

1. Ονοματεπώνυμο

Δρ. Δημήτρης Δρόσος

2. Διεύθυνση

Ευτέρπης 32, Χολαργός,
Τ.Κ. 15561
Ελλάδα

3. Τηλέφωνο

+30 694 5768791

4. E-mail

ddrosos@aegean.gr

5. FAX

+30 210 6517105

6. Τίτλοι Σπουδών

2000	Πτυχίο Επιστήμης Υπολογιστών του Πανεπιστημίου Κρήτης
2001	MBA στο Τμήμα MBA International του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ειδίκευση Ηλεκτρονικό Εμπόριο)
2007	Διδακτορικό , Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

7. Επαγγελματική δραστηριότητα

1997-1998	UCnet Πανεπιστήμιο Κρήτης, assistant network management
1998	Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, ανάπτυξη λογισμικού για ψηφιακές βιβλιοθήκες
1998	IP Datacom & Services Ericsson Stockholm , μοντελοποίηση Διαδικτυακού εξυπηρετητή (AXD switch simulation)
2001	Πουλιάδης & Συνεργάτες Α.Ε.Β.Ε., Business Plan του Δωδεκανησιακού διαδικτυακού κόμβου
2001-2002	Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία, Βάσεις Δεδομένων
2002-2003	Atlantis Group Univ. of Crete, Σχεδίαση, Ανάπτυξη, Υλοποίηση Διαδικτυακού κόμβου www.ebusinessforum.gr
2002-2003	Atlantis Group Univ. of Crete, mobile marketing researcher
2003 – 2007	Ερευνητής, WRC AUEB, Διαχείριση Ερευνητικών Έργων (βλέπε <i>Ενότητα 14</i>)
2007	Μελέτη για αποτελεσματικότητα χορηγίας της Newsphone Hellas (11880) στην ποδοσφαιρική ομάδα του Ολυμπιακού
2008	Project Manager , Planning A.E. Συμβουλευτική Εταιρεία (εγχειρίδιο διαδικασιών για το Υπ.Εσωτερικών)
2009	Μελέτη για αποτελεσματικότητα υπηρεσιών τηλεφωνικού καταλόγου, Newsphone Hellas (11880)
2009-σήμερα	Σύμβουλος στον τομέα ΤΠΕ , European Profiles S.A. Διαχείριση έργων <ul style="list-style-type: none">• FP7• Europeaid• World Bank• ΓΓΕΤ
2010-σήμερα	ΛΕΚΤΟΡΑΣ στο γνωστικό αντικείμενο « Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα », Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών & Επικοινωνιακών Συστημάτων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου (<i>υπό διορισμό</i>)

8. Διδακτική Εμπειρία σε Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα

1. **Ψηφιακό Μάρκετινγκ**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, **2010-11, Λέκτορας**)
2. **Ηλεκτρονικό Επιχειρείν**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, **2010-11, Λέκτορας**)
3. **Διοίκηση Επιχειρήσεων**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, **2010-11, Λέκτορας**)
4. **Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2010-11, Λέκτορας**)
5. **Εισαγωγή στην Επιστήμη των Υπολογιστών και Επικοινωνιών**, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2010-11, Λέκτορας**)
6. **Σχεδίαση Ισοπέδων**, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2009-11, Λέκτορας, Π.Δ. 407**)
7. **Σχεδίαση Διαδραστικών Εφαρμογών**, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2009-11, Λέκτορας, Π.Δ. 407**)
8. **Ηλεκτρονικό Εμπόριο**, ΤΕΙ Αθηνών, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης (Marketing), **2009-10**
9. **Διοίκηση Πληροφοριακών Συστημάτων** (Γνωστικό Αντικείμενο Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα), Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2008-9, Λέκτορας Π.Δ. 407**)
10. **Σχεδιασμός και Υλοποίηση Πληροφοριακών Συστημάτων** (Γνωστικό Αντικείμενο Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα), Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2008-9, Λέκτορας Π.Δ. 407**)
11. **Ηλεκτρονικό Εμπόριο**, ΤΕΙ Αθηνών, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης (Marketing), **Επιστημονικός και Εργαστηριακός Συνεργάτης, 2008-9**
12. **Ηλεκτρονική Επεξεργασία και Βάσεις Δεδομένων**, ΤΕΙ Αθηνών, Τμήμα Εμπορίας & Διαφήμισης (Marketing), **Επιστημονικός και Εργαστηριακός Συνεργάτης, 2008-9**
13. **Διοίκηση και Πρότυπες Διαδικασίες Πληροφοριακών Συστημάτων** (Γνωστικό Αντικείμενο Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα), Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, **2008-9, Λέκτορας Π.Δ. 407**)
14. **Διαχείριση Έργων Πληροφορικής** (Γνωστικό Αντικείμενο Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα), Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2008-9, Λέκτορας Π.Δ. 407**)
15. **Βάσεις Δεδομένων** (Γνωστικό Αντικείμενο Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα), Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2007-8, Επίκουρος Καθηγητής Π.Δ. 407**)
16. **Ηλεκτρονική Επιχείρηση**, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Διοίκησης Τεχνολογίας (Προπτυχιακό Πρόγραμμα, **2007-8, Λέκτορας Π.Δ. 407, 7^ο εξάμηνο**)
17. **Ηλεκτρονικό Μάρκετινγκ**, ΤΕΙ Πάτρας, Τμήμα Εφαρμογών Πληροφορικής στη Διοίκηση και στην Οικονομία, **2006-7**
18. **Πληροφοριακά και Τηλεπικοινωνιακά Συστήματα**, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, βοηθός καθηγητή, **2004-7**
19. **Business Process Re-Engineering**, Μεταπτυχιακό Τμήμα International MBA του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, βοηθός καθηγητή, **2005-6**
20. Ανθρώπινο Δίκτυο Αριστείας Κινητού Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, Ενότητα **mobile marketing (Εισηγητής)**: Κύκλος σεμιναρίων με στόχο την κατάρτιση πτυχιούχων, μεταπτυχιακών φοιτητών και στελεχών επιχειρήσεων στον τομέα των ασύρματων τεχνολογιών και επιχειρηματικών εφαρμογών βασισμένων στη χρήση κινητών συσκευών. Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
21. **‘Η Ηλεκτρονική Διαφήμιση στο Internet, στην Κινητή Τηλεφωνία και στην Ψηφιακή Τηλεόραση**’, Executive Program in Business Technology Excellence (Εισηγητής): Σεμιναριακό πρόγραμμα μετεκπαίδευσης ανωτέρων στελεχών των Διευθύνσεων Πωλήσεων, Μάρκετινγκ, Logistics, Προμηθειών και Πληροφορικής, Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν – ELTRUN, Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, Ο.Π.Α.

9. Πρωτότυπες δημοσιεύσεις σε διεθνή περιοδικά και βιβλία αναγνωρισμένου κύρους (μετά από κρίση)

1. Kavassalis, P., Spyropoulou, N., Drossos, D., Mitrokostas, V., Gikas, G. and Hatzistamatiou, A. (2003) 'Mobile Marketing: Framing the Market Inquiry', *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 8, no. 1, Fall 2003 (ISI impact factor = 1,37)
2. Drossos, D., Giaglis, G. M., Lekakos, G., Kokkinaki, F. and Stavradi, M. (2007), 'Determinants of effective SMS advertising: An experimental study', *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 7, No. 2
3. Fouskas, K. and Drossos, D. (2010) 'The Role of Industry Perceptions in Competitive Responses', *Industrial Management and Data Systems*, forthcoming (ISI impact factor = 0,95)
4. Drossos, D., Fouskas, K., Kokkinaki, F., Papakyriakopoulos, D. (2011) 'Advertising on the Internet: Perspectives from Advertising Agencies and Advertisers', *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, vol. 6, no. 11
5. Voulgari, S., Lekakos, G., Drossos, D., (forthcoming) 'Effectiveness of Mobile Multimedia Entertainment Content', *Online Information Review* (ISI impact factor = 1,4)
6. Karaiskos, D.C., Drossos, D., Tsiaousis, A.S., Giaglis, G.M. and Fouskas K. (forthcoming) 'Affective and Social Determinants of Mobile Data Services Adoption', *Behaviour and Information Technology* (ISI impact factor = 0.767)

10. Πρωτότυπες δημοσιεύσεις σε διεθνή βιβλία αναγνωρισμένου κύρους (μετά από κρίση)

1. Drossos, D. and Giaglis, G. (2005) 'Factors that Influence the Effectiveness of Mobile Advertising: The Case of SMS', In Panagiotis Bozaris and Elias N. Houstis, editors, *Advances in Informatics: 10th Panhellenic Conference on Informatics, PCI 2005*, pages 278-285. Springer-Verlag, November 2005. *Lecture Notes in Computer Science* (ISI impact factor = 0,51)
2. Drossos, D. and Giaglis, G. (2009) 'Reviewing Mobile Marketing Research To Date: Towards Ubiquitous Marketing', In Pousttchi K. and Wiedemann D. (Eds.), *Handbook of Research on Mobile Marketing Management*, IGI Global, USA¹

11. Άρθρα σε διεθνή περιοδικά αναγνωρισμένου κύρους (υπό κρίση)

1. Drossos, D., Giaglis, G. and Vlachos, P. 'A Model for Predicting Consumer Responses to Mobile Advertisements', *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 8, no. 1, Fall 2003 (ISI impact factor = 1,37)²

12. Άρθρα σε πρακτικά Συνεδρίων (μετά από κρίση)

1. Drossos, D., Tzitzis, E. and Giaglis, G.M. (2004). 'Mobile Youth: a socio-cultural perspective', In the Proceedings of the 1st Student Conference on Management Science and Technology, Athens, Greece, March 17.
2. Kavassalis, P., Spyropoulou, N., Drossos, D., Mitrokostas, V., Gikas, G., and Hatzistamatiou, A. (2002), 'Mobile Permission Marketing – Framing the Market Inquiry', In the Proceedings of the 13th International Telecommunications Society's (ITS) European Regional Conference, Madrid, Spain, September 8-10.
3. Drossos, D. and Giaglis, G (2004) 'Towards a classification framework of factors influencing mobile messaging advertising effectiveness', in the Proceedings of the 3rd International Conference on Mobile Business, New York, USA, July 11-13.
4. Drossos, D., Bina, M., Giaglis, G., Manikas, K. and Manolatos, T. (2004) 'WLANs in Athletics: an Empirical Investigation into User Perceptions and System Architecture Critical Components', in the Proceedings of the 1st International Conference on Econometrics of Sports (ESP 2004), September 10th, Patras, Greece.
5. Drossos, D., Marias, G., and Gouscos, D. (2005) 'M-GOV: A proposed architecture for mobile government transactions', In the Proceedings of the 1st Euro Conference on Mobile Government, Brighton, UK, 10-12 July

¹ Nomination for IGI Publishing Best Article

² Recently listed on Social Science Research Network's Top Ten download list for MRN Marketing Network (topic) - Behavioral Marketing and MKTG: Attitudes, Attitude Change, & Persuasion (Topic) - ERN: Search, Learning & Information Costs, & Behavior of Economic Agents, Experimental Economics (Topics)

6. Drossos, D. and Giaglis, G. (2005) 'Measuring Mobile Advertising Effectiveness', In the Proceedings of the 2nd Student Conference on Management Science and Technology, Athens, Greece, May 18
7. Drossos, D., Vrehopoulos A. and I., Ferles (2006) 'Predicting the "Click-Through Rate" Performance of Banner Advertisements on the Web', In the Proceedings of the 35th European Marketing Academy Conference, May 23-26, Athens, Greece
8. Drossos, D. and Giaglis, G. (2006) 'Mobile Advertising Effectiveness: An Exploratory Study', in the Proceedings of the 5th International Conference on Mobile Business, Copenhagen, Denmark, June 26-27
9. Kontogianni, E., Lafka, T., Mallios, N., Priftis, E., Drossos, D. (2006) "Electronic Advertising in Greece: Factors that influence Banners Click Through Rate", 3rd Student Conference on Management Science and Technology, Athens, Greece, May 10
10. D. Drossos, G., M., Giaglis and G., Lekakos (2007), 'An Empirical Assessment of Factors that Influence the Effectiveness of SMS Advertising', in the Proceedings of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), January 3-6³
11. Karaiskos, D.C., Drossos, D., Tsioulos, A.S., and Giaglis, G.M. "Cognitive and Affective Antecedents of Mobile Data Services Usage Intention," In Proceedings of the 12th Pan-Hellenic Conference on Informatics (PCI), Samos Island, Greece, August 28-30, 2008
12. Drossos, D. and Fouskas, K. (2009) 'Advertising on the Internet: Perspectives from Advertising Agencies and Advertisers', in the Proceedings of the 4th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS), Athens, Greece, 25-27 September 2009
13. Drossos, D. and Fouskas, K. (2010) 'Mobile Advertising: Product involvement and its effect on intentions to purchase', in the Proceedings of the th International Conference on Mobile Business and the 9th Global Mobility Roundtable (ICMB/GMR 2010), Athens, Greece, June 13-15

13. Δημοσιεύσεις σε κλαδικά περιοδικά

1. Drossos, D. and Giaglis, G. (2003) 'SMS Marketing', New economy observer (neo), vol. 33, December 2003

14. Αναφορές / Παραπομπές από άλλους ερευνητές στο ερευνητικό μου έργο (indexed references)

Για τη δημοσίευση 9.1:

1. Wilken, R. and Sinclair, J. (2009), "Waiting for the Kiss of Life", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 15, No. 4, 427-445
2. Palka, W., K. Pousttchi and D. G. Wiedemann (2009), "Mobile word-of-mouth A grounded theory of mobile viral marketing", *Journal of Information Technology*, Vol. 24 No. 2, pp. 172-185
3. Thomas, R. and Emrich, O. (2009), 'Situation-related tasks for mobile services in retailing', *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, Vol. 19 Issue 5, pp. 483-503
4. Roach, G. (2009), "Consumer perceptions of mobile phone marketing: a direct marketing innovation", *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 3 No. 2, pp. 124-138
5. Ong, R. (2009), "Mobile marketing or mobile spam: who decides?" *International Journal of Liability and Scientific Enquiry*, Vol. 2 No. 3, pp. 259-271
6. Van der Walldt, D. L. R., T. M. Rebello and W. J. Brown (2009), "Attitudes of young consumers towards SMS advertising", *African Journal of Business Management*, Vol. 3 No. 9, pp. 444-452
7. Huber, F., J. Vogel, F. Meyer and B. Binar (2009), *Marken mit in-game Advertising emotionalisieren*, Josef Eul Verlag GmbH, Koln
8. S. Okazaki and C.R. Taylor (2008) "What is SMS advertising and why do multinationals adopt it? Answers from an empirical study in European markets", *Journal of Business Research*, Vol. 61, Issue 1, pp. 4-12

³ Nominated for best paper

9. D. Xu, S. Liao, and Q. Li (2008) "Combining empirical experimentation and modeling techniques: A design research approach for personalized mobile advertising applications", *Decision Support Systems*, Vol. 44, No. 3, pp. 710-724
10. Hume, M. and G. S. Mort (2008), "Enhancing the experience: Creating service opportunities using mobile phone technology in museums", *London Journal of Tourism, Sport and Creative Industries*, Vol. 1 No. 2, pp. 3
11. Joon Yeon Choeh; Hong Joo Lee (2008) Mobile push personalization and user experience. *AI Communications*, Vol. 21 Issue 2/3, p185-193
12. Jensen, Morten Bach (2008) Online marketing communication potential: Priorities in Danish firms and advertising agencies. *European Journal of Marketing*, Vol. 42 Issue 3/4, p502-525
13. Salo, Jari; Sinisalo, Jaakko; Karjaluoto, Heikki (2008) Intentionally developed business network for mobile marketing: a case study from Finland. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 2008, Vol. 23 Issue 7/8, p497-506,
14. S. Okazaki, A. Katsukura, M. Nishiyama (2007) "How mobile advertising works: The role of trust in improving attitudes and recall", *Journal of Advertising Research*, vol. 47, Issue 2, pp. 165-178
15. S. Okazaki (2007) "Assessing mobile-based online surveys", *International Journal of Market Research*, Vol. 49, No. 5, pp. 651 – 675
16. M. Merisavo, S. Kajalo, H. Karjaluoto, V. Virtanen, S. Salmenkivi, M. Raulas and M. Leppäniemi (2007) "An Empirical Study of the Drivers of Consumer Acceptance of Mobile Advertising", *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 7, No. 2
17. H. Scholl, R. Fidel, S. Liua, M. Paulsmeyer and K. Unsworth (2007) "E-Government Field Force Automation: Promises, Challenges, and Stakeholders", *Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 4656, pp. 127-142, Springer Berlin
18. E.T. Brey, S.I. So, D.Y. Kim et al. (2007) "Web-based permission marketing: Segmentation for the lodging industry", *Tourism Management*, Vol. 28, Issue 6, pp. 1408-1416
19. K. Yang (2007) "Exploring Factors Affecting Consumer Intention to Use Mobile Advertising in Taiwan", *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 20, No. 1, pp. 33 – 49
20. K. Lee and N. Lee (2007) "CARDS: Case-Based Reasoning Decision Support Mechanism for Multi-Agent Negotiation in Mobile Commerce", *Journal of Artificial Societies and Social Simulation* vol. 10, no. 2
21. Vatanparast, "Piercing the Fog of Mobile Advertising", In the Proceedings of the sixth International Conference on the Management of Mobile Business (ICMB 2007), p. 19, Canada
22. H. Karjaluoto and T. Alatalo (2007) "Consumers' attitudes towards and intention to participate in mobile marketing", *International Journal of Services Technology and Management*, Vol. 8, No. 2, pp. 155-173
23. S. Okazaki, A. Katsukura, and M. Nishiyama (2007) "How Mobile Advertising Works: The Role of Trust in Improving Attitudes and Recall", *Journal of Advertising Research*, Vol. 47, No. 2, pp. 165 – 178
24. K. Wehmeyer, (2007) "Assessing Users' Attachment to Their Mobile Devices", In the Proceedings of the sixth International Conference on the Management of Mobile Business (ICMB 2007), p. 16, Canada
25. Thawani, S. Gopalan, V. Sridhar, and K. Ramamritham (2007) "Context-aware Timely Information Delivery in Mobile Environments", *The Computer Journal* (to appear)
26. K.C. Lee and N. Lee (2007) "CARDS: Case-Based Reasoning Decision Support Mechanism for Multi-Agent Negotiation in Mobile Commerce", *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, Vol. 10, No. 2, 4
27. K. Wehmeyer (2007) "Mobile ad intrusiveness – The effects of message type and situation", In the Proceedings of the 20th Bled e-Conference, June 4 - 6, 2007; Bled, Slovenia
28. F. Biocca, C. Owen, A. Tang, and C. Bohil, (2007) "Attention Issues in Spatial Information Systems: Directing Mobile Users' Visual Attention Using Augmented Reality", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 23, No. 4, pp. 163 – 184
29. J. Hosbond and M. Skov (2007) "Micro mobility marketing: Two cases on location-based supermarket shopping trolleys", *Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing*, Vol. 15, No. 4

30. Jensen, M. B. (2006) "How Characteristics of B2B adoption and planning of online marketing communications", *Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing*, Vol. 14, No. 4, pp. 357 – 368
31. C. Maneesoonthorn and D. Fortin (2006) "Texting Behaviour and Attitudes Toward Permission Mobile Advertising: an Empirical Study of Mobile Users' Acceptance of SMS for Marketing Purposes," *International Journal of Mobile Marketing*, 1(1), 66-72.
32. M. Merisavo, J. Vesänen, A. Arponen, and S. Kajalo (2006) "The effectiveness of targeted mobile advertising in selling mobile services: an empirical study", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 4, No. 2, pp. 119 – 127
33. M. Leppäniemi, J. Sinisalo, and H. Karjaluoto (2006) "A review of mobile marketing research", *International Journal of Mobile Marketing*, Vol. 1 No. 1, pp. 2-12
34. K. Pousttchi and D.G. Wiedemann (2006) "A Contribution to Theory Building for Mobile Marketing: Categorizing Mobile Marketing Campaigns", in the Proceedings of the International Conference on Mobile Business, Copenhagen/Denmark, July, pp. 1-8.
35. T. Takkula and J. Tähtinen (2006) "Mobile Advertising in Business-to-Business Communications", in the Proceedings of the 11th Conference on Corporate and Mobile Advertising, Ljubljana, Slovenia, April
36. D. Lee and R. Muhlberger (2006) "Mobile Marketing as Technology Intervention: a Locales Framework Analysis", *International Journal of Mobile Marketing*, 1(1), 59-65
37. N. Melville, A. Stevens, R.K. Plice, and O.V. Pavlov (2006) "Unsolicited Commercial E-Mail: Empirical Analysis of a Digital Commons", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 10, No. 4, pp. 143-168
38. H. Bauer, T. Reichardt, S. Barnes, and M. Neumann (2005) "Driving Consumer Acceptance of Mobile Marketing: A Theoretical Framework and Empirical Study", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 6, No. 3, pp. 181 - 192
39. S. Okazaki (2005) "Mobile advertising adoption by multinationals", *Internet Research*, Vol. 15, No. 2, pp. 160 – 180
40. Triki, S. Piquet, and I. Trabelsi (2005) "Mobile Telephony as a Tool of Direct Marketing: Potentialities and Problems of Implantation", International E-Business Conference, June
41. M. Leppaniemi, H. Karjaluoto, J. Salo, and J. Sinisalo (2005) "Factors affecting customers' willingness to receive mobile marketing", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 3, No. 3, pp. 197-213
42. J. Wareham, J.G. Zheng, and D. Straub (2005) "Critical themes in electronic commerce research: a meta-analysis", *Journal of Information Technology*, Vol. 20, No. 1, pp 1-19
43. Andrews, L., J. Drennan and R. Russell-Bennett (2005), "Mobile phone consumption and implications for SMS marketing", in 34th EMAC, European Marketing Academy, Milan, Italy, pp. 1-7
44. Sideris and N. Mylonopoulos (2004) "A Participative Simulation Game in Mobile Business Strategy", *International Journal of Information Technology Education*, Vol. 1, No. 1, pp. 129-146
45. M. Tsang, S. Ho, and T. Liang (2004) "Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 3, pp. 65 - 78
46. T. Liang and C. Wei (2004) "Introduction to the Special Issue: Mobile Commerce Applications", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 8, No. 3, pp. 7 – 17

Για τη δημοσίευση 9.2:

47. Khattak, J. K. and M. A. Khan (2009), "General Attitude of College Students Towards Consequences and Impact of Television Advertising in Pakistan", *European Journal of Scientific Research*, Vol. 34 No. 4, pp. 591-603
48. Shao Kang, "The Mode Change of Chinese Mobile Marketing," *isbim*, vol. 1, pp.199-202, 2008 International Seminar on Business and Information Management, 2008

Για τη δημοσίευση 9.3:

49. Gurau, C. and Ranchhod, A. (2009) "Consumer privacy issues in mobile commerce: a comparative study of British, French and Romanian consumers", *Journal of Consumer Marketing*, Volume 26, Number 7, pp. 496-507

50. Xu, H., L. B. Oh and H. H. Teo (2009), "Perceived effectiveness of text vs. multimedia Location-Based Advertising messaging", *International Journal of Mobile Communications*, Vol. 7 No. 2, pp. 154-177
51. Roach, G. (2009), "Consumer perceptions of mobile phone marketing: a direct marketing innovation", *Direct Marketing: An International Journal*, Vol. 3 No. 2, pp. 124-138
52. Roozen I. and Genin E (2009) "*The Effectiveness of SMS-Marketing versus Traditional Marketing Communication*", 8th International Conference Marketing trends, Paris, 15th-17th, January
53. Roozen I. and Genin E. (2008) "Can we compare SMS marketing to Traditional Marketing Communications?", HUB Research Paper 2008/50
54. L Burke (2008) Mobile advertising: Which way does the wind blow? Market opportunities and challenges for mobile operators, *Journal of Telecommunications Management*, Volume 1, Number 4 / November, Pages: 381 – 384

Για τη δημοσίευση 11.3:

55. M Leppäniemi, J Sinisalo, H Karjaluo, (2006) A review of mobile marketing research, *International Journal of Mobile Marketing*
56. K Wehmeyer (2007), *Mobile ad intrusiveness – The effects of message type and situation*, Proceedings of the 20th Bled eConference, Bled, June, 2007

Για τη δημοσίευση 11.5:

57. J Scholl, R Fidel, S Liu, M Paulsmeyer, K Unruh (2007) *E-Gov Field Force Automation: Promises, Challenges, and Stakeholders*, Electronic Government: Sixth International Conference, Egov
58. Hans J (Jochen) Scholl, Raya Fidel, Shuhua (Monica) Liua, Michael Paulsmeyer and Kris Unsworth, (2007) *E-Government Field Force Automation: Promises, Challenges, and Stakeholders*, *Lecture Notes in Computer Science* Publisher Springer Berlin / Heidelberg, Volume 4656, pp: 127-142

Για τη δημοσίευση 11.8:

59. Damsgaard Jan and Hedman Jonas (2009) "Mobile Services Revisited: an Analysis of ICMB 2006", CAICT Communications 2009/2, ISBN 978-87-92524-01-0
60. D Dobrinic, S Dvorski, N Bosilj (2008) "An Investigation of Marketing via Mobile Devices- Attitudes of Croatian Marketing Experts", *Journal of Information and Organizational Sciences*, JIOS, vol. 32, no. 1, pp. 15-24
61. Alessandro M. Martellone, David Tacconi, Vincenzo Del Fatto and Giuliana Vitiello (2008) "L.U.N.A. Ads – Sustaining Wireless Access for Mobile Users", *Lecture Notes in Computer Science*, Volume 5188/2008, pp. 155-166
62. A Faganel (2008) "Measuring Wireless Advertising Effectiveness" Central European Conference on Information and Intelligent Systems
63. AM Martellone, D Tacconi, V Del Fatto, G Vitiello L.U.N.A. "Ads – Sustaining Wireless Access for Mobile Users", *Lecture Notes in Computer Science*, 155-166
64. Eriksson, C.I. Akesson, M. (2008), "Ubiquitous Advertising Challenges", Mobile Business, 7th International Conference on 7-8 July
65. Yasuharu Katsuno, Michiharu Kudo, and Takayuki Kushida (2008) "Agile Content Delivery Scheduling for Large-scale Context-aware Services", Research Report, Tokyo Research Laboratory IBM Japan
66. JZ Gao, A Ji - SmartMobile-AD: An Intelligent Mobile Advertising System, Grid and Pervasive Computing Workshops, 2008
67. K Wehmeyer (2007), *Mobile ad intrusiveness – The effects of message type and situation*, Proceedings of the 20th Bled eConference, Bled, June
68. Vatanparast R., (2007) Piercing the Fog of Mobile Advertising, Proceedings of the sixth international conference on the M-Business
69. A Thawani, S Gopalan, V Sridhar, K Ramamritham (2007) "Context-aware Timely Information Delivery in Mobile Environments" *The Computer Journal*

Για τη δημοσίευση 11.10:

70. Heikki Karjaluoto; Heikki Lehto; Matti Leppäniemi; Chanaka Jayawardhena (2008)
“Exploring Gender Influence on Customer’s Intention to Engage Permission-based Mobile Marketing”, *Electronic Markets*, Volume 18, Issue 3, Pages 242 – 259

15. Ερευνητική δραστηριότητα (Τεκμηριωμένη εμπειρία σε θέματα σχεδίασης, διαχείρισης, αξιολόγησης, υλοποίησης ερευνητικών προγραμμάτων)

Τίτλος Έργου: Βελτίωση & συνέχιση της λειτουργίας του Διαδικτυακού πληροφοριακού κόμβου του e-business forum (2003)

Το e-business forum χρηματοδοτείται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας», με εγκεκριμένο προϋπολογισμό 3,05 MEUR για την περίοδο έως και 30/6/2007 ενώ οι εργασίες του ξεκίνησαν τον Ιούλιο του 2000. Η βασική του λειτουργία συνίσταται στη δημιουργία ενός διαρκούς μηχανισμού διαβούλευσης της Πολιτείας με τον επιχειρηματικό και ακαδημαϊκό κόσμο και τους κοινωνικούς και επαγγελματικούς φορείς, με σκοπό την παραγωγή θέσεων για:

- την ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα
- τις νέες τεχνολογίες
- την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων στη νέα ψηφιακή οικονομία

Τίτλος Έργου: Αθλητική Ενημέρωση Εντός Σταδίου (ΑΘ.ΕΝ.Σ) (1/6/03 – 31/03/05)

Το έργο αναφέρεται στη διεξαγωγή έρευνας στο χώρο των κινητών (mobile) και ασύρματων (wireless) δικτύων και έχει σαν σκοπό να μελετήσει τους τρόπους αξιοποίησης τους για την παροχή προηγμένων πολυμεσικών υπηρεσιών πληροφόρησης σε θεατές αθλητικών γεγονότων κλασικού αθλητισμού. Το έργο έχει στόχο την ανάπτυξη μιας ασύρματης πλατφόρμας βασισμένης σε καινοτόμες τεχνολογίες (π.χ. IEEE 802.11b, Bluetooth). Η πλατφόρμα θα προσφέρει μια σειρά από υπηρεσίες που θα είναι προσβάσιμες μέσα και γύρω από το χώρο του σταδίου στο οποίο θα διεξάγονται αγώνισμα στίβου. Φορείς εκτέλεσης του έργου είναι το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN) του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ), η εταιρεία εφαρμογών πληροφορικής Information Dynamics A.E., η εταιρεία ολοκληρωμένων συστημάτων πληροφορικής Πουλιάδης και Συνεργάτες ΑΕΒΕ, η εταιρεία μηχανογράφησης και στατιστικών αθλητικών εκδηλώσεων Γαλάνης Ανώνυμος Εμπορική Εταιρεία Επεξεργασίας Αθλητικών Πληροφοριών Α.Ε, και το Εθνικό Κέντρο Έρευνας Φυσικών Επιστημών ‘Δημόκριτος’. Το έργο χρηματοδοτείται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ) στα πλαίσια του ΜΕΤΡΟΥ 4.5 ‘Κοινοπραξίες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης σε τομείς Εθνικής Προτεραιότητας’, Δράση 4.5.1 «Κοινοπραξίες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης σε τομείς Εθνικής Προτεραιότητας». Πρόγραμμα «Αθλητισμός».

Τίτλος έργου: Mobinet-Ανθρώπινο Δίκτυο Αριστείας Κινητού Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (1/5/03 – 30/4/05)

Το «Ανθρώπινο Δίκτυο Αριστείας σε θέματα Κινητού Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (MobiNet)» αποτελεί ένα δίκτυο συνεργασίας επιστημονικών και παραγωγικών φορέων με σκοπό τη διάχυση γνώσης και την κατάρτιση φοιτητών και στελεχών στον τομέα των ασύρματων τεχνολογιών και επιχειρηματικών εφαρμογών βασισμένων στη χρήση κινητών συσκευών και δικτύων. Φορείς που συμμετέχουν στο δίκτυο είναι το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN) του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ), ως ανάδοχος, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, η ομάδα Ατλαντίς του Πανεπιστημίου Κρήτης και η εταιρία πληροφορικής Unisystems ΑΕ. Το έργο χρηματοδοτείται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ) στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα», Μέτρο 8.3, Δράση 8.3.6, "Ανθρώπινα Δίκτυα Ε&Τ Επιμόρφωσης".

Τίτλος Έργου: Ασύρματη Γενιά (Mobile Youth) (1/2/04 – 31/07/05)

Ο κύριος στόχος του έργου είναι η μελέτη της φύσης της υιοθέτησης και της κοινωνικής απορρόφησης των εφαρμογών που προσφέρονται μέσω κινητών δικτύων, από την κοινωνική ομάδα με τα υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης και χρησιμοποίησης, τη νεολαία. Φορείς εκτέλεσης του έργου είναι το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN) του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ), το Ίδρυμα Μελετών Λαμπράκη, το

Εργαστήριο Ελευθέρων Σπουδών Στελεχών Επιχειρήσεων-ALBA, και ο Ευρωπαϊκός Διαφημιστικός Οργανισμός Α.Ε. Διαφήμισεων, Προβολής και Εκδόσεων LEO BURNETT. Το έργο χρηματοδοτείται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ) στα πλαίσια του επιχειρησιακού προγράμματος «Κοινωνία της Πληροφορίας», συντονισμένο πρόγραμμα «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν».

Τίτλος Έργου: Μέτρηση αποτελεσματικότητας διαφημιστικών εκστρατειών σε κινητές συσκευές μέσω συλλογής και ανάλυσης δεδομένων απόκρισης πραγματικού χρόνου (MAD) (1/2/04 – 30/8/06)

Ο στόχος του προτεινόμενου έργου είναι διττός. Υπό το φως μιας διεπιστημονικής προσέγγισης θα αναπτυχθεί ένα συγκεκριμένο πλαίσιο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης στο κινητό τηλέφωνο που προέκυψε ως αποτέλεσμα μιας τεχνολογικής καινοτομίας, κινητό τηλέφωνο και messaging (SMS, EMS, MMS) και επιπρόσθετα το μοντέλο αυτό θα αποκτήσει προστιθέμενη αξία για την αγορά της διαφήμισης με την υλοποίηση του σε ένα εργαλείο ηλεκτρονικού περιβάλλοντος, διαδραστικό και αμφίδρομο (διαφημιζόμενος – καταναλωτής) με δεδομένα πραγματικού χρόνου. Φορείς εκτέλεσης του έργου είναι η εταιρία UPSTREAM A.E και το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN) του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ). Το έργο χρηματοδοτείται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ) στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα».

E-business Forum Ομάδα Εργασίας Ζ1, Ηλεκτρονική Διαφήμιση (Rapporteur) (1/06/04 – 1/11/04)

Η ομάδα εργασίας διερεύνησε, αξιολόγησε και πρότεινε τους κρίσιμους παράγοντες που χαρακτηρίζουν την καινοτόμο αυτή περιοχή ακολουθώντας τόσο μια πελατο-κεντρική όσο και μια βιομηχανική προσέγγιση, συνθέτοντας ένα πλαίσιο στρατηγικών και πολιτικών επιλογών που αφορούν τη δυναμική υποστήριξη και παραπέρα εξέλιξη του χώρου σε εθνικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, η ομάδα εργασίας στόχευσε στην ανάλυση των δομικών συστατικών που αφορούν την εξέλιξη και τα πρότυπα χρήσης ενσύρματων και κινητών δικτύων για τη διαφημιστική προβολή επιχειρήσεων στην χώρα. Το e-business forum χρηματοδοτείται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Κοινωνία της Πληροφορίας».

Τίτλος Έργου: Η χρήση Κινητών Δικτύων και Τεχνολογιών στις Εκτελεστικές Δραστηριότητες της Εφοδιαστικής Αλυσίδας (MO.R.S.E) (1/10/03- 30/09/05)

Ο βασικός σκοπός του προγράμματος MO.R.S.E είναι η έρευνα προοπτικής αξιοποίησης τεχνολογιών κινητής και ασύρματης δικτύωσης στο εκτελεστικό μέρος της εφοδιαστικής αλυσίδας (με έμφαση στις αστικές διανομές) και ο σχεδιασμός καινοτόμων συστημάτων λήψης αποφάσεων, αλγόριθμων και εφαρμογών πραγματικού χρόνου με κύριο στόχο την παροχή βέλτιστων υπηρεσιών στα μέλη της αλυσίδας ξεκινώντας από τον προμηθευτή και φτάνοντας μέχρι τον καταναλωτή. Φορείς εκτέλεσης του έργου είναι το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN) του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ), το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, η εταιρία εφαρμογών πληροφορικής Έμφασις Τηλεματική, η εταιρία συμβούλων Logistics Planning A.E και οι εταιρίες-χρήστες Διακίνησης Α.Ε και Νίκας Α.Β.Ε.Ε. Το έργο χρηματοδοτείται από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ) στα πλαίσια του ΜΕΤΡΟΥ 4.5 'Κοινοπραξίες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης σε τομείς Εθνικής Προτεραιότητας', Δράση 4.5.1 «Κοινοπραξίες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης σε τομείς Εθνικής Προτεραιότητας», Πρόγραμμα «Νέες μορφές οργάνωσης των επιχειρήσεων, της εργασίας και της κατάρτισης».

ΠΕΝΕΔ Τεχνολογίες και Εφαρμογές Κινητού και Ασύρματου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (1/09/05 – 31/12/08)

Έργο χρηματοδοτούμενο από τη Γ.Γ.Ε.Τ. Διεξαγωγή βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας στο χώρο του Κινητού και Ασύρματου Ηλεκτρονικού Επιχειρείν με αναφορά και στις δύο συνιστώσες του χώρου: αναδυόμενες τεχνολογίες υποδομής και καινοτόμες επιχειρηματικές εφαρμογές και υπηρεσίες. Υποστήριξη εκπόνηση πέντε διδακτορικών διατριβών: (1) Μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης σε κινητές συσκευές (mobile marketing) (2) Μοντέλα ανάπτυξης για Ασύρματα Κοινοτικά Δίκτυα (community-based WLANs) (3) Μελέτη της συμπεριφοράς και της αλληλεπίδρασης τελικών χρηστών απέναντι σε καινοτόμες εφαρμογές κινητού εμπορίου (4) Διευσδυτικά και Διάχυτα πληροφοριακά συστήματα (5) Υπηρεσίες αναζήτησης σε Κινητά και Ασύρματα Δίκτυα.

16. Προσκεκλημένες Ομιλίες

1. Drossos, D. (2004) 'Ebusiness Forum & Digital Advertising', **Comdex**, Athens, Greece, 6th November
2. Drossos, D. (2005), 'Διαμορφώνοντας τη Διαφήμιση στο κινητό τηλέφωνο', **Mobile Marketing Forum**, Athens, Greece, October

17. Επίβλεψη πτυχιακών εργασιών

1. «Διαφήμιση σε Κοινωνικά Δίκτυα», Παναγιώτου Χριστίνα, ΤΕΙ Αθηνών, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, 2010-2011 (σε εξέλιξη)
2. «Επίδραση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή», Κλεισιάρης Χρήστος, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, 2011

18. Ξένες γλώσσες

1. **Αγγλικά** (άριστη γνώση)
2. **Γαλλικά** (καλή γνώση)

19. Άλλο επιστημονικό έργο (κριτής σε διεθνή περιοδικά – μέλος οργανωτικών επιτροπών – αξιολογητής σε Εθνικά προγράμματα)

1. **Επιστημονικός Υπεύθυνος** για Τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών – Εφαρμογές του διαδικτύου στη μικρή επιχείρηση, στο πλαίσιο των πράξεων με τίτλο «ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΜΙΚΡΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ - ΑΠ 7, 8, 9» του ΕΠ «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση», **ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ** (2011 – 2013)
2. **ΔΟΑΤΑΠ**. Ακαδημαϊκός Σύμβουλος, 2010-σήμερα.
3. **Αξιολογητής** Πράξης «Υποστήριξη Νέων Επιχειρήσεων για Δραστηριότητες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης», Υπουργείο Ανάπτυξης, 2011
4. **Αξιολογητής** «Κίνητρα ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική ανάπτυξη και την περιφερειακή σύγκλιση», Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας
5. **Αξιολογητής προτάσεων** στο διαγωνισμό πρωτότυπων, καινοτόμων και δημιουργικών ιδεών, οι οποίες βασίζονται στο Internet ή υλοποιούνται με όχημα το Internet, με την ονομασία Διαγωνισμός Καινοτομίας **OTENET "Innovation 2006"**
6. **Αξιολογητής προτάσεων** του 1ου Φοιτητικού Διαγωνισμού Καινοτομίας στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση, **WeGov Awards 2010**
7. **Reviewer**, *European Journal of Information Systems*
8. **Reviewer**, World Scientific and Engineering Academy and Society (WSEAS) Transactions on Information Science and Applications, 2010
9. **Reviewer**, *Special Issue on "E- and M-Business Status in the Mediterranean Region"*, *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)*, 2010
10. **Reviewer**, *Journal of Marketing Communications*, 2009
11. **Reviewer**, 18th European Conference on Information Systems, 2009
12. **Reviewer**, *Information Technology & People*, 2008
13. **Reviewer**, *Mobile Government: an emerging direction in e-government*, ed. I. Kushchu, IGI Publishing 2007
14. **Reviewer**, International Conference on Mobile Business (ICMB 2006)
15. **Reviewer**, *Journal of Electronic Commerce Research*, 2005
16. **Reviewer**, European Conference on Mobile Government, 2005
17. Interactive Advertising Bureau (IAB Hellas) and Advertising Effectiveness **Committee member**, 2005
18. **International Program Committee Member**, *European Conference on Mobile Government*
19. **International Program Committee Member**, *International Conference on Mobile Society (mSociety)*
20. **Program Committee Member**, *4th Mediterranean Conference on Information Systems (MCIS 2009)*

21. **Μέλος επιστημονικής επιτροπής** του φοιτητικού διαγωνισμού e-innovation 2011 (Πανελλήνιος διαγωνισμός ψηφιακής επιχειρηματικότητας-καινοτομίας για φοιτητές)
22. **Συγγραφή ερευνητικών προτάσεων** για χρηματοδότηση έρευνας από φορείς όπως ΓΓΕΤ και Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Πλαίσιο
23. **Μέλος Οικονομικού Επιμελητηρίου Ελλάδος** (Α.Μ. 0086194)

20. Λοιπή Διδακτική Εμπειρία

1. **Εκπαιδευτής**, «Εκπαίδευση Ενηλίκων στην απόκτηση βασικών δεξιοτήτων στις Νέες Τεχνολογίες», Επιχειρησιακό Πρόγραμμα εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης II του ΥΠ.Ε.Π.Θ. (2006) – 160 ώρες (Διαδίκτυο, MS Office)
2. **Εκπαιδευτής**, «Παροχή Εισαγωγικών Γνώσεων και Δεξιοτήτων Επιχειρηματικότητας και Πληροφορικής σε Αυτοαπασχολούμενους, εργαζόμενους και Εργοδότες Μικρών Επιχειρήσεων», Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων-ΓΣΕΒΕΕ (2008)
3. **Εισηγητής**, Diploma in Marketing Management, Business Seminars Καριέρα ΑΕ.