

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

11/ 2009 – 10/2013

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Bilgi στην Κων/λη (Τουρκία) και το Πανεπιστήμιο La Sapienza στη Ρώμη (Ιταλία)

PhD στο Τουριστικό Marketing – Τίτλος Διδακτορικής Διατριβής “Η συνεισφορά του Πολιτισμού στο City Branding: Μια προσέγγιση με βάση ένα μοντέλο αναφερόμενο σε Αθήνα, Κωνσταντινούπολη, Ρώμη” – [Υποστήριξη Ιούλιος 2013 – Βαθμός 10, Άριστα]

09/2003 – 06/2005

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)

Βαθμός: 7.50 /10 (Πολύ καλά) – Διπλωματική: “Τουρισμός & Στρατηγική Μάρκετινγκ – Η περίπτωση του γκολφ, της κρουαζιέρας και της ιστιοπολοΐας” (Βαθμός 9/10)

09/1999 – 09/2003

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Προπτυχιακό Μάρκετινγκ & Επικοινωνία

Βαθμός: 7.11 /10 (Πολύ καλά)

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

10/ 2015 - 06/2016 Sheffield Hallam University

Μεταπτυχιακό στη Μάθηση και Διδασκαλία στην Ανώτατη Εκπαίδευση & Υποτροφία για τη Βρετανική Ακαδημία Ανώτατης Εκπαίδευσης

2016 Sheffield Hallam University

Εκπαίδευση για επίβλεψη διδακτορικών διατριβών

ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ & ΒΡΑΒΕΙΑ

2018 EuroCHRIE Hackathon – Καλύτερη ερευνητική πρόταση Kladou, S., Shulga, L., Farmaki, A., & Torres, E. “To share or not to share: The role of animosity in P2P accommodation”, Δουβλίνο, Ιρλανδία

2014 IKY – Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών – Υποστήριξη Grundtvig για παρακολούθηση του προγράμματος “How to set up and manage effectively an organization/team (fundraising, HR, project design, networking)”, Bologna, Ιταλία

2010 – 2011 ΤΥΒΙΤΑΚ – Επιστημονικό & Τεχνολογικό Ερευνητικό Συμβούλιο της Τουρκίας – Υποτροφία για την έρευνα με τίτλο “Η συνεισφορά του πολιτισμού στο City Brand της Κων/λης”

07– 09/2011 Ιταλικό Υπουργείο Εξωτερικών - Υποτροφία για την έρευνα με τίτλο “Η συνεισφορά του πολιτισμού στο City Brand της Ρώμης”

2009 – 2013 Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο – Υποτροφία για Διδακτορικές Σπουδές

2010 Βραβείο Καλύτερου Άρθρου - International Conference on Sustainable Tourism: Issues, Debates & Challenges, Crete & Santorini

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ & ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

15/06/21 - ... Centre of Excellence, Food, Tourism and Leisure Team, The American College of Greece
Μέλος

01/10/20 - ... Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο
Μεταδιδακτορική ερευνήτρια – Branding Τόπων

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

- Μέλος ΣΕΠ, Μάρκετινγκ Ι, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Επίβλεψη Διπλωματικών Εργασιών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Τουρισμού

01/07/20 - ... Journal of Qualitative Research in Tourism

Συντάκτης Κριτικών Βιβλίων

11/09/17 – 6/3/20 Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Βοσπόρου, Τουρκία

- Επίκουρος Καθηγήτρια, διδασκαλία σε προπτυχιακό (Αρχές Μάρκετινγκ, Πληροφοριακά Συστήματα στην Τουριστική Βιομηχανία, Ανάπτυξη Προορισμών) και μεταπτυχιακό επίπεδο (Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς)
- Επιβλεψη διπλωματικών εργασιών σχετιζόμενων με Πολιτισμικά θέματα, Marketing & Branding Προορισμών
- Έρευνα σε θέματα Place Branding, Αένας ανάπτυξης προορισμών και καινοτομίας
- Συντονισμός Διεθνών και Erasmus Συνεργασιών για το Τμήμα
- Μέλος της επιτροπής του τμήματος υπεύθυνης για πρόσληψη ακαδημαϊκού προσωπικού
- Εκπρόσωπος της Σχολής Εφαρμοσμένων Επιστημών στην επιτροπή Καντινών και Καφετεριών του Πανεπιστημίου

01/06/13 -... Ad-hoc Reviewer

- Αναγνώριση Εξαιρετικής Συνεισφοράς από τα περιοδικά Tourism Management, the Journal of Destination Marketing & Management και την Elsevier (2015-2018)
- Κριτική αξιολόγηση για κορυφαία περιοδικά (π.χ. Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Hospitality Marketing & Management, Journal of Destination Marketing & Management, Journal of Travel & Tourism Research) και συνέδρια (European Marketing Academy Conference, CHME Conference)

15/11/17 – 30/09/19 Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Ελλάδα

Επιβλέπουσα και συν-επιβλέπουσα διπλωματικών εργασιών σχετιζόμενων με on Airbnb, Μλεσα Κοινωνικής Δικτύωσης στον Τουρισμό, Θέματα Αειφόρου ανάπτυξης

01/08/14 – 30/09/17 Sheffield Business School, Sheffield Hallam University, UK

- Επίκουρη Καθηγήτρια, διδασκαλία Στρατηγικής στη Φιλοξενία και τον Τουρισμό, Marketing, Έννοιες & Καινοτομία (προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο)
- Διεθνής έρευνα σε συνεργασία με τους Επίκουρους Καθηγητές Kyuho Lee (Sonoma State University, ΗΠΑ) και Melih Madanoglu (Florida Atlantic University, ΗΠΑ), και τοπικούς συνεργάτες στις περιοχές και τα πανεπιστήμια σε Yantai (Κίνα) και Κρήτη (Ελλάδα)
- Συντονισμός του μεταπτυχιακού μαθήματος *Συμπεριφορά Καταναλωτή, Marketing και Τεχνολογία στο χώρο της Φιλοξενίας*
- Συντονισμός μαθημάτων Marketing για τα Πανεπιστήμια IMI University Centre (Ελβετία) & VTC Wan Chai (Χονγκ Κονγκ)
- Επίβλεψη διπλωματικών εργασιών (και εξ αποστάσεως μεταπτυχιακών φοιτητών)
- Μέλος διδακτορικών και ερευνητικών επιτροπών
- Εκπρόσωπος του πανεπιστημίου στην Επιτροπή της πειροχής Yorkshire του Βρετανικού Ινστιτούτου Φιλοξενίας
- Σύνδεσμος Επικοινωνίας για Επισκέπτες Ακαδημαϊκούς και Επαγγελματίες στο χώρο της Φιλοξενίας

01/02/16 - 28/02/17 Επισκέπτης Μελετητής, Πανεπιστήμιο Βοσπόρου, Τουρκία

- Επίβλεψη του προπτυχιακού μαθήματος «Πληροφοριακά Συστήματα στον Τουρισμό»

01/11/10- 30/06/15 Ερευνητικό Κέντρο για Πολιτική και Διοίκηση Πολιτισμού, Istanbul Bilgi University, Τουρκία

- Επικεφαλής έρευνας για το Ευρωπαϊκό Έργο *Πρόσβαση στον Πολιτισμό*
- Προσκεκλημένος Λέκτορας για προπτυχιακά και μεταπτυχιακά μαθήματα σχετικά με Place Marketing, Branding Πόλεως, Πολιτιστικό Τουρισμό και Τουρισμό Πόλεως
- Μέλος ομάδων έργου και προτάσεων έργου Αειφόρου Ανάπτυξης (π.χ. Branding για τη ΝΑ Τουρκία, Αειφόρος Τουριστική Ανάπτυξη της Σινώπης, Κωνσταντινούπολη 2010 – Απολογισμός της Πολιτιστικής Οικονομίας)

1/03/11 – 30/06/14 Ινστιτούτο EUROMED – IEMA, Ελλάδα

Ακαδημαϊκός συνεργάτης και εισηγητής σε ετήσια Καλοκαιρινά Σχολεία Τουρισμού (σε συνεργασία με τα Πανεπιστήμια Dokuz Eylül και Πειραιά)

15/02/08 – 15/02/11 Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης – Τμήμα Μάρκετινγκ, Ελλάδα
Επιβλεψη διπλωματικών εργασιών πάνω σε Διεθνές και Πολιτιστικό Marketing

1/12/07 – 31/05/09 Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης ΙΔΕΚΕ, Ελλάδα
Επαγγελματικά σεμινάρια “ Μάρκετινγκ ”, “Ερευνας Μάρκετινγκ”, “Βιομηχανικού Μάρκετινγκ ”, “Διοίκησης”

1/10/06 – 15/02/08 Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης – Τμήμα Μάρκετινγκ, Ελλάδα
Διδασκαλία “Αρχών Μάρκετινγκ”, “Μίγματος Μάρκετινγκ”, “Διεθνές Μάρκετινγκ”,
“Συμπεριφορά Καταναλωτή”

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

1/6/06 – ... Σύμβουλος Μάρκετινγκ

- 01/09/2019 - ... Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη – Τουρκία <https://www.kentselkalkinma.org/>
- 15/07/2013 – 30/06/2014 [Corallia Clusters Initiative](#) Αθήνα & Πάτρα - Ελλάδα
Ανάπτυξη και Εφαρμογή Σχεδίου Μάρκετινγκ για τα InnoHubs
- 01/11/2012 – 31/07/2014 [Elliniko Theatro](#) (Greek Theatre), Νέα Υόρκη - ΗΠΑ/ Αθήνα - Ελλάδα
Διευθυντής Λειτουργιών στην Τουρκία – Ανάπτυξη δικτύου συνεργατών για τη φιλοξενία παραστάσεων, διαχείριση των παραστάσεων στην Πόλη
Διευθυντής Παραγωγής – κινητοποίηση, επίβλεψη και συνεργασία με διεθνή των επιμέρους λειτουργιών, προετοιμασία, εκτίμηση κόστους και διευκόλυνση εξασφάλισης χρηματοδότησης για την υλοποίηση του διεθνούς προγράμματος
- 01/12/2012 – 01/02/2014 [Galata School](#), Κων/λη – Τουρκία
Υπεύθυνος Έργων & Επικοινωνίας κατά τη μετατροπή της Σχολής σε εκπαιδευτικό και πολιτιστικό κέντρο, Εξασφάλιση χρηματοδότησης για τη διαφύλαξη του βιβλιογραφικού υλικού μέσω του προγράμματος ΜΑΝΤΡΑ της Ολλανδικής Πρεσβείας
- Μέλος Οργανωτικών και Επιστημονικών Επιτροπών Διεθνών Συνεδρίων (π.χ. [ICOT2022](#), [THInC2021](#), [ICOT2020](#), [TOURMAN2018](#), [EBEEC 2013](#))
- Συνεργασία με ΜΜΕ και το Τμήμα Πολιτισμού & Τουρισμού του Δήμου Ρεθύμνου, Κρήτη - Ελλάδα

01/11/10 – 30/06/11 Σισμανόγλειο Μέγαρο/ Γενικό Προξενείο της Ελλάδος στην Κων/λη

- Υπεύθυνος Έργων διοργάνωσης εκδηλώσεων προβολής των πολιτιστικών και τουριστικών χαρακτηριστικών Ελληνικών δήμων και περιφερειών
- Μέλος της ομάδας του Σισμανογελίου Μεγάρου που μεριμνά για
 - την διευκόλυνση χρηματοδότησης πολιτιστικών εταιριών
 - την πολιτιστική δράση του Προξενείου

30/09/10 – 30/09/13 ΜΚΟ Μετάδρασις, Αθήνα

Υπηρεσίες Διερμηνείας για τα Ηνωμένα Έθνη και άλλους φορείς διαχείρισης αιτώντων άσυλο

1/7/05–26/5/06

Kantor Management Consultants S.A.

Μελέτη για τις Τηλεπικοινωνίες, Μεθοδολογία Στρατηγικής & Έργα Στρατηγικής της KANTOR, Έργα με Αναδόχους τη Γενική Τράπεζα Ελλάδος και τη Eurobank EFG Group AE

Άρθρα σε Διεθνή Περιοδικά SSCI/ SCIE

- Lee, L., Kladou, S., Usakli, A., & Shi, Y. (2022). Co-branding exercises in New World Wine Countries: The case of Yantai, China. *Journal of Hospitality and Tourism Insights.*, 5(1), 116-137 doi.org/10.1108/JHTI-06-2020-0109
- Peng, N., Chen, A., Kladou, S., Barnes, B. (2022). Cultivating a sense of belonging and promoting sports fans' travel intentions. *Tourism Analysis: An Interdisciplinary Journal*. In Press.
- Kladou, S., Rigoroulou, E., Kavaratzis, M., Salonika, E. (2021). Memorable tourism experiences and country image. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*.
<https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1964552>
- Kladou, S., Psimouli, M., Kapareliotis, I. (2020). The role of brand architecture and brand heritage for family-owned wineries: the case of Crete, Greece. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 41(3), 309-330.
- Farmaki, A., Kladou, S. (2020). Why do Airbnb hosts discriminate? Examining the sources and manifestations

- of discrimination in host practice. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 181-189.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.005>
- Kladou, S., Kavaratzis, M., Rigopoulou, E., Salonika, E. (2016). The role of brand elements in destination branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6 (4), 426-435.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.06.011>
- Kladou, S., & Mavragani, E. (2015). Assessing Destination Image: An online marketing approach and the case of Tripadvisor. *Journal of Destination Marketing & Management*. 4(3), 187-193. [10.1016/j.jdmm.2015.04.003](https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.003)
- Kladou, S., Giannopoulos, A. & Mavragani, E. (2015). Destination brand equity: An analysis of a decade of research (2001-2012). *Tourism Analysis*. 20 (2), 189-200.
<http://dx.doi.org/10.3727/108354215X14265319207399>
- Kladou, S., Giannopoulos, A. & Assiouras, G. (2014). Matching tourism type and destination image perceptions in a country context. *Journal of Place Management and Development*, 7 (2), 141-152.
<http://dx.doi.org/10.1108/JPMD-11-2013-0024>
- Kladou, S. & Kehagias, J. (2014). Developing a structural brand equity model for cultural destinations. *Journal of Place Management and Development*, 7 (2), 112-125. <http://dx.doi.org/10.1108/JPMD-03-2013-0007>
- Kladou, S. & Kehagias, J. (2014). Assessing destination brand equity: an integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3 (1), 2-10. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.11.002>
- Zouganeli S., Trihas N., Antonaki M., Kladou S. (2012). Aspects of Sustainability in the Destination Branding Process: A Bottom-up Approach, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21, 739-757.
[10.1080/19368623.2012.624299](https://doi.org/10.1080/19368623.2012.624299)

Άρθρα σε Διεθνή Περιοδικά

- Kladou, S. & Trihas, N. (2022). Place branding through resource integration and gastro-cultural experiences: A transnational perspective. *Tourism and Hospitality*, 3(1), 1-14; <https://doi.org/10.3390/tourhosp3010001>
- Kladou, S. (2015). The 6th Advances in Tourism Marketing Conference. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-2. DOI: 10.1080/13032917.2015.1103401
- Kladou S. (2008). Golf Tourism: What does a golfer appreciate and consider in selecting a golf destination?, *Tourist Scientific Review*, 4.

Βιβλία & Συλλογικοί Τόμοι

- Farmaki, A., Ioannides, D., & Kladou, S. (eds.) (2022). *Peer-to-peer Accommodation and Community Resilience*. CABI.
- Kladou, S., Farmaki, A., Andriotis, K., Styliadis, D. (eds.) (forthcoming). *Tourism Development and Planning in the Middle East*. CABI Regional Book Series.

Κεφάλαια σε Συλλογικούς Τόμους & Εκθέσεις

- Kladou, S. (2022). Gastro-cultural identities for place branding: The forbidden fruit of minorities? In Slocum, S.L. (ed.) *Building inclusion in tourism: Overcoming institutional discrimination and bias*. Routledge. (forthcoming)
- Ayhan, N. & Kladou, S. (2022). Moving away from wine tourism and sustainable tourism development: The paradox in the case of Bozcaada (Tenedos), Turkey. In Kladou, S., Farmaki, A., Andriotis, K., Styliadis, D. (eds.) *Tourism Development and Planning in the Middle East*. CABI Regional Book Series. (forthcoming)
- Kladou, S. (2021). Destination Brand Equity. In Buhalis, D. (ed.) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham. <https://doi.org/10.4337/9781800377486>
- Kladou, S., Psimouli, M., Skourtis, G., Giannopoulos, A. & Eskitark, N.H. (2021). Shedding light upon the shadows: Exploring the link between country destination image and dark tourism. In Pappas, N. & Farmaki, A. (eds.) *Tourism Dynamics: New perspectives and changing directions*. Goodfellow Publisher.
- Kuzuoglu, S. & Kladou, S. (2021). Challenges to sustainability in prospective World Heritage Sites: The case of Iznik/Nicaea, Turkey as an up-and-coming tourism destination. In Decrop, A., Correia, A. & Kozak, M.

- (eds.) *Marketing sustainable and collaborative tourism in a digital world*, Goodfellow Publisher.
- Kladou, S. (2017). Destination brand equity: the path leading to brand loyalty. In Kumar Dixit, S. (ed.) *Handbook of Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*, Routledge, 326-336.
- Kladou, S. (2017). Destination Brand Equity & Cultural Tourism. In Tsartas, P. & Lytras, P. (eds.) *Greek Tourism - A Collective Volume*. Papazisis Publications. (Published in Greek), 489-494.
- Kladou, S. & Mavragani, E. (2016). A social media approach to evaluating heritage destination perceptions: the case of Istanbul. In Alvarez, M., Yuksel, A. & Go, F. (eds.) *Heritage Tourism Destinations: preservation, communication and development*. CABI, 91-104.
- Expert Report: *Access to Culture - Policy Analysis* (2015). Analysis and project financed by the European Commission - Culture Programme. Final Deliverable of the Project realised by EDUCULT (Austria), IRMO (Croatia), KPY (Turkey), Interarts (Spain), NCK (Sweden), and Telemarksforsking (Norway).
- Papatheodorou, A. & Kladou, S. (2013). Shifting patterns in Cultural Management: A success story. In *Cultural Changemakers Against the Grain: New players, management practices & policy challenges across Europe and its neighborhood* (4th ed.), KPY Cultural Policy & Management Yearbook 2012-13, Istanbul. ISBN 978-605-399-328-5
- Kladou, S. (2011). Cultural Festivals: An overview. In Ada, S. (eds.), *Istanbul Cultural Festivals*, Turkey: Turkish Ministry of Education & Culture, Istanbul Bilgi University Publications. (Published in Turkish). ISBN 978-605-399-201-1.

Book Reviews, Special Sessions, Panels

- Psimouli, M., Alebaki, M. & Kladou, S. (2022). Foretasting the day after. Special Session at ICOT2022, Rethymno, Greece.
- Kladou, S. & Psimouli, M. (2022). Wine tourism in Crete: Strengthening the industry-research nexus. Panel organized at ICOT 2022, Rethymno, Greece.
- Kladou, S. (2021). Cavaliere, C., Ingram, L., & Slocum, S. (eds.) Neolocalism & Tourism. *European Journal of Tourism Research*. Forthcoming.

Εισηγήσεις σε Διεθνή Συνέδρια

- Psimouli, M., Kladou, S., Alebaki, M., Terzidis, A. (2022). Wine Tourism: The risign of a new era, Insights from Crete & Santorini. *ICOT2022*, Rethymno, Greece.
- Kladou, S. & Trihas, N. (2021). Public diplomacy, place branding practices and cross-border cooperation around the table. *Place Branding and Cross-Border Regions*. Virtual Conference.
- Kladou, S. (2021). Whose culture? The role of identity-based branding. *5th International Place Branding Association Conference*. Barcelona, Spain.
- Kladou, S. & Trihas, N. (2021). Gastro-cultural identity and branding: Acknowledging the goose that lays the golden egg. *TOURMAN 2021*. Virtual Conference.
- Kladou, S., Psimouli, M., & Kapareliotis, I. (2020). Branding Family-Owned Cretan Wineries: The Role of Heritage. *2020 Global Marketing Conference*, Virtual Conference.
- Ayhan, N., & Kladou, S. (2020). The (Dis)connection between Destination Identity, Wine Culture and Tourism Destination Brand: The Case of Bozcaada, Turkey. *t-Forum 2020 Global Conference*, Virtual Conference.
- Farmaki, A., Kladou, S. (2019). Discrimination in Airbnb: Insights from Host Practices. *5th World Research Summit for Hospitality and Tourism*, Orlando, Florida.
- Kladou, S., Farmaki, A., & Rigopoulou E. (2019). Airbnb for everyone: Hosts' perceptions on Airbnb's antidiscrimination policy. *Advances in Tourism Marketing Conference*, Namur, Belgium.
- Kladou, S., Rigopoulou E., Kavartzis, M., & Salonika, E. (2019). A memorable tourism experience and its effect on country image. *Advances in Tourism Marketing Conference*, Namur, Belgium.
- Lee, K., Kladou, S., Madanoglu, M. & Shi, Y. (2019). 'New world' wine countries vs. 'Old world' wine countries: A comparative study of wine tourists. *American Association of Wine Economists Annual Conference 2019*, Vienna.

- Kuzuoglu, S. & Kladou, S. (2019). What does it take to be inscribed as a WHS? Urban Tourism and place branding in the case of Iznik/ Nicaea, *Changing Cities IV: Spatial, Design, Landscape and socioeconomic dimensions*, Chania, Crete.
- Kuzuoglu, S. & Kladou, S. (2019). Treasure hunting in Iznik, Turkey: Evaluating the city's heritage resources from a destination branding perspective. *International Conference on Tourism*, Porto, Portugal.
- Eskitark, H.N., Kladou, S., & Psimouli, M. (2019). Shedding light upon the shadows between country destination image and dark tourism: the case of Turkey, *7th International Conference on Contemporary Marketing Issues*, Heraklion, Crete.
- Kladou, S., Lee, K., Madanoglu, M. & Shi, Y. (2018). Inspiring Winery Experiences to Benefit Destination Branding: Insights from Chinese Wine Tourists, *EuroCHRIE*, Dublin, Ireland.
- Kladou, S., Lee, K., Madanoglu, M. & Shi, Y. (2018). Experiencing the Wine Destination: The Case Of Yantai Wine Region In China. *Advances in Hospitality and Tourism Marketing Management Conference*, Bangkok, Thailand.
- Chen, A., Kladou, S., Mai, L-W, Peng, N. (2017). Incorporating Vanity into a Luxury Value-Attitude- Behavior Model- Evidence from Luxury Restaurant Consumers, *Association for Consumer Research Conference*, San Diego, USA.
- Lee, K., Madanoglu, M., Kladou, S. & Shi, Y. (2017). Chinese Wine Tourists: The case of Yantai Wine Region, China, *3rd Culinary and Wine Tourism Conference, IMC FH*, Krems, Austria.
- Kladou, S. (2015). Tourists and residents on cultural city brands, *3rd World Research Summit for Tourism and Hospitality & 1st USA-China Tourism Research Summit*, Orlando, USA.
- Kladou, S., Kavaratzis, M., Rigopoulou, E., & Salonika, E. (2015). Asserting the significance of the brand's symbolic elements in destination branding, *Advances in Tourism Marketing Conference*, Joensuu, Finland. ([Open link](#))
- Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmperi, A. (2015). What matters to tourists? A multi-group analysis to assess destination brand equity, *5th Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference*, Beppu, Japan. ([Open link](#), p.93-99)
- Kladou, S., & Mavragani, E. (2014). Assessing Image Traits on Social Media: The Case of a Cultural Destination, *Heritage Tourism and Hospitality International Conference*, Istanbul, Turkey.
- Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmperi, A. (2014). Destination Brand Equity: Evaluating Cultural Urban Destinations, *AMA SERV SIG 2014*, Thessaloniki, Greece.
- Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmperi, A. (2014). An Insight Into City Branding A Destination Brand Equity Approach, *43rd Annual Conference of EMAC*, Valencia, Spain.
- Kladou, S., & Kehagias, J. (2013). Assessing brand equity in the case of cultural destinations. *Sustainable Issues and Challenges in Tourism Conference*. Istanbul, Turkey. ISBN 978-975-518-354-1
- Kladou S., Giannopoulos, A., & Assiouras, I. (2013). Matching country destination image with tourism types. *Sustainable Issues and Challenges in Tourism Conference*. Istanbul, Turkey. ISBN 978-975-518-354-1
- Giannopoulos, A., Kladou, S., & Assiouras, I. (2013). Matching tourism type and destination image perceptions in a country context. *42th Annual Conference of EMAC*, Istanbul, Turkey. ISBN 978-9944-380-10-2
- Kladou, S., Assiouras, I., & Giannopoulos, A. (2013). Tourism type and destination image perceptions in a country context: a match/mismatch framework. *42nd AMS Annual Conference*, California, US.
- Kladou, S., Bakas, F., & Kladou, M. (2013). Cultural destination brands and the role of gender in sustainable tourism development: Focusing on handicraft entrepreneurs. *Critical Tourism Conference V*, Sarajevo. ([Open link](#))
- Kladou, S. Kehagias, J. (2012). Connecting Culture to Destination Brand Equity Dimensions: Towards a Conceptual Model, *2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference*, Corfu. ISBN 978-960-287-139-3
- Giannopoulos, A., Kladou, S., Mavragani, E., Chytiri, A. P. (2012). Measuring the Effectiveness of Destination Branding: A Critical Approach, *2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management Conference*, Corfu. ISBN 978-960-287-139-3

- Kladou, S. Kehagias, J. (2012). Investigating the Contribution of Culture to Destination Branding, *ICOT 2012*, Crete. ISBN 978-9963-9799-1-2, ISSN 1986-4256.
- Kladou, S., Giannopoulos, A., Mavragani, E., Chytiri, A. P. (2012). Destination Branding and Relationship Marketing: A Competitive Advantage through Capitalizing on Culture, *ICOT 2012*, Crete. ISBN 978-9963-9799-1-2, ISSN 1986-4256.
- Kladou, S., Giannopoulos, A., Mavragani, E., Chytiri, A. P. (2012). Building a sustainable competitive advantage in times of crises: Capitalizing on culture, destination branding and relationship marketing, *Sustainable Tourism in Times of Crisis*, Antalya. ISBN 978-605-4483-08-2.
- Kladou, S. , Kehagias, J. (2012). Sustainable Tourism Development in Times of Crises: The Contribution of Culture to City Branding, *Sustainable Tourism in Times of Crisis*, Antalya. ISBN 978-605-4483-08-2.
- Kladou, S. , Kehagias, J. (2012). Evaluating Destination Brands: The importance of culture, *1st Pan-Hellenic Place Marketing and Branding Conference*, Volos. (in Greek)
- Zouganeli S., Trihas N., Antonaki M., Kladou S. (2010) The role of local people in the development of a local brand: A bottom-up approach, *International Conference on Sustainable Tourism: Issues, Debates & Challenges*, Crete & Santorini – **Best Paper Award**

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ

- 2020-...** Διεθνές Πάνελ για Ειδικούς σε θέματα Place Brand - <https://placebrandobserver.com/panel/>
- 2016-...** Higher Education Academy, Ηνωμένο Βασίλειο
- 2014** Ευρωπαϊκή Ακαδημία Μάρκετινγκ

ΓΛΩΣΣΕΣ

- **Ελληνική** – μητρική
- **Αγγλικά** – επίπεδο Γ2 (Proficiency in English, Cambridge University)
- **Τουρκική** – επίπεδο Γ1 (C1, TÖMER - Ankara University)
- **Γερμανική, Ιταλική** – επίπεδο B2 (Mittelstufe, Goethe & Celi 3, Perugia University)
- **Κινεζική** - αρχάρια

ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ

- ✓ Υπολογιστές: Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Access), Internet Explorer, Outlook Express, Windows (Certificate ECDL Core, 2005)
- ✓ Ικανότητες Στατιστικής και Διοίκησης: Ερευνητικές μεθοδολογίες, Γνώση των SPSS, AMOS, PLS-SEM, NVivo, Microsoft Project, Precision Tree, @Risk, MapInfo, ARIS Web Designer
- ✓ Διασώστης Πρώτων Βοηθειών & για αυτόματη εξωτερική απινίδωση
- ✓ Ομαδικό πνέυμα: συνεργασία με πλήθος διεθνών ερευνητικών ομάδων, καθοδήγηση και κινητοποίηση της ομάδας του Ελληνικού Θεάτρου, των εθελοντών της Σολής Γαλατά, της τουρκικής ομάδας έργου *Access to Culture*