
ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Δρ. Μαρία Σαλαμούρα

Επίκουρη Καθηγήτρια Τμήμα
Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σχολής
Επιστημών της Διοίκησης,
Πανεπιστημίου Αιγαίου

Χίος, 2025

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	2
2. ΣΠΟΥΔΕΣ	2
3. ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΝΟΙΚΤΗ ΚΑΙ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	3
4. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	3
5. ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΓΝΩΣΕΙΣ Η/Υ	3
6. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ	3
1. ΣΕ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (2008-σήμερα)	3
2. ΣΕ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (2008-σήμερα)	8
3. ΣΤΗΝ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (2016-σήμερα)	9
4. ΛΟΙΠΗ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ	11
7. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ	11
1. ΔΙΑΤΡΙΒΗ	11
2. ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ	12
3. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ 12	
4. ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ	13
5. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ	14
6. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ ..	18
7. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	19
8. ΛΟΙΠΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	19
8. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ	20
9. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	24
10. ΛΟΙΠΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	26
11. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	30
12. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΛΗΝ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗΣ	31
13. ΜΕΛΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΩΝ	32

Δρ. Μαρία Σαλαμούρα: Βιογραφικό Σημείωμα

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ Τμήμα

Διοίκησης Επιχειρήσεων

🏠 Μιχάλων 8, 82132, Χίος

☎ +30 22710 35150

☎: +30 22710 35099

✉ m.salamoura@aegean.gr

🌐 <https://www.linkedin.com/in/maria-salamoura/>

1. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

ΕΠΩΝΥΜΟ:	Σαλαμούρα
ΟΝΟΜΑ:	Μαρία
ΟΝΟΜΑ ΠΑΤΡΟΣ:	Αθανάσιος
ΤΟΠΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ:	Πάτρα
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:	Έγγαμη με δύο παιδιά

2. ΣΠΟΥΔΕΣ

- 2006: Διδακτορικό Δίπλωμα στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Μάρκετινγκ από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου, με τίτλο:
 - “Μελέτη της σχέσης μεταξύ της αποδοχής ενός νέου προϊόντος και επιλεγμένων παραγόντων που την επηρεάζουν”.Βαθμός: Άριστα
- 1995: Πτυχίο Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, Πανεπιστημίου Αιγαίου.
Βαθμός: Λίαν καλώς

3. ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΝΟΙΚΤΗ ΚΑΙ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- ☐ Πιστοποίηση κατόπιν αξιολόγησης στο Διαδικτυακό Σεμινάριο Επιμόρφωσης Διδασκόντων του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, που διοργανώθηκε από τη Μονάδα Εσωτερικής Αξιολόγησης και Επιμόρφωσης (ΜΕΑΕ) με αντικείμενο την ΑΝΟΙΚΤΗ & ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (13-11-2017 έως 02/02/2018).

4. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ

- ☐ Διαδικτυακό σεμινάριο Grow with Google στις παρακάτω θεματικές ενότητες:
 - ☐ “Βασικές Αρχές Ψηφιακού Μάρκετινγκ”
 - ☐ “Διαφήμιση στο Διαδίκτυο μέσω των Google Ads”
 - ☐ “Βασικές Αρχές Web Analytics”
 - ☐ “Δημιουργία Πλάνου Ψηφιακού Μάρκετινγκ”
- ☐ Διαδικτυακό σεμινάριο ψηφιακών δεξιοτήτων του Grow with Google Tourism Online.

5. ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ & ΓΝΩΣΕΙΣ Η/Υ

- ☐ Αγγλικά (Certificate of Proficiency in English)
- ☐ Microsoft Windows, Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Internet, SPSS.

6. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

1. ΣΕ ΠΡΟΠΤΥΧΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (2008-σήμερα)

1.1 Ανάθεση των παρακάτω μαθημάτων ως μέλους ΔΕΠ του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου στο γνωστικό αντικείμενο Διοίκηση Μάρκετινγκ (ΦΕΚ Διορισμού: 2723/26.10.2022, τ. Γ’):

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2024-2025, 2023-2024

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- ☐ “Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Έρευνα Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2022-2023

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Έρευνα Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

1.2 Ανάθεση των παρακάτω μαθημάτων ως μέλους Ε.Δι.Π. της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου στο γνωστικό αντικείμενο Διοίκηση Μάρκετινγκ (ΦΕΚ Διορισμού: Β' 2028 , 25 Ιουλίου 2014):

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2022-2023

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- ☐ Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2021-2022

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- ☐ Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Έρευνα Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία-συνδιδασκαλία με το Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού)
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2020-2021 (με τη χρήση του λογισμικού τηλεκπαίδευσης zoom)

Χειμερινό εξάμηνο:

- “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

Εαρινό εξάμηνο:

- “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Αγοράς” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Τουριστικής Αγοράς (αυτοδύναμη διδασκαλία)

□ Ακαδημαϊκά έτη 2018-2019, 2019-2020

Χειμερινό εξάμηνο:

- “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

Εαρινό εξάμηνο:

- “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Αγοράς” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

□ Ακαδημαϊκό έτος 2019-2020

Εαρινό εξάμηνο:

- “Έρευνα Τουριστικής Αγοράς (αυτοδύναμη διδασκαλία)

□ Ακαδημαϊκά έτη 2016-2017, 2017-2018

Χειμερινό εξάμηνο:

- “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Μάρκετινγκ Χρηματοπιστωτικών Υπηρεσιών” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

- Συμμετοχή στο πλαίσιο της Δράσης KA1 Μαθησιακή Κινητικότητα Ατόμων που παρέχεται στο Διδακτικό Προσωπικό των Ιδρυμάτων Ανώτατης Εκπαίδευσης για διδασκαλία με το πρόγραμμα ERASMUS+ Mobility of Staff in higher education - Staff mobility for teaching and training activities', University of Applied Management, Department of Business Administration, 19-21 Σεπτεμβρίου 2017, Erding, Germany, με τις ακόλουθες διαλέξεις:

- Economy, Society and Marketing: Marketing's Value to Consumers, Firms, and Society.

- Marketing Research: Improving Decisions with Marketing Information.
- Market Segmentation, Targeting and Positioning.
- Marketing Mix: the four P's (Product, Price, Promotion, Physical Evidence).

Εαρινό εξάμηνο:

- “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Αγοράς” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).

□ Ακαδημαϊκό έτος 2015-2016

Χειμερινό εξάμηνο:

- “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Μάρκετινγκ Χρηματοπιστωτικών Υπηρεσιών” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Οργανωσιακή Συμπεριφορά” (συνδιδασκαλία)

Εαρινό εξάμηνο:

- “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Αγοράς” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας” (αυτοδύναμη διδασκαλία).
- “Διαχείριση Ανθρωπίνων Πόρων” (συνδιδασκαλία).

□ Ακαδημαϊκό έτος 2014-2015

Χειμερινό εξάμηνο:

- “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Μάρκετινγκ Χρηματοπιστωτικών Υπηρεσιών” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Μέθοδοι Κοινωνικών Ερευνών” (συνδιδασκαλία)

Εαρινό εξάμηνο:

- “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)
- “Έρευνα Αγοράς” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

- ☐ “Επιχειρησιακή Επικοινωνία” (συνδιδασκαλία)

1.3 Σειρά διαλέξεων, στα πλαίσια των παρακάτω μαθημάτων:

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2013-2014

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Έρευνα Αγοράς”

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Μάρκετινγκ Χρηματοπιστωτικών Υπηρεσιών”
- ☐ “Διοίκηση & Στρατηγικός Σχεδιασμός Μάρκετινγκ”

1.4 Αυτοδύναμη διδασκαλία με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου ορισμένου χρόνου, σε εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 5, Π.Δ. 407/80, με μισθολογική αντιστοιχία Λέκτορα, στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, των παρακάτω μαθημάτων:

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2012-2013

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας”

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Συμπεριφορά Καταναλωτή”
- ☐ “Έρευνα Αγοράς”

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2011-2012

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Τουριστικό Μάρκετινγκ”

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2010-2011

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας”

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Συμπεριφορά Καταναλωτή”
- ☐ “Έρευνα Αγοράς”

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2009-2010

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας”
- ☐ “Τουριστικό Μάρκετινγκ”

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Συμπεριφορά Καταναλωτή”
- ☐ “Διοίκηση Πωλήσεων”

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2008-2009

Χειμερινό εξάμηνο:

- ☐ “Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ”
- ☐ “Διοίκηση Πωλήσεων”

Εαρινό εξάμηνο:

- ☐ “Συμπεριφορά Καταναλωτή”

2. ΣΕ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ (2008-σήμερα)

2.1 Ανάθεση των παρακάτω μαθημάτων ως μέλους Ε.Δι.Π. της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου:

- ☐ Ακαδημαϊκά έτη 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021 (με τη χρήση του λογισμικού τηλεκπαίδευσης zoom), 2021-2022 (χειμερινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου “Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – ΠΜΣ MBA”:

- ☐ “Διοίκηση Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2014-2015 (εαρινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου “Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – ΠΜΣ MBA”:

- ☐ “Διεθνής Διοίκηση Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

2.2 Διδάσκουσα με σύμβαση ανάθεσης έργου (εξωτερικός συνεργάτης), στο πλαίσιο του έργου “Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – ΠΜΣ MBA” του Πανεπιστημίου Αιγαίου, των παρακάτω μαθημάτων:

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 (χειμερινό εξάμηνο):

- ☐ “Διοίκηση Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

- ☐ Ακαδημαϊκό έτος 2013-2014 (εαρινό εξάμηνο):

- ☐ “Διεθνής Διοίκηση Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

☐ Ακαδημαϊκά έτη 2011–2012, 2012–2013 (χειμερινό εξάμηνο):

☐ “Διοίκηση Μάρκετινγκ” (συνδιδασκαλία)

2.3 Διδάσκουσα με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου ορισμένου χρόνου, σε εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 5, Π.Δ. 407/80, με μισθολογική αντιστοιχία Λέκτορα, στο Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών “Σχεδιασμός, Διοίκηση & Πολιτική του Τουρισμού”, στο παρακάτω μάθημα:

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2008–2009 (εαρινό εξάμηνο):

☐ “Τουριστικό Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία)

3. ΣΤΗΝ ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ (2016–σήμερα)

3.1 Ανάθεση των παρακάτω μαθημάτων ως μέλους ΔΕΠ του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου:

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2024-2025, 2023-2024, 2022-2023 (χειμερινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου “Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – MBA”

☐ “Διοίκηση Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία), σε περιβάλλον μικτής διαδικασίας μάθησης με πρότυπες συνδυαστικές μορφές εκπαίδευσης, που περιλαμβάνουν δια ζώσης διαλέξεις αλλά και μέσα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης με αξιοποίηση σχετικής πλατφόρμας.

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2024-2025, 2023-2024, 2022-2023 (εαρινό εξάμηνο, Γ' κύκλος): στο πλαίσιο του έργου “Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη - Executive MBA”

☐ “Μάρκετινγκ” (αυτοδύναμη διδασκαλία), με τη χρήση σύγχρονων μεθόδων εκπαίδευσης.

☐ Ακαδημαϊκό έτος 2024-2025, 2023-2024, 2022-2023 (εαρινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου “Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας”

☐ “Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας” (συνδιδασκαλία), σε περιβάλλον μικτής διαδικασίας μάθησης με πρότυπες συνδυαστικές μορφές εκπαίδευσης, που περιλαμβάνουν δια ζώσης διαλέξεις αλλά και μέσα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης με αξιοποίηση σχετικής πλατφόρμας

3.2 Ανάθεση των παρακάτω μαθημάτων ως μέλους Ε.Δι.Π. της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης, του Πανεπιστημίου Αιγαίου:

- Ακαδημαϊκά έτη 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021, 2021-2022 (εαρινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών & Επιχειρήσεων Φιλοξενίας»:
 - “Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας” (συνδιδασκαλία), σε περιβάλλον μικτής διαδικασίας μάθησης με πρότυπες συνδυαστικές μορφές εκπαίδευσης, που περιλαμβάνουν δια ζώσης διαλέξεις και ηλεκτρονικές διαδικασίες σύγχρονης μάθησης, με τη χρήση περιβάλλοντος τηλεκπαίδευσης (Moodle) και λογισμικού τηλεκπαίδευσης BIGBLUEBUTTON (BBB) και zoom.
- Ακαδημαϊκά έτη 2016-2017, 2017-2018 (χειμερινό εξάμηνο): στο πλαίσιο του έργου Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός, Διοίκηση & Πολιτική του Τουρισμού»:
 - “Μάρκετινγκ στον Τουρισμό και την Φιλοξενία” (συνδιδασκαλία), σε περιβάλλον μικτής διαδικασίας μάθησης με πρότυπες συνδυαστικές μορφές εκπαίδευσης, που περιλαμβάνουν δια ζώσης διαλέξεις και ηλεκτρονικές διαδικασίες σύγχρονης μάθησης, με τη χρήση περιβάλλοντος τηλεκπαίδευσης (Moodle) και λογισμικού τηλεκπαίδευσης BIGBLUEBUTTON (BBB).

3.3 Συνεργαζόμενο εκπαιδευτικό προσωπικό (μέλος ΣΕΠ) στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

- Ακαδημαϊκό έτος 2022-2023 έως σήμερα: Προπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκηση Τουρισμού (ΔΙΤ) – Εξαμηνιαίο
 - Τουριστικό Μάρκετινγκ (ΔΙΤ53), σε ένα περιβάλλον εξ’ αποστάσεως εκπαίδευσης με τη χρήση εκπαιδευτικής πλατφόρμας και του Microsoft Teams.
- Ακαδημαϊκό έτος 2017-2018: Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΔΤΕ) – Ετήσιο
 - Τουριστικό Μάρκετινγκ Φορέων, Οργανώσεων και Επιχειρήσεων ΘΕ ΔΤΕ61, σε ένα περιβάλλον εξ’ αποστάσεως εκπαίδευσης με τη χρήση εκπαιδευτικής πλατφόρμας και του Skype for Business.

- Ακαδημαϊκά έτη 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020: επίβλεψη και εξέταση διπλωματικών εργασιών.

4. ΛΟΙΠΗ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

- Ακαδημαϊκό έτος 2001-2002: σειρά διαλέξεων ως υποψήφια διδάκτορας, στο προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, στα πλαίσια των παρακάτω μαθημάτων:
 - “Έρευνα Αγοράς”
 - “Διοίκηση Πωλήσεων”
 - “Μάρκετινγκ Β”
 - “Διαφήμιση”.
- Ακαδημαϊκά έτη 1999-2000 και 2000-2001: Παροχή υποστηρικτικού έργου ως υποψήφια διδάκτορας, στο προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων, στα πλαίσια των εργαστηρίων των παρακάτω μαθημάτων:
 - “Εισαγωγή στην Ανάλυση Δεδομένων”.
 - “Εισαγωγή στις Εφαρμοσμένες Μεθόδους Στατιστικής”.
- Ιούνιος – Σεπτέμβριος 2000: Εκπαιδύτρια στο πρόγραμμα συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης “Βασικές Εφαρμογές Πληροφορικής”, που διοργανώθηκε από το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης του Πανεπιστημίου Αιγαίου, στα πλαίσια του ΠΕΠ Βορείου Αιγαίου.
- Μάιος - Ιούνιος 1998: Εκπαιδύτρια με αντικείμενο την Πληροφορική, στο σεμινάριο “Εκπαίδευση στα φύλλα υπολογισμών Microsoft Excel '95”, που διοργανώθηκε από την Νομαρχιακή Επιτροπή Λαϊκής Επιμόρφωσης Χίου.
- Μάιος - Ιούλιος 1997 & Φεβρουάριος - Απρίλιος 1998: Εκπαιδύτρια με αντικείμενο την Πληροφορική, στο σεμινάριο “Εκπαίδευση στον επεξεργαστή κειμένου Word for Windows '95”, που διοργανώθηκε από την Νομαρχιακή Επιτροπή Λαϊκής Επιμόρφωσης Χίου.

7. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

1. ΔΙΑΤΡΙΒΗ

1. Σαλαμούρα, Μ. (2006), “Μελέτη της σχέσης μεταξύ της αποδοχής ενός νέου προϊόντος και επιλεγμένων παραγόντων που την επηρεάζουν”, Διδακτορική Διατριβή, Χίος: Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημίου Αιγαίου.

2. ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ

1. Σιώμοκος, Γ. και ά., (2025), Μάρκετινγκ: από τις βασικές αρχές στις σύγχρονες προκλήσεις, 2^η έκδ. Σειρά: Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος, ISBN: 978-960-645-792-0.
2. Σιώμοκος, Γ. και ά., (2024), Μάρκετινγκ: από τις βασικές αρχές στις σύγχρονες προκλήσεις, Σειρά: Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος, ISBN: 978-960-645-650-3.
3. Solomon M.R., Marshall G.W. and Stuart E.W. (2021), «Μάρκετινγκ: αληθινοί άνθρωποι, αληθινές επιλογές», 10^η έκδ., επιστημονική επιμέλεια: Αλέξανδρος Αποστολάκης, Μάρκος Κουργιαντάκης, Μαρία Σαλαμούρα, Αθήνα: Εκδόσεις Τζιόλα, ISBN 13: 978-0-13-5199893.
4. Λυμπερόπουλος Κ., Τζαναβάρας Β., Σαλαμούρα Μ. (2015), «Στρατηγικές Διεθνούς και Εξαγωγικού Μάρκετινγκ», [ηλεκτρ. βιβλ.], ISBN: 978-960-603-211-0, Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/1552>

3. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. Salamoura M., Kyriakaki A. and Krasanaki V., (in press), Linking local business networks to brand image and place branding: the case of “Cretan Hands”, Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, Special Issue "Tourism Marketing in the Era of Economic Crisis", p. X.
2. Skapinaki, A. and Salamoura, M. (2020), Investigating Primary School Quality Using Teachers' Self-Efficacy and Satisfaction, Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing, 6(1), pp.17-24. Διαθέσιμο στο: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3603340>
3. Salamoura, M. and Voxaki, V. (2020). Improving Air Passengers' Experience During Flight Disruption: The Case of Enforcing the Denied Boarding Regulations (DBRs) at Chios Airport “Omiros”. Journal of Air Transport Studies. 11, 1 (Jan. 2020), 11-30. DOI: <https://doi.org/10.38008/jats.v11i1.152>
4. Salamoura, M., Chaniotakis, I. and Lympieropoulos, C. (2017), Enhancing Airlines Passengers' Satisfaction through service quality: the importance of the “human factor”, Journal of Air Transport Studies,

Volume 8, Number 2, Summer 2017, pp.54-69. Διαθέσιμο στο:
<https://doi.org/10.38008/jats.v8i2.32>

5. Salamoura M., Angelis V., Kehagias J. and Lymperopoulos C. (2008), “Investigating the “New Product Acceptance Function” in Greek enterprises: The Quality – Accessibility Relationship”, *Managing Service Quality, Special Issue “Service quality and Customer Relationship Management: interrelationships and implications”*, Vol.18: No.5, pp.425-441, ISSN:0960-4529, DOI: [10.1108/09604520810898811](https://doi.org/10.1108/09604520810898811)
6. Angelis, V. and Salamoura, M. (2001), “Definition and quantification of the tourism product's quality: theoretical analysis and practical applications”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.12:No1, pp.43-52, Online ISSN: 2156-6909, DOI: [10.1080/13032917.2001.9686998](https://doi.org/10.1080/13032917.2001.9686998)

4. ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΣΕ ΣΥΛΛΟΓΙΚΟΥΣ ΤΟΜΟΥΣ

1. Kyriakaki, A., Stergiou, C. and Salamoura M. (2025), “Fashion shows in cultural venues and sites and tourism destination attractiveness. An empirical investigation”, in: Valeri, M. *Fashion and Tourism: Transforming Destinations and Shaping Experiences*, Springer (in press).
2. Salamoura M., Chatzigeorgiadis L. and Kyriakaki A. (2025), “Understanding the Importance of Digital Marketing Techniques for Wine Travelers: the Case of Northern Greece Wineries”, In: Kavoura, A., Briciu, VA., Briciu, A. (eds) *Strategic Innovative Marketing and Tourism. ICSIMAT 2024. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-81962-9_42
3. Salamoura, M., Partsali, I., Kyriakaki, A. (2024). Investigating Greek Consumers' Intentions Toward Green Hotels: An Application of an Extended “Values Beliefs Norms” Model. In: Mavri, M., Ikouta Mazza, P., Karasavvoglou, A., Polychronidou, P. (eds) *Economic Growth, Prosperity and Sustainability in the Economies of the Balkans and Eastern European Countries. EBEEC 2023. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham, pp.313-333. ISBN:978-3-031-58437-4. Διαθέσιμο στο: https://doi.org/10.1007/978-3-031-58437-4_17

4. Salamoura M., Giannopoulos A., Moumouri F. (2020) Tourists' Perceptions and Intended Behavior Thanks to Celebrity Endorsement: Antetokounmpo Invites You to Santorini with Aegean Airlines. In: Kavoura A., Kefallonitis E., Theodoridis P. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, pp.871-879. ISBN: 978-3-03-036126-6. Διαθέσιμο στο: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-36126-6_96
5. Salamoura M., Ntamposis V., Gaki E. (2020) The Implementation of Internal Marketing in Public Sector Organizations: The Case of Job Satisfaction at Chios Police Department. In: Kavoura A., Kefallonitis E., Theodoridis P. (eds) Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham, pp.861-870. ISBN: 978-3-03-036126-6. Διαθέσιμο στο: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-36126-6_95
6. Salamoura, M. and Voxaki, V. (2019), Understanding Aviation Consumers' Experience at the Time of Their Journeys: The Use of the Denied Boarding Regulations (DBRs) at Chios Airport, in: Kavoura, A. Kefallonitis, E. and Giovanis, A. (Eds), Strategic Innovative Marketing and Tourism: Springer Proceedings in Business and Economics, Springer, pp.207-215, ISBN: 978-3-030-12453-3. Διαθέσιμο στο: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-12453-3_24

5. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. Soureli M., Chaniotakis I. and Salamoura M. (2025), "The Negative Impact of Perceived Risk on Neobanks' Adoption" 2025 Global Marketing Conference at Hong Kong Proceedings "Marketing & Management Transformation in the Age of Digital Challenges": 835-836 (July 24-27, 2025). Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.15444/GMC2025.10.08.01>
2. Soureli M., Chaniotakis I. and Salamoura M. (2023), "The Impact of Attitudes Towards Advertising on Vaccine Acceptance: the Case of Covid-19", Bringing the Soul Back to Marketing, Proceedings of the 2023 AMS World Marketing Congress, Canterbury, UK, July 11–14, 2023, Διαθέσιμο στο: <https://static1.squarespace.com/static/648893d9cbee3c0b58b73264/t/>

[65099ea953ccd40981d45a1f/1695129257762/2023+WMC+Proceedings+Abstracts+Updated.pdf](https://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2022-107315.pdf)

3. Soureli M., Chaniotakis I. and Salamoura M. (2022), Consumer perceptions and personal characteristics that affect the adoption of m-health applications. Proceedings of the European Marketing Academy, 51st, (107315). Διαθέσιμο στο:
<https://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2022-107315.pdf>
4. Soureli M., Chaniotakis I. and Salamoura M. (2021), “Smartphone users’ intention to accept apps permission requests for personal data sharing: the key role of social influence and impulse downloading”, Proceedings of the European Marketing Academy, 50th, (93190), Διαθέσιμο στο:
<http://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2021-93190.pdf>
5. Koutsogiannis C. and Salamoura M. (2021), The role of local government in destination brand image: the case of Municipality of Nafpaktia, in: Christou, E., Fotiadis, A. and Alexandris, K. (Eds), Tourman 2021 Book of Abstracts, “Restarting tourism, travel and hospitality: The day after”, 21-23 May 2021, Virtual Conference Proceedings, pp. 1031-1033, ISBN: 978-618-84798-9-0. Διαθέσιμο στο:
https://www.tourman.gr/files/TOURMAN2021_BOOK_OF_ABSTRACTS.pdf
6. Soureli M., Chaniotakis I., Salamoura M. (2020), To opt in or out? – The impact of perceived benefits and loyalty on GDPR consent to personal data collection and profiling in a retail chain store. Proceedings of the European Marketing Academy, 49th, (61736). Διαθέσιμο στο:
<http://proceedings.emac-online.org/pdfs/A2020-61736.pdf>
7. Salamoura M. and Noomene C.G. (2020), “Investigating wine consumers’ behavior: the case of different generations and purchase goals in Greece”, in: Christos Sarmaniotis (Ed.), 8th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi) 2020, 11-13 September, Virtual Conference Proceedings, pp.89-94, ISBN: 978-618-84798-6-9. Διαθέσιμο στο:
http://iccmi2020.org/wp-content/uploads/ICCMi_2020_Conference_Proceedings.pdf
8. Krasanaki V., Salamoura M., and Kyriakaki A. (2020), “Using a local business network to enhance the brand image of a tourism destination:

- the case of “Cretan Hands”, in: Christos Sarmaniotis (Ed.), 8th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI) 2020, 11-13 September, Virtual Conference Proceedings, pp.44-49, ISBN: 978-618-84798-6-9. Διαθέσιμο στο: http://iccmi2020.org/wp-content/uploads/ICCMI_2020_Conference_Proceedings.pdf
9. Salamoura, M., Iakovaki, E. and Voxaki, V. (2018), Empirical Investigation of Air Passenger' Attitudes and Behavior Towards Flight Disruption Issues: The Implementation of Regulation (EC) 261/2004 (Passenger Rights), in: Christou, E., Alexandris, K. and Fotiadis, A. (Eds), Tourman 2018, “In search of excellence in tourism, travel & hospitality”, Rhodes, Greece, 25-28 October 2018, Conference Proceedings, pp.605-611, ISBN: 978-960-287-159-1. Διαθέσιμο στο: https://tourman.gr/files/TOURMAN_2018_Proceedings_Final.pdf
 10. Skapinaki, A. and Salamoura M. (2018), The contribution of self-efficacy and employee satisfaction as part of internal marketing in school quality: the case of primary education”, in: Christos Sarmaniotis & Gillian Wright (Eds), 6th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi) 2018, Athens, Greece, 27-29 June, pp.348-355, ISBN: 978-960-287-158-4, Διαθέσιμο στο: http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2018/ICCMi_2018_proceedings.pdf
(outstanding paper award)
 11. Salamoura, M. & Konstantas, G. (2017), "Place branding: the implementation of a successful marketing strategy to the case of Chios Island", in: Christos Sarmaniotis & Gillian Wright (Eds), 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi) 2017, Thessaloniki, Greece, 21-23 June, pp.256-263, ISBN: 978-960-287-156-0. Διαθέσιμο στο: http://www.mkt.teithe.gr/iccmi2017/ICCMi_2017_proceedings.pdf
 12. Salamoura, M. & Stavrinoudi, S. (2016), “Measuring outpatients' satisfaction in healthcare services: the case of General Hospital of Chios”, 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMi): June 22-24, 2016, Heraklion, Greece / co-organized by Alexander Technological Educational Institute (ATEI) of Thessaloniki, Department of Business Administration [and] Manchester Metropolitan University;

editors: Christos Sarmaniotis and Gillian Wright, pp.593-599, ISBN: 978-960-287-153-9 [Conference proceedings].

13. Varfis, E. and Salamoura, M. (2013), "The Role of Social Media Marketing In Tourism Consumer Behaviour: The Case Of Greek Bus Operators (GBOs)", 5th International Scientific Conference "Tourism Trends and Advances in the 21st Century", May 30th – June 2nd 2013, Island of Rhodes, Greece [Conference Proceedings].
14. Koufodontis N.I, Salamoura M. and Gaki, E. (2013), "Place Branding Strategies for Specific Regions: A Response to Overcome Economic Crisis", 5th International Scientific Conference "Tourism Trends and Advances in the 21st Century", May 30th – June 2nd 2013, Island of Rhodes, Greece [Conference Proceedings].
15. Gaki E., Salamoura M. and Koufodontis N.I. (2012), "Enhancing Tourism Product during Economic Crisis: Towards a More Efficient Place Marketing and Branding Strategy", 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference (AHTMMC), Corfu Island, Greece, 31 May - 3 June, ISBN: 978-960-287-139-3. Διαθέσιμο στο: <http://hotelsimulation.com/ahtmm/2012/Friday.html>
16. Lymperopoulos, C. and Salamoura, M. (2011), "The role of the internationalization of Greek Small and Medium Enterprises (SMEs) in the way out of the economic crisis", International Conference "Rethinking Business and Business Education in the age of crisis", Chios Island, Greece, 20-22 October [Conference Proceedings].
17. Karoulia S., Gaki E., Salamoura M., Angelis V. and Lymperopoulos C. (2011), "Determining the Factors Affecting Bank Customers' Satisfaction during the Economic Crisis: the Greek Case", International Conference "Rethinking Business and Business Education in the age of crisis", Chios Island, Greece, 20-22 October [Conference Proceedings].
18. Salamoura M., Lymperopoulos C., Gaki E. and Angelis V. (2011), "Service Quality and Students' Satisfaction in Business Schools: The Case of Greece", in 3rd BIC on Services Marketing "Servicing the Way out of the Economic Downfall: Exploring the Present and Future Role of Services", Çeşme, İzmir, Turkey, 07-09 September, pp.310-319 [Conference Proceedings].

19. Salamoura M. and Angelis V. (2008), “The Image of the Tourism Product: theoretical approach and applications”, 26th EuroCHRIE Congress “Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism”, Dubai, October 11-14 [Conference Proceedings].
20. Salamoura M., Angelis V., Kehagias J. and Lymperopoulos C. (2007), “Investigating the “New Product Acceptance Function”: The Quality – Accessibility Relationship”, 1st Biannual International Conference in Services Marketing “Strategic Developments in Services Marketing”, Chios, Greece, 27-29 September, ISBN: 978-960-7475-41-1 [Conference Proceedings].
21. Angelis V., Kehagias J., and Salamoura M. (2006), “Investigating New Product Acceptance: evidence from Greece”, AM 2006: Academy of Marketing Conference “Marketing Excellence”, Middlesex University Business School, London, UK, 4-6 July [Conference Proceedings].
22. Angelis V. and Salamoura M. (2000), “Defining and evaluating the image of the tourism product: the case of islands and specific destinations”, International Scientific Conference “Tourism on Islands and Specific Destinations”, University of the Aegean, Business School, Interdepartmental Course of Postgraduate Studies in Tourism Planning, Management & Policy, Chios Island, Hellas, December 14-16 [Conference Proceedings].

6. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ

1. Αυγουστάκης, Ε., Αυγουστάκης, Χ. Σαλαμούρα, Μ. (2018), Ο ρόλος του στρατηγικού σχεδιασμού μάρκετινγκ στις υπηρεσίες υγείας και πρόνοιας: Η περίπτωση του προγράμματος «Βοήθεια στο σπίτι», 1^ο Επιστημονικό Συνέδριο για την Ανάπτυξη της Χίου, Χίος, 5-7 Οκτωβρίου 2018.
2. Μπάη, Δ., Κυριακάκη, Α., Σαλαμούρα, Μ. (2018), “Η συμβολή ενός πολιτιστικού πόρου στην τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού. Η περίπτωση του Κάστρου της Χίου”, 1^ο Επιστημονικό Συνέδριο για την Ανάπτυξη της Χίου, Χίος, 5-7 Οκτωβρίου 2018.
3. Μαύρη, Μ., Αγγελής, Β., Γάκη, Ε., Κουφοδόνης, Ι. Σαλαμούρα, Μ., (2009), “Η Χρήση των ΣΔΙΤ στην Δημόσια Διοίκηση και την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση. Διεθνής και Ελληνική εμπειρία”, σε: Μακρυδημήτρης, Α.,

Μαρούδας Λ., Πραβίτα, Μ. Ηλ. (επιμ.), Σύγχρονες τάσεις στη διοικητική επιστήμη: "Νέα Δημόσια Διοίκηση, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Κοινωνία των Πολιτών: 2^ο Συνέδριο Διοικητικών Επιστημόνων: 11-13 Οκτωβρίου 2007, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος, Αθήνα: Σάκκουλας, σσ. 857-868, ISBN: 978-960-445-478-5.

4. Angelis V. and Salamoura M. (2006), "New Product Acceptance as a systemic tool of consumer behavior in modern enterprises", Proceedings Volume, 2nd National Conference of the Hellenic Society of Systemic Studies, Chios, Greece, 25-27 May [Conference Proceedings].

7. ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

- Επιμέλεια του Conference Proceedings (Book Of Abstracts) του 1st Biannual International Conference "Strategic Developments in Services Marketing", 27-29 September 2007, Chios Island, Greece: University of the Aegean, ISBN: 978-960-7475-41-1.

8. ΛΟΙΠΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

- Σαλαμούρα, Μ. (2015), "Τουριστικό Μάρκετινγκ", εκπαιδευτικό υλικό στο πλαίσιο σεμιναρίων εκπαίδευσης εξ' αποστάσεως στη Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Διαχείριση Προορισμών, "Εκπαιδεύοντας στον Τουρισμό".
- Σαλαμούρα, Μ. Διδακτικές Σημειώσεις για τα παρακάτω μαθήματα των αντίστοιχων τμημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου:

1. ΤΔΕ

- Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ (2008-),
- Διοίκηση Πωλήσεων (2008-2010),
- Συμπεριφορά Καταναλωτή (2008-2013),
- Στρατηγικές Προβολής και Επικοινωνίας (2009-),
- Τουριστικό Μάρκετινγκ (2009-2012),
- Έρευνα Αγοράς (2010-).

2. ΤΟΔΙΤ

- Έρευνα Τουριστικής Αγοράς (2020-).

3. MBA

- Διοίκηση Μάρκετινγκ (2011-),
- Διεθνής Διοίκηση Μάρκετινγκ (2013-2015).

4. EMBA

- Μάρκετινγκ (2022-)

5. ΔΠΜΣ

- Τουριστικό Μάρκετινγκ (2008-2009),
- Μάρκετινγκ στον Τουρισμό και την Φιλοξενία (2016-2018),
- Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών και Επιχειρήσεων Φιλοξενίας (2018-).

8. ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Αναφορά στη δημοσίευση: Skapinaki, A. and Salamoura, M. (2020), Investigating Primary School Quality Using Teachers' Self-Efficacy and Satisfaction, Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing, 6(1), pp.17-24. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3603340>.
- Gedvilienė, G. (2020). Social interactivity dimensions in activities of students in higher education - In: Journal of Contemporary Education, Theory & Research 4, 1, S. 33-37 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-193128 - DOI: 10.5281/zenodo.3769753
- Oikonomidou, M. and Konstantinidis, I. (2020). The Effect of Administrative Actions on Satisfaction of Primary and Secondary Public School Principals (May 30, 2020). Journal of Contemporary Education Theory & Research (JCETR), 2020, Vol. 4, No. 1, pp. 21-27, DOI: 10.5281/zenodo.3769323, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3748661>
- Trichas, P.-C. & Avdimiotis, S. (2020). Leadership styles in special education. Journal of Contemporary Education Theory & Research, 4(1), 3-7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3769219>
- Sundas Khabirr, Aleen Fatima (2020), Relationship Between Teacher Satisfaction and Quality Education At College Level In Rawal Pindi Division : A Review Paper, Dinasti International Journal of Digital Business, Volume 2, Issue 1, December 2020, DOI: <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i1>
- Lukoševičiūtė-Noreikienė, I. (2020). Open learning model architecture in higher education. Journal of Contemporary Education Theory & Research, 4(1), 28-33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3769692>

- Johnson, Catherine and McLaughlin, James (2020): Tourism branding and promotion: A critical approach. Published in: International Journal of Tourism Studies, Vol. 21, No. 2 (7 May 2020): pp. 116-128.
- A Sadiq, MMS Akhter (2020), Relationship between Teacher Satisfaction and Quality Education at College Level in Lahore Division, Pakistan Social Sciences Review, December, Vol. 4, No. IV [01-15]
- Apostolou, George; Papatsimpas, Achilleas; Gounas, Athanasios; Gouna, Ourania (2020): Assessing students' and parents' satisfaction and expectations from secondary education services in Greece - In: Journal of Contemporary Education, Theory & Research 4, 1, S. 14-20 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-192933 - DOI: 10.5281/zenodo.3769264
- Αναφορά στη δημοσίευση: Salamoura M. and Angelis V. (2008), "The Image of the Tourism Product: theoretical approach and applications", 26th EuroCHRIE Congress "Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism", Dubai, October 11-14 [Conference Proceedings].
- Saffarian, Amir and Shams, Fereidoon (2011), "Identifying Required Data for a Successful Dynamic Packaging System", 2009 International Conference on Machine Learning and Computing, IPCSIT vol.3 (2011), IACSIT Press, Singapore.
- Choeichuenjit, K., Sapsanguanboon, W. (2012), Foreign Tourists' Demand on Thai Cultural Tourism Supply Chain, Journal of Thai Hospitality, 9(2) 2014, 74-85, <http://www.tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m9b2/74-85.pdf>
- Pansuwan, A. (2014). Determinants of Tourist Expenditure in Travel Package during Travel Fair" the 23rd Discovery Thailand 2011 and Discovery World 2011" at Impact Muang thong Thani. Review of Integrative Business and Economics Research, 3(2), 281.

- Du, S. (2015). Chinese Tourists'loyalty Toward Destination Image Study In Thailand. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/848>.
- Gugushvili, T. Salukvadze, G., Salukvadze, J. (2019). "Has Traditional Georgian Hospitality Been Sustained Under Tourism Development? Evidence from the High-Mountain Regions of Georgia," Mountain Research and Development, 39(4), R20-R26.
- Αναφορά στη δημοσίευση: Salamoura M., Angelis V., Kehagias J. and Lymperopoulos C. (2008), "Investigating the "New Product Acceptance Function" in Greek enterprises: The Quality – Accessibility Relationship", Managing Service Quality, Special Issue "Service quality and Customer Relationship Management: interrelationships and implications", Vol.18: No.5, pp.425-441, ISSN: 0960-4529, DOI: [10.1108/09604520810898811](https://doi.org/10.1108/09604520810898811)
- Sigala, Marianna (2008), "Service quality and customer relationship management: interrelationships and implications" (guest editorial), Managing Service Quality, Vol.18: No.5, pp.421-424.
- Salamoura, Maria & Angelis, Vasilis (2008), "The Image of the Tourism Product: theoretical approach and applications", 26th EuroCHRIE Congress "Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism", Dubai, October 11-14 [Conference Proceedings].
- Lado N., Cesaroni F., Maydeu-Olivares A., Ho H.C. (2015) Co-Branding Strategies Applied to High-Tech Products and Luxury Brands: A Cross-Cultural Perspective. In: Dato-on M. (eds) The Sustainable Global Marketplace. Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.
- Juma Bananuka, Twaha Kigongo Kaawaase, Musa Kasera, Irene Nalukenge, (2019) "Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda", ISRA International Journal of Islamic Finance, <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>.
- Αναφορά στις δημοσιεύσεις:

- Angelis V., Kehagias J., and Salamoura M. (2006), “Investigating New Product Acceptance: evidence from Greece”, AM 2006: Academy of Marketing Conference “Marketing Excellence”, Middlesex University Business School, London, UK, 4-6 July [Conference Proceedings].
- Angelis V. and Salamoura M. (2000), “Defining and evaluating the image of the tourism product: the case of islands and specific destinations”, International Scientific Conference “Tourism on Islands and Specific Destinations”, University of the Aegean, Business School, Interdepartmental Course of Postgraduate Studies in Tourism Planning, Management & Policy, Chios Island, Hellas, December 14-16 [Conference Proceedings].
 - Salamoura M., Angelis V., Kehagias J. and Lymperopoulos C. (2008), “Investigating the “New Product Acceptance Function” in Greek enterprises: The Quality – Accessibility Relationship”, Managing Service Quality, Special Issue “Service quality and Customer Relationship Management: interrelationships and implications”, Vol.18: No.5, pp.425-441, ISSN: 0960-4529, DOI: [10.1108/09604520810898811](https://doi.org/10.1108/09604520810898811)
 - Salamoura M. and Angelis V. (2008), “The Image of the Tourism Product: theoretical approach and applications”, 26th EuroCHRIE Congress “Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism”, Dubai, October 11-14 [Conference Proceedings].
- 7. Αναφορά στη δημοσίευση: Angelis, V. and Salamoura, M. (2001), “Definition and quantification of the tourism product's quality: theoretical analysis and practical applications”, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Vol.12:No1, pp.43-52, Online ISSN: 2156-6909, DOI: [10.1080/13032917.2001.9686998](https://doi.org/10.1080/13032917.2001.9686998)
 - ÇİMEN, H. TURİZM İŞLETMECİLİĞİ EĞİTİMİ ANABİLİM DALI.
 - Dahiya, A., & Duggal, S. (2014). TRENDS AND PRACTICES IN HOSPITALITY AND TOURISM RESEARCH: A SELECTED

STUDY FROM INTERNATIONAL JOURNALS. International Journal of Hospitality & Tourism Systems, 7(1).

9. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

- 2025 Global Marketing Conference "Marketing & Management Transformation in the Age of Digital Challenges", July 24-27, Hong Kong (με παρουσίαση εργασίας)
- 11th International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism (ICSIMAT 2024), 24-30 October, Brasov, Romania (με παρουσίαση εργασίας)
- 2023 AMS World Marketing Congress, Canterbury, UK, July 11–14, 2023 (με παρουσίαση εργασίας)
- 15th International Conference Economies of the Balkan and Eastern European Countries – EBEEC, Chios, Greece. May 12-14, 2023. (με παρουσίαση εργασίας)
- 51st Annual EMAC Conference, Budapest, 24-27 May 2022. (με παρουσίαση εργασίας)
- 50th Annual EMAC Conference, Madrid, 20-25 May 2021, Virtual Conference (με παρουσίαση εργασίας)
- Tourman 2021, 4th International Scientific Conference “Restarting tourism, travel and hospitality: The day after”, 21-23 May 2021, Virtual Conference (με παρουσίαση εργασίας και moderator στο session Destination Marketing)
- 49th Annual EMAC Conference, Budapest, May 26-29, 2020, Virtual Conference (με παρουσίαση εργασίας)
- 8th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI) 2020 (με παρουσίαση εργασιών)
- 8th International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism, 8th IC-SIMAT, Chios, Greece, 2019 (με παρουσίαση εργασιών).
- 7th International Conference on Strategic Innovative Marketing and Tourism, 7th IC-SIMAT, Athenian Riviera, 2018 (με παρουσίαση εργασίας).
- 2nd International Scientific Conference Tourman 2018, “In search of excellence in tourism, travel & hospitality”, Rhodes, Greece, 25-28 October 2018 (με παρουσίαση εργασίας).

- 1st Scientific Conference for the Development of Chios Island, Chios, 5-7 October 2018 (με παρουσίαση εργασίας).
- 6th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI): June 27-29, 2018, Athens, Greece / co-organized by Alexander Technological Educational Institute (ATEI) of Thessaloniki, Department of Business Administration [and] Manchester Metropolitan University (με παρουσίαση εργασίας).
- 5th Aegean University Tourism Conference and 13th IMIC Conference Tourism: Trends, Prospects and Implications for Enterprises and Destinations, Santorini Island, Greece, 19-21 October 2017.
- 5th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI): June 21-23, 2017, Thessaloniki, Greece / co-organized by Alexander Technological Educational Institute (ATEI) of Thessaloniki, Department of Business Administration [and] Manchester Metropolitan University (με παρουσίαση εργασίας).
- 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI): June 22-24, 2016, Heraklion, Greece / co-organized by Alexander Technological Educational Institute (ATEI) of Thessaloniki, Department of Business Administration [and] Manchester Metropolitan University (με παρουσίαση εργασίας).
- 5th International Scientific Conference “Tourism Trends and Advances in the 21st Century”, May 30th – June 2nd 2013, Island of Rhodes, Greece (με παρουσίαση εργασιών).
- 2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference (AHTMMC), Corfu Island, Greece, 31 May - 3 June (με παρουσίαση εργασίας).
- International Conference “Rethinking Business and Business Education in the age of crisis” 20-22 October 2011, Chios Island, Greece (με παρουσίαση εργασιών).
- 3rd BIC on Services Marketing "Servicing the Way out of the Economic Downfall: Exploring the Present and Future Role of Services", 07-09 September 2011, Çeşme, İzmir, Turkey (με παρουσίαση εργασίας).
- 2nd Biennial International Conference on Services Marketing: “Orchestrating the Service Experience, Music to the Ear of Our Customers”, Thessaloniki, Greece, 4-6 November 2009 (με παρουσίαση εργασίας).

- 8th European Academic Conference on “Internal Auditing & Corporate Governance”, Chios Island, Greece, 21-23 April 2010.
- 26th EuroCHRIE Congress “Building a Legacy, Living the Dream: 2020 Vision for Hospitality and Tourism”, Dubai, October 11-14, 2008 (με παρουσίαση εργασίας).
- 17th Hellenic Conference of Academic Libraries “Academic Libraries as a measure of Institutional Quality Assessment”, Ioannina, Greece, 24-26 September 2008.
- 2^o Συνέδριο Διοικητικών Επιστημόνων “Σύγχρονες Τάσεις στη Διοικητική Επιστήμη: Νέα Δημόσια Διοίκηση, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Κοινωνία των Πολιτών”, Χίος, 11-13 Οκτωβρίου 2007 (με παρουσίαση εργασίας).
- 1st Biannual International Conference “Strategic Developments in Services Marketing”, University of the Aegean, Department of Business Administration and University of Glasgow, in collaboration with Greek Marketing Academy, Chios Island, 27-29 September 2007 (με παρουσίαση εργασίας).
- 2nd National Conference of the Hellenic Society of Systemic Studies, “Systemic Approaches in a Network of Enterprises – Organizations”, Hellenic Society of Systemic Studies and University of the Aegean, Chios, 25-27 May 2006 (με παρουσίαση εργασίας).
- International Conference “Managing Global Trends and Challenges in a Turbulent Economy”, University of the Aegean, Business School, Department of Business Administration, Chios, 13-15 October 2005.
- International Scientific Conference “Tourism on Islands and Specific Destinations”, University of the Aegean, Business School, Interdepartmental Course of Postgraduate Studies in Tourism Planning, Management & Policy, Chios Island, Greece, 14-16 December 2000 (με παρουσίαση εργασίας).
- 8^o Πανελλήνιο Συνέδριο Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών “Η Ακαδημαϊκή Βιβλιοθήκη ως εκπαιδευτική και ερευνητική μονάδα στην 3η χιλιετία”, Ρόδος, 20-22 Οκτωβρίου 1999.

10. ΛΟΙΠΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Επίβλεψη διπλωματικών και πτυχιακών εργασιών, στα πλαίσια:

- του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2008-σήμερα): πάνω από πενήντα έξι (56) (ολοκληρωμένες) και δεκατέσσερις (14) (σε εξέλιξη) πτυχιακές εργασίες. Ενδεικτικά αναφέρονται:
 - Μίσσιου Βερόνικα (2017), «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΞΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ».
 - Μπαλοδήμα Σταυρούλα (2012), «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: COSTA NAVARINO».
 - Παπαδοπούλου Μαρία (2019), «Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΧΟΛΙΚΗ ΑΓΩΓΗ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΓΟΝΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΑΙΔΙΚΟΥΣ ΣΤΑΘΜΟΥΣ ΤΟΥ ΝΠΔΔ ΔΗΜΟΥ ΧΙΟΥ».
 - Παραστατίδου Ελευθερία (2011), «Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΙΣ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ».
 - Σπαθούλα Κωνσταντίνα (2011), «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ ΩΣ ΣΤΟΙΧΕΙΟΥ ΤΟΥ ΜΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΗΝ ΕΙΚΟΝΑ ΕΝΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ».
- του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Τμήματος Οικονομικής και Διοίκησης στον Τουρισμό του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2020-σήμερα): δύο (2) ολοκληρωμένες και δύο (2) (σε εξέλιξη) πτυχιακές εργασίες,
- του μεταπτυχιακού προγράμματος “Στρατηγική Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών & Επιχειρήσεων Φιλοξενίας” του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2016-σήμερα): πάνω από πέντε (5) (ολοκληρωμένες) και τέσσερις (4) (σε εξέλιξη) διπλωματικές εργασίες. Ενδεικτικά αναφέρονται:
 - Κρασανάκη Βασιλεία, «ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (MARKETING PLAN) ΓΙΑ ΤΟΝ ΝΟΜΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ “ΚΡΗΤΙΚΑ ΧΕΡΙΑ” (CRETAN HANDS)».
 - Σαρμουσάκη Ευστρατία (2019), «Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΧΙΟΥ».

- Σταυράκη Αμαλία (2020), «ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ».
- του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – ΠΜΣ MBA του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2014-σήμερα): πλέον των τεσσάρων (4) (ολοκληρωμένες) και τέσσερις (4) (σε εξέλιξη) διπλωματικές εργασίες. Ενδεικτικά αναφέρονται:
 - Κωνσταντάς Γεώργιος (2015), «ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΟΠΟΥ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΧΙΟΥ».
 - Σταυρινούδη Σοφία (2015), «Η ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΑΣΘΕΝΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟΥ ΧΙΟΥ “ΣΚΥΛΙΤΣΕΙΟ”»
 - Σκαπινάκη Αθηνά (2016), «Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΑΥΤΟΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΧΙΟΥ».
 - Νταμπώσης Βίκτωρας (2018), «ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ ΠΟΥ ΥΠΗΡΕΤΕΙ ΣΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ ΧΙΟΥ»
- Του Μεταπτυχιακού Προγράμματος “Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη - Executive MBA” του Πανεπιστημίου Αιγαίου (2022-σήμερα): επτά (7) (ολοκληρωμένες) και δύο (2) (σε εξέλιξη) διπλωματικές εργασίες.
- του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη “Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων” της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (2017-σήμερα): δεκατέσσερις (14) διπλωματικές εργασίες (ολοκληρωμένες). Ενδεικτικά αναφέρονται:
 - Μπαμπούρη Δήμητρα (2019), «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ».
 - Μονοκρούσος Δημήτριος (2018), «ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΩΝ

ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΚΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ».

- Κουτσογιάννης Χρήστος (2020), «Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΟΥΣΑΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΝΑΥΠΑΚΤΙΑΣ».
- Κυριακοπούλου Ευφημία (2018), «ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΡΟΛΟΥ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΕΛΙΚΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΩΝ ΙΔΡΥΜΑΤΩΝ».
- Στέλλιος Σωκράτης (2020), «ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ BRANDING ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΤΡΙΓΩΝΟΥ ΛΕΥΚΑΔΑΣ-ΠΡΕΒΕΖΑΣ-BONΙΤΣΑΣ ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ».
- Επίβλεψη των εργασιών που εκπονήθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος «Πρακτική Άσκηση για την Τριτοβάθμια Εκπαίδευση του Πανεπιστημίου Αιγαίου» (μάθημα γενικής επιλογής - πέντε (5) δ.μ. (2015-σήμερα): είκοσι δύο (25) εργασίες πρακτικής άσκησης.
- Host professor σε διαλέξεις προσκεκλημένων καθηγητών με το πρόγραμμα ERASMUS+, τόσο στο πλαίσιο του προπτυχιακού (ΤΔΕ) όσο και του μεταπτυχιακού προγράμματος (MBA) του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Ειδικότερα:
 - 10ος 2019: dr. Attila Kovacs Transylvania University Brasov, Faculty of Sociology and Communication, Romania : “Leaders and Decisions”
 - 10ος 2018: dr. Attila Kovacs Transylvania University Brasov, Faculty of Sociology and Communication, Romania : “Leadership and Management”
 - 10ος 2017: Lec. Bahar Çelik, του Dumlupinar University στην Kütahya της Τουρκίας : “Analytic Hierarchy Process (AHP)”
 - 10ος 2017: Claudiu Coman and Victor Briciu του Transylvania University Brasov, Faculty of Sociology and Communication, Romania : “Mass Media and Communication”.
 - 5ος 2017: Prof. Dr. Doris Gutting του University of Applied Management, Erding, Germany : “Intercultural Marketing and Management”

- 5ος 2016: Alina Coman, Transylvania University Brasov, Faculty of Sociology and Communication, Romania : “Advertising and Gender”, “Brand Wheel”, “Lifestyle and Consumption”
- 10ος 2015: Florin Nechita, του Transylvania University Brasov, Faculty of Sociology and Communication, Romania : “Creativity in Advertising”
- 5ος 2014: Prof. Dr. Clemens Koob, του University of Applied Management, Erding, Germany: “The Active Marketing Approach”, “The power of Brands”.

11. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Οκτώβριος 2023-Φεβρουάριος 2024: Συμμετοχή στην ομάδα έργου του “Support Family Business (SFAB)” με βασικό αντικείμενο τη συμμετοχή στην υλοποίηση του πακέτου εργασίας "Dissemination", στα πλαίσια του ΠΕ: "Dissemination & Exploitation".
- Αύγουστος 2022-Δεκέμβριος 2022: Συμμετοχή στην ομάδα έργου του «Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Οικογενειακών Επιχειρήσεων (FAB)» με βασικό αντικείμενο τη συμμετοχή στην υλοποίηση του πακέτου εργασίας "Dissemination", στα πλαίσια του ΠΕ: "Dissemination & Exploitation".
- Ιανουάριος 2020-Σεπτέμβριος 2020: Συμμετοχή στην ομάδα έργου του «MSc course in Food Processing and Innovation / FOODI» της πράξης «Erasmus +, KA2 – Cooperation for innovation and the exchange of good practices – Capacity Building in the field of Higher Education», με βασικό αντικείμενο την ανάπτυξη των μαθημάτων “Consumer Behaviour” και “Strategic Food Marketing” με τη χρήση σύγχρονων τεχνικών διαδραστικής μάθησης.
- Ιανουάριος 2015-Σεπτέμβριος 2015: Συμμετοχή ως συν-συγγραφέας στην 4η Πρόσκληση "Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα για Οικονομικές, Πολιτικές, Κοινωνικές, Γεωπονικές Επιστήμες", των Ελληνικών Ακαδημαϊκών Ηλεκτρονικών Συγγραμμάτων και Βοηθημάτων www.kallipos.gr, μέσω της πρότασης «ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ».
- Αύγουστος 2007- Δεκέμβριος 2007: Συμμετοχή στο έργο «Συνέδριο: Στρατηγικές Ανάπτυξης στο Μάρκετινγκ Υπηρεσιών» (Δημοσιότητα και

επικοινωνία με Πανεπιστήμια και Φορείς, Διαχείριση Χορηγιών – Επιχορηγήσεων Συνεδρίου, Διαχείριση διαδικασίας υποβολής άρθρων από και προς κριτές / συνέδρους, Δημιουργία πρακτικών συνεδρίου - printed edition, Λοιπές εργασίες γραμματειακής και διοικητικής υποστήριξης).

- Μάιος 1998-Σεπτέμβριος 2001: Συμμετοχή ως επιστημονική ερευνήτρια στο πρόγραμμα με τίτλο “ΕΠΕΑΕΚ - Αναβάθμιση Βιβλιοθήκης Πανεπιστημίου Αιγαίου”.
- Αύγουστος – Δεκέμβριος 1998: Συμμετοχή ως επιστημονική ερευνήτρια στο ερευνητικό πρόγραμμα “Οικογενειακές Στρατηγικές Απασχόλησης και Αυτοαπασχόλησης στον Τουριστικό Τομέα της Χίου”.
- Μάιος – Οκτώβριος 1998: Συμμετοχή ως επιστημονική ερευνήτρια στο πρόγραμμα με τίτλο “ΕΠΕΑΕΚ-Προγράμματα Σπουδών-Συγγράμματα”, που αφορά στην Αναδόμηση, τον Εκσυγχρονισμό και τον Εμπλουτισμό των Προγραμμάτων Σπουδών με την εισαγωγή καινοτόμων μεθόδων διδασκαλίας, με τη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής.
- Νοέμβριος – Δεκέμβριος 1996: Συμμετοχή ως επιστημονική ερευνήτρια στο πρόγραμμα με τίτλο “Άρση της Απομόνωσης με Διαρκή και Αυτοσυντηρούμενη Ανάπτυξη: Δημιουργία Βάσης Δεδομένων για τα Μειονεκτικά Νησιά του Β. Αιγαίου”.
- Δεκέμβριος 1994 – Μάιος 1995: Συμμετοχή ως επιστημονική ερευνήτρια στο πρόγραμμα με τίτλο “Μελέτη Σχεδίου Οργανισμού και Εσωτερικού Κανονισμού Πανεπιστημίου Αιγαίου”.

12. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΠΛΗΝ ΤΗΣ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗΣ

- Μάιος 1998 – Ιούλιος 2014: ΠΕ Διοικητικού Οικονομικού, Πανεπιστήμιο Αιγαίου - Παράρτημα Βιβλιοθήκης Χίου (ΦΕΚ Διορισμού: 229/8.10.2001).
- Αύγουστος 2007 - Δεκέμβριος 2007: Υπεύθυνη Διοικητικής Υποστήριξης και μέλος της οργανωτικής επιτροπής του 1st Biannual International Conference “Strategic Developments in Services Marketing”, το οποίο διοργανώθηκε από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου και το Πανεπιστήμιο της Γλασκόβη, σε συνεργασία με την Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ, στη Χίο, από τις 27-29 Σεπτεμβρίου 2007.

- Οκτώβριος – Δεκέμβριος 1997: Διοικητική υποστήριξη επιδοτούμενων σεμιναρίων ανέργων που διοργάνωσε το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης του Πανεπιστημίου Αιγαίου, στα πλαίσια του ΠΕΠ Βορείου Αιγαίου στη Χίο, με τους ακόλουθους τίτλους:
 - “Λογιστική-Φοροτεχνικά-Κοστολόγηση”.
 - “Χρήσεις multimedia στη διάδοση πληροφοριών”.
 - “Νέες Μορφές Τουρισμού”.
 - “Οργάνωση-Διοίκηση-Ολική Ποιότητα τουριστικής μονάδας”.
- Απασχόληση στα πλαίσια της θερινής πρακτικής εξάσκησης του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου στις εξής επιχειρήσεις:
 - 01.07.1995-14.08.1995: Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος (Αστική τηλεφωνία, λογιστήριο).
 - 01.07.1994-14.08.1994 & 03.07.1995-03.10.1995: Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού (Εμπορική υπηρεσία, λογιστήριο).
 - 29.06.1992-14.08.1992 & 01.07.1993-14.08.1993: Εμπορική Τράπεζα (Τμήματα συναλλάγματος, κίνησης κεφαλαίων και λογιστήριο).
- Βοηθός Έρευνας στη Βιβλιοθήκη του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων κατά τα ακαδημαϊκά έτη 1992-1993, 1993-1994, 1994-1995.

13. ΜΕΛΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΕΝΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΩΝ

- Academy of Marketing Science.
- ΕΛΑΜ - Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (τακτικό μέλος).
- Εργαστήριο Διοίκησης, Επιχειρηματικότητας και Καινοτόμου Εκπαίδευσης – Ε.Δ.Ε.Κ.Ε., του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου (μέλος).
- Εργαστήριο Καινοτόμου Τουριστικής Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού - iTED Lab, του Τμήματος Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού του Πανεπιστημίου Αιγαίου (συνεργάτης).