Business Conference Book of Proceedings (Book Series) – ISSN 2547-8516, The 15th Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference: Sustainable Business Concepts and Practices (pp.462-473) (SSCI)
6. **Kamenidou, I(E)**., Stavrianea, A., Vassilikopoulou, A., and Mamalis, S., (2022). Gender Differences from Monastery Memorable Tourism Experiences. 39th IBIMA International Conference, 30-31 May 2022, Granada, Spain, conference proceedings (ISBN: 978-0-9998551-8-8; ISSN: 2767-9640) (SCI) pp. 1260-1265
7. Mamalis, S; **Kamenidou, I(E)**; Mylona, I., Vassilikopoulou, A., and Bara, EZ (2022). Gender and age differences in destination image evaluation: the case of Drama, Greece. TOURMAN 2021, 4th International Scientific Conference “Restarting tourism, travel and hospitality: The day after”. In: Christou, E. & Fotiadis, A. (Eds.) (2022). *Reviving Tourism, in the Post-pandemic era*, Vol. 2, p. 211-220. Thessaloniki: SEB-IHU Press.
8. Mylona, I., Amanatidis, D., **Kamenidou, I**, Mamalis, S. (2022) Mining textual and imagery Instagram data for the top Greek national chains’ hotel. TOURMAN 2021, 4th International Scientific Conference “Restarting tourism, travel and hospitality: The day after”. In: Christou, E. & Fotiadis, A. (Eds.) (2022). *Reviving Tourism, in the Post-pandemic era*. Vol. 1, p. 201-214. Thessaloniki: SEB-IHU Press (WHO COVID-19 Research Database)
9. Vassilikopoulou, A., **Kamenidou, I(E)**, and Mamalis, S (2021). Generation Z Perceived Elements of Wine Tourism Memorable Experience: A Qualitative Approach” 38th IBIMA International Conference, November 2021, Seville, Spain, conference proceedings (ISBN: 978-0-9998551-7-1) (SCI) pp.6808-6814
10. Mamalis, S; **Kamenidou, I(E)**; Bara, EZ; Pavlidis, S; Mylona, I (2021). Segmenting consumers based on reasons for purchasing local traditional food products. 14th Annual Conference of the EUROMED Academy of Business, 22-23 September 2021 – Virtual,

“Contemporary Business Concepts and Strategies in the new Era” (p.480-490)- SCI

11. **Kamenidou, I.(E).**, Vassilikopoulou, A., Mamalis, S., and Stavrianea, A. (2021). The impact of an economic recession on erotic shops: A Consumer Qualitative Study. Proceedings of the 3rd International Conference on Research in Business, Management and Finance (ICRBMF), Oxford, UK, July 02 – 04, 2021, pp. 29-41 (<https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2021/06/120-5038.pdf>).
12. **Kamenidou, I**, Mamalis, S., Stavrianea, A., Bara, E-Z., and Mylona, I. (2021). Gender Differences in Protective COVID 19 Measure Engagement: Understanding the Generation Y Cohort. Proceedings of the SIBR 2021 (Osaka) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, July 1st - 2nd, 2021, Osaka, Japan (s21-086). <https://sibresearch.org/past-2021-osaka.html>
13. **Kamenidou, I**, Stavrianea, A., Bara, E-Z., Mamalis, S., and Mylona, I. (2021). Generational cohort differences in the Church’s welfare role during economic crisis. Proceedings of the SIBR 2021 (Seoul) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 4th – 5th June 2021, Seoul, Korea (k21-060). <https://sibresearch.org/past-2021-seoul.html>
14. **Kamenidou, I**, Stavrianea, A., Mamalis, S., and Mylona, I. (2021). Attitudes towards the Government and the Way that It Handled the COVID-19 Crisis: Generational Cohort Differences. Proceedings of the SIBR 2021 (Seoul) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 4th – 5th June 2021, Seoul, Korea (k21-060). <https://sibresearch.org/past-2021-seoul.html>
15. Vassilikopoulou, A. **Kamenidou, I (E)**, and Stavrianea, A. (2021). The Queen’s Gambit as a Contributor to the Repositioning of Chess: What are the Marketing Implications? Proceedings of the 37th IBIMA International Conference, Granada, Spain (forthcoming)
16. Stavrianea, A., **Kamenidou, I**, Vassilikopoulou, A. (2021). Experiential Values in Online Booking: are there Gender Differences? SIBR 2021 (Tokyo) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 7th-8th January 2021, Tokyo, Japan (s21-046).
<https://sibresearch.org/past-2021-tokyo.html>
17. **Kamenidou, I**, Stavrianea, A., and Vassilikopoulou, A. (2021). Are there Memorable Experiences in Religious Tourism? Insights on Monastery Tourism based on a first-level segmentation approach. SIBR 2021 (Tokyo) Conference on Interdisciplinary Business and Economics Research, 7th-8th January 2021, Tokyo, Japan <https://sibresearch.org/past-2021-tokyo.html> (s21-036).
18. **Kamenidou, I**, Mamalis, S., Mylona, I., and Bara, E.Z. (2020). Complying marketing communication techniques based on patient’s gender, age, and marital status effects on

- satisfaction from a public hospital. Proceedings of the 8th International Conference on Contemporary Marketing Issues, ICCMI-2020, September 11-13, Thessaloniki Greece. (pp. 298-305).
19. **Kamenidou, I.**, Stavrianea, A., and Vassilikopoulou, A., Mylona, I., and Mamalis, S. (2020). Segmenting the Generation Z Cohort Based on Online Booking Platform Users Behaviour. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA) "Sustainable Economic Development and Advancing Education Excellence in the era of Global Pandemic", ISBN: 978-0-9998551-5-7, 4-5 November 2020, Granada, Spain (pp.12803-12811).
 20. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Mylona, I., and Bara, E.Z. (2020). Environmental Impact Assessment of Sustainable Food Practices: insights from the Generation Z cohort. Proceedings of the International Conference on Information and Communication Technologies in Agriculture, Food & Environment (HAICTA), September 24-27, 2020, Thessaloniki, Greece <http://ceur-ws.org/Vol-2761/> (pp.294-299).
 21. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Chatziaggelou, A., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2019). Patient satisfaction from a public hospital: The case of the General Hospital of Kavala, Greece. 7th International Conference on Contemporary Marketing Issues -ICCM-2019, July 10-12, Hrakleion, Crete, Greece, Conference proceedings (pp. 173-180)
 22. ^a Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., and **Kamenidou, I.** (2019). Cultural communication through social media: Exploring Instagram Practices among Greek museums. In Christou, E., Alexandris, K., and Fotiadis, A. (Eds), TOURMAN 2019 Conference proceedings "Tourism, travel and hospitality at crossroads: The way ahead", 24-27 October Thessaloniki, Greece (pp. 435-440).
 23. Stavrianea, A., **Kamenidou, I.**, Bara, EZ (2019). Gender differences in experiential values components in an online booking condition: Insights from generation Z. EuroMed 2019 Conference. The 12TH Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment, Thessaloniki, Greece, September 18-20, 2019. Conference Proceedings (pp. 1233-1245)
 24. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2019). Developing attracting destinations for generation Z based on desired destination components. EuroMed 2019 Conference. The 12TH Annual EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference Business Management Theories and Practices in a Dynamic Competitive Environment, Thessaloniki, Greece, September 18-20, 2019. Conference Proceedings (pp. 444-454)
 25. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2018). Desired destination image attributes as perceived by the Generation Y cohort. Presented at the 6th International Conference on Contemporary Marketing Issues -ICCM-2018, June 27-29, Athens Greece,

Conference proceedings (pp.624-633).

26. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2018). Perceived destination image components by baby boomers. I.CO.D.ECON. 2018, 3rd International Conference of Development and Economy, Kalamata, Greece, 3-6 May 2018, (pp.66-76)
27. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2018). A multi-generational approach of destination components in actual destination choice. In Christou, E., Alexandris, K., and Fotiadis, A. (Eds), TOURMAN 2018 Conference proceedings "In search of excellence in tourism, travel & hospitality management" (pp. 435-440), 25-28 October Rhodes Greece.
28. Dimitriadis, E., **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., and Bara, E.Z. (2018). The mediating effect of Environmental Policy on the relationship between satisfaction and loyalty in the hotel industry. In Christou, E., Alexandris, K., and Fotiadis, A. (Eds), TOURMAN 2018 Conference proceedings "In search of excellence in tourism, travel & hospitality management" (pp. 74-83), 25-28 October Rhodes Greece.
29. Stavrianea, A., Siomkos, G., **Kamenidou, I.**, and Bara, E.Z. (2018). Generation Z and Antecedents of Customer Loyalty: An empirical Study in the Hospitality Industry. In Christou, E., Alexandris, K., and Fotiadis, A. (Eds), TOURMAN 2018 Conference proceedings "In search of excellence in tourism, travel & hospitality management" (pp. 430-434), 25-28 October Rhodes Greece.
30. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S., Pavlidis, S., and Bara, E.Z. (2018). Segmentation of the Generation X cohort based on destination choice criteria, Proceedings of International Conferences on Tourism (ICOT) 2018 "Emerging Tourism Destinations: Working Towards Balanced Tourism Development", 27-30 June Kavala, Greece. (pp. 68-78)
31. **Kamenidou, I.**, Mamalis, S. and Kalaitzidou E. (2017). Russian Tourists' satisfaction from Greece as a vacation destination. In proceedings of the 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM), Thessaloniki, 21-23/6/2017, (pp. 243-249)
32. **Kamenidou, I.**, and Mamalis, S. (2017). Students satisfaction from their Higher Education Institute, directions for improvement actions. *SPACE Conference Porto*, 26 - 28 APRIL 2017, SPACE International Network, In Paper Proceedings SPACE Network Conference Porto (pp.62-74)
33. **Kamenidou I.**, Mamalis S., and Alexandrou, Z. (2016). Citizens views regarding improvement points for ecotourism in Preveza prefecture. *Conference Proceedings: 2nd International Conference in Development and Economics – I.CO.D.ECON.* (pp. 252-264).
34. **Kamenidou I.**, Mamalis S., and Vasiliadou, E. (2016). Points for improvement of the ecologically protected area of Florina Prefecture. *Conference Proceedings: 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, 22-24 June 2016, Heraklion,

Greece (pp. 341-348).

35. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Priporas, C.V., (2015). Segmentation based on evaluation of a clubbing destination: Ayia Napa. *Conference Proceedings: 8th Annual EuroMed Conference*, Verona, Italy, 16-18 September 2015 (pp. 936-948).
36. **Kamenidou I.**, Mamalis, S. (2015). Tourists' destination image of Halkidiki: a segmentation analysis. *Conference Proceedings, 3rd International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi 2015)*, Kingstone University, London, 30 June-3 July (pp 316-321).
37. Priporas, C.V. and **Kamenidou, I.** (2014). The use of social marketing in smoking prevention: A study of Generation Y's smokers' suggestions. *Conference Proceedings 7th Annual Euro-Med Conference*, Kristiansand, Norway, 18-19 September 2014 (pp.1507-1518).
38. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Priporas, C.V., (2013). Consumer bank selection criteria during economic crisis. *Recent Researches in Law Science and Finances* (pp. 248-256).
39. **Kamenidou I.**, Mamalis, S., Priporas, C.V., (2013). Segmenting Customers Based on Satisfaction from Thermal Spring Bath Facilities. *University of The Aegean Conference Proceedings 5th International Scientific Conference "Tourism Trends and Advances in the 21st Century"*, May 30-June 2, 2013, Rhodes, Greece (pp.1-7).
40. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Kokkinis, G. (2012). Directions for Improving Hotel Performance based on Customer satisfaction. *2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference*, Corfu Island, 31 May-3 June 2012, ISBN: 978-960-287-139-3 (p. 1-7).
41. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Kokkinis, G., and Samara, I. (2012). Visitors expectations from the Thermal Spring Baths of Smokovo Karditsa. A factor analytic Approach. *4th International Conference 'The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world'*. Bulgaria, 11-13/5/2012 (pp.429-435)
42. Kokkinis, G. and **Kamenidou I**, (2012). The Utilization of Private Label Products as Means of Enforcing Local Products' Brand Identity In Greece. *4th International Conference 'The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world'*. Bulgaria, 11-13/5/2012 (pp.419-428)
43. **Kamenidou I**, Mamalis, S., Intze, C. (2011). Consumers' motivation and choice criteria towards a brand. The case of Ardas Festival in Ardas area Evros, Greece. *16th International Conference on Corporate and Marketing Communications: "The New Knowledge Globalization Era: Future Trends Changing Corporate and Marketing Communications"*, *Conference Proceedings*, Athens University of Economics and Business, MBA Programme, Department of Business Administration-Department of Marketing Communication G. Panigyrakis, P. Theodoridis and A. Panopoulos (Eds.), pp. 113-124.

44. Priporas, C.V., Vassiliadis, C.A., **Kamenidou, I.** and Andronikidis, A. (2010). The relationship between bank advertising and bank customer satisfaction: A pilot study in Greece. Proceedings of 3rd Annual EuroMed Conference, Nicosia, Cyprus, November 4-5, pp. 893-906. (ISI Web of Science)
45. **Kamenidou I,** Priporas, C.V., and Mamalis, S. (2009). Segmenting Mykonos' Tourists Based on Their Satisfaction. 2nd Biennial Conference on Services Marketing, "Orchestrating the Service Experience: Music to the Ears of Our Customers", Thessaloniki, Greece, November 4-6. Conference proceedings, pp. 217-226.
46. Mamalis S., **Kamenidou E.** and Priporas K, (2009). Tourist Satisfaction from Nauplio as a tourist Destination. 1st International conference on tourism Development and Management: *Tourism in a Changing World Prospects and Challenges*. September, pp. 292-296.
47. Priporas, C.V, Theodoridis, C.D. and **Kamenidou I.** (2004). Are Really the Grocery End-Users Ready to Place Orders via Internet? Proceedings of the 2nd International Conference on Information Systems & Innovative Technologies in Agriculture, Food and Environment: HAICTA 2004, pp. 15-21.
48. Baras, G., Gouras, P., **Kamenidou, I.,** (2004). Learning Programmes of the Greek Language: Expectations and Satisfaction of Greek Pallinostountes. Proceedings of the 7th International Conference on Cross-cultural Education: "Greek as a second Language".
49. **Kamenidou, I.,** Tzimitra –Kalogianni, I., Zotos Y. and Mattas K. (2002). Canned Peaches in Syrup: Consumers Behaviour and Preferences. Πρακτικά του Συνεδρίου της *European Association of Agriculture Economics -EAAE*: 70th EAAE Seminar: Problems and Prospects of Balkan Agriculture in a Restructuring Environment, pp. 91-95.

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

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΗ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ

Αξιολόγηση Προγραμμάτων

Έτος	Έργο πρότασης
2019	Αξιολόγηση Ερευνητικών Προτάσεων: Υποστήριξη ερευνητών με έμφαση στους νέους ερευνητές – κύκλος Β', Υπ. Οικονομίας και Ανάπτυξης, Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Τομεακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου
2018	Αξιολόγηση Ερευνητικών Προτάσεων: Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» του ΕΣΠΑ 2014-2020, Υπ. Οικονομίας και Ανάπτυξης.
2017	Αξιολόγηση Ερευνητικών Προτάσεων: ΕΔΒΜ34 «Υποστήριξη ερευνητών με έμφαση στους νέους ερευνητές», Υπ. Οικονομίας και Ανάπτυξης.
2014	Αξιολόγηση Προτάσεων Ηλεκτρονικών Βιβλίων. Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα, στο πλαίσιο της Δράσης "Κάλλιππος"

Κριτής εργασιών σε Διεθνή ακαδημαϊκά περιοδικά.

Κριτής εργασιών σε θέματα Μάρκετινγκ για επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια και μέλος επιστημονικών επιτροπών συνεδρίων. Ενδεικτικά αναφέρονται:

- ✓ Journal of Business Research (JBR)
- ✓ European Journal of Marketing
- ✓ Social Indicators Research
- ✓ Frontiers in Psychology
- ✓ Nutrients
- ✓ Food and Nutrition
- ✓ Annals of Leisure Research
- ✓ International Journal of Hospitality Management (IJHM)
- ✓ International Journal of Electronic Marketing and Retailing (IJEMR)
- ✓ International Journal of Tourism Policy (IJTP)
- ✓ British Journal of Economics, Management & Trade (BJEM)
- ✓ South Asian Journal of Social Studies and Economics (SAJSSE)
- ✓ EuroMed Journal of Business,
- ✓ Tourismos: An International Journal,
- ✓ Psychological Reports Perceptual & Motor Skills

Κριτής εργασιών σε Διεθνή επιστημονικά συνέδρια:

- ✓ EUROMED Academy of Business (EMAB) Conference

- ✓ ISCIMAT -International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism
- ✓ Regional and Rural Development Conference
- ✓ Primary and Secondary Production & Consumption Conference
- ✓ Greek Association of Agricultural Economists (GAAE) conference
- ✓ Hellenic Scientific Association of Sport & Recreation Management (HSASMR)
- ✓ The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world (EBEEC)
- ✓ HAICTA

Co-editor – Editorial Board (Συν-συντάκτης - Συντακτική επιτροπή):

- ✓ Editorial Board of the International Journal of Strategic Innovative Marketing (IJSIM)
- ✓ Co-editor of the International Journal of Business and Economics Scientific Applied Research (IJBESAR: 2015-2018)
- ✓ Editorial Board of the International Journal of Economics Scientific Applied Research (IJESAR: 2008-2014)

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ- ΕΤΑΙΡΙΕΣ -ΣΥΛΛΟΓΟΙ

1. Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ)
2. Ελληνική Ακαδημία Διοίκησης Επιχειρήσεων (ΕΑΔΕ)
3. Ευρωπαϊκή Ακαδημία Μάρκετινγκ (ΕΜΑC)
4. European Association of Agricultural Economists (ΕΑΑΕ).
5. Επιστημονική Εταιρεία Αγροτικής Οικονομίας (ΕΤΑΓΡΟ).
6. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕ.Π.ΚΑ).
7. Ένωση Επιστημόνων για την Προτυποποίηση και την Τυποποίηση (ΕΝΕΠΡΟΤ).
8. Γεωτεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

- ✓ Καθοδήγηση και εμπλοκή φοιτητών σε κοινωνικές δραστηριότητες για άτομα με ειδικές ανάγκες
- ✓ Καθοδήγηση και συμμετοχή των φοιτητών σε προγράμματα κοινωνικού μάρκετινγκ
- ✓ Μέλος του Κέντρου Προστασίας Καταναλωτή
- ✓ Μέλος του Συλλόγου παιδιών με δυσλεξία

- ✓ Μέλος του Συλλόγου παιδιών με αυτισμό
- ✓ Ομιλίες στην τοπική κοινωνία της Καβάλας και σε σχολεία της
- ✓ Εθελοντική εργασία στην εκκλησία για τα συσσίτια για τους φτωχούς
- ✓ Συγγραφή εκλαϊκευμένων άρθρων (9)
- ✓ Δωρήτρια στις εκκλησίες που οργανώνουν συσσίτιο για τους φτωχούς της οικονομικής κρίσης
- ✓ Δωρητής στο παιδικό χωριό SOS