

ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

10/2020-09/2022

Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο – Μεταδιδακτορική έρευνα με τίτλο: Institutions, Gastrocultural identity and Place Branding, με έρευνα πεδίου σε Κρήτη (Ελλάδα) και Ίμβρο/ Gökçeada (Τουρκία)

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]
Πλήρες κείμενο: <http://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/29887#page/1/mode/2up>

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

2020-2022 Hellenic Mediterranean University – Ακαδημαϊκή υποτροφία για τη μεταδιδακτορική έρευνα σε institutions, gastro-cultural identities and place branding

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 TÜBİTAK – 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

Τμήμα Διοίκησης & Τουρισμού ΕΛΜΕΠΑ, Εσταυρωμένος, Ηράκλειο, Κρήτη E-mail: stellakladou@hmu.gr	Dr. Stella Kladou	Τελευταία ενημέρωση: 10/9/25 http://gr.linkedin.com/pub/stella-kladou/a/32b/43a
--	--------------------------	---

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

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- 01/01/25-...** **Services Marketing Quarterly, Taylor & Francis Group**
Co-editor-in-Chief, with Prof. Kyuho Lee (Sonoma State University, US)
- 17/07/23-...** **Journal of Foodservice Business Research, Taylor & Francis Group**
Associate Editor for Europe and Africa
- 01/07/20 - ...** **Journal of Qualitative Research in Tourism, Edward Elgar**
Book Reviews Editor

ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗ & ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

30/09/22 - ... **Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο (ΕΛΜΕΠΑ)**

Επίβλεψη μεταδιδακτορικής έρευνας της Dr Ayse Ercan Kydonakis με τίτλο *Decolonizing the Ottoman Past: Archaeology, Heritage, and Branding Identities in Greece*

Επίβλεψη διδακτορικής έρευνας της Ασπασίας Χριστοφόρου με τίτλο *Intangible Cultural Heritage and Place Branding: The blend leading to resilience*

Συμμετοχή στην επιτροπή της διδακτορικής ερευνήτριας Μπότση Βενετία-Μαρίας με τίτλο *Αρχαιολογικοί Χώροι και Δημόσια Αρχαιολογία: Μια διαφορετική πολιτιστική συνομιλία*

Διδασκαλία Μεταπτυχιακού Μαθήματος *Μεθοδολογία Έρευνας* στο διαπανεπιστημιακό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Διοίκηση Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων (Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής – ΕΛΜΕΠΑ)

Διδασκαλία μεταπτυχιακού σεμιναρίου στην *Ποιοτική Έρευνα* και επίβλεψη διπλωματικών εργασιών – Διοίκηση Επιχειρήσεων Φιλοξενίας και Τουρισμού, ΕΛΜΕΠΑ

Διδασκαλία προπτυχιακών μαθημάτων: *Μεθοδολογία Έρευνας* (4^ο εξάμηνο), *Διοίκηση Τουριστικών Προορισμών* (7^ο εξάμηνο) και *Διαχείριση Ταυτότητας (Branding) Επιχειρήσεων και Προορισμών* (επιλογής 3^{ου} και 4^{ου} έτους)

Επίβλεψη πτυχιακών εργασιών

Μέλος: Επιτροπή Διδακτορικών Σπουδών, Επιτροπή Μεταπτυχιακών Σπουδών, Πανεπιστημιακή Επιτροπή για την Ισότητα

Αναπληρωματικός Υπεύθυνος Erasmus και Διεθνών Συνεργασιών για το Τμήμα

19/10/20 – 29/09/22 **Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού, Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο (ΕΛΜΕΠΑ)**

Μεταδιδακτορική ερευνήτρια με θέμα Γαστρονομία, Πολιτισμός και Place Branding

01/10/20 - ... **Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Βοσπόρου, Τουρκία**

Συν-επιβλέπουσα διπλωματικών εργασιών μεταπτυχιακών φοιτητών – Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στην Αειφόρο Τουριστική Ανάπτυξη

15/10/2020 - ... Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Διδασκαλία σε προπτυχιακό επίπεδο της ΔΕΟ23

11/09/17 – 06/03/20 Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Βοσπόρου, Τουρκία

- Επίκουρη Καθηγήτρια, διδασκαλία σε **προπτυχιακό** (Αρχές Μάρκετινγκ, Πληροφοριακά Συστήματα στην Τουριστική Βιομηχανία, Ανάπτυξη Προορισμών) και **μεταπτυχιακό** (Τουρισμός Πολιτιστικής Κληρονομιάς) επίπεδο
- Επιβλεψη 3 διπλωματικών εργασιών σχετιζόμενων με Πολιτισμικά θέματα, Marketing & Branding Προορισμών
- Υπεύθυνη ερευνητικού έργου πάνω σε Γαστρονομία, Place branding και Θεσμούς (Bogazici University Research Fund - BAP Start-up No 15161)
- 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 (2015-2019)
- 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 (π.χ. European Marketing Academy Conference, CHME Conference)

15/11/17 – 31/07/24 Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Ελλάδα

Επιβλέπουσα και συν-επιβλέπουσα διπλωματικών εργασιών σχετιζόμενων με Airbnb, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στον Τουρισμό, Θέματα Αειφόρου ανάπτυξης, Οινικό Μάρκετινγκ

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

- Επίκουρη Καθηγήτρια, διδασκαλία **προπτυχιακών** μαθημάτων: Στρατηγικής στη Φιλοξενία και τον Τουρισμό, Hospitality Business Solutions και **μεταπτυχιακών** μαθημάτων: Marketing, Έννοιες & Καινοτομία
- 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 16 διπλωματικών εργασιών (και εξ αποστάσεως μεταπτυχιακών φοιτητών)
- Μέλος Επιτροπής Διδακτορικών Σπουδών και Επιτροπής Έρευνας στον Τουρισμό και τη Φιλοξενία
- Εκπρόσωπος του πανεπιστημίου στην Επιτροπή της περιοχής Yorkshire του Βρετανικού Ινστιτούτου Φιλοξενίας

Τμήμα Διοίκησης & Τουρισμού ΕΛΜΕΠΑ, Εσταυρωμένος, Ηράκλειο, Κρήτη E-mail: stellakladou@hmu.gr	Dr. Stella Kladou	Τελευταία ενημέρωση: 10/9/25 http://gr.linkedin.com/pub/stella-kladou/a/32b/43a
--	--------------------------	---

- Σύνδεσμος Επικοινωνίας για Επισκέπτες Ακαδημαϊκούς και Επαγγελματίες στο χώρο της Φιλοξενίας

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

- Επίβλεψω του προπτυχιακού μαθήματος «Πληροφοριακά Συστήματα στον Τουρισμό»

01/11/10- 30/06/15 Ερευνητικό Κέντρο για Πολιτική και Δοίκηση 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)

1/12/07 – 31/05/09 Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης ΙΔΕΚΕ, Ελλάδα

Επαγγελματικά σεμινάρια “ Μάρκετινγκ ”, “Έρευνας 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”
- Επίβλεψη πτυχιακών εργασιών

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΗ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- J01 Kladou S. (2008). Golf Tourism: What does a golfer appreciate and consider in selecting a golf destination?, *Tourist Scientific Review*, 4.
- J02 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)
- J03 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>
- J04 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/JPM-D-03-2013-0007>
- J05 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/JPM-D-11-2013-0024>
- J06 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>

- J07 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
- J08 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)
- J09 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>
- J10 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>
- J11 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.
- J12 Kladou, S. (2021). Book review of Ingra L., Slocum, S. and Cavaliere, C. (eds.) (2020). Neolocalism and Tourism: Understanding a Global Movement, ISBN-13: 978-1-911-63560-4, Oxford, UK: Goodfellow Publishers, 256 pp. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3020.
<https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2318>
- J13 Kladou, S., Rigopoulou, E., Kavaratzis, M., Salonika, E. (2021). Memorable tourism experiences and country image. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 33(3), 439-450 <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1964552>
- J14 Lee, L., Kladou, S., Usakli, A., Shi, Y. (2022). Inspiring wine experiences to benefit destination branding? Insights from wine tourists Yantai, China. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 5(1), 116-137. doi.org/10.1108/JHTI-06-2020-0109
- J15 Peng, N., Chen, A., Barnes, B.R., Kladou, S. (2022). Cultivating a sense of belonging and promoting sports fans' travel intentions: Evidence from an emerging economy market. *Tourism Analysis*, 27 (3), 285-297 <https://doi.org/10.3727/108354222X16450234944191>
- J16 Kladou, S. Trihas, N. (2022). Place branding through resource integration and gastro-cultural experiences: A transnational perspective. *Tourism and Hospitality*, 3, 1-14
<https://doi.org/10.3390/tourhosp3010001>
- J17 Alebaki, M., Psimouli, M., Kladou, S., Anastasiadis, F. (2022). Digital winescape and online wine tourism: Comparative insights from Crete and Santorini. *Sustainability*, 14, 8396.
<https://doi.org/10.3390/su14148396>
- J18 Farmaki, A., Kladou, S. and Ioannides, D. (2023). Corporate social responsibility in peer-to-peer accommodation: a focus on Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4348-4364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2022-1162>
- J19 Kladou, S., Trihas, N., Alebaki, M., & Apladas, G. (2024). Quality labels and sustainable food chains in tourism & hospitality: the role of local and traditional products. *Journal of Foodservice Business Research*, 1–32. <https://doi.org/10.1080/15378020.2024.2442789>
- J20 Stella Kladou, Ahmet Usakli, Kyuho Lee (2024) Zooming in small family wineries: exploring service quality, loyalty and the moderating role of wine involvement. *International Journal of Wine Business Research* 36 (4): 613–630. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-11-2023-0078>
- J21 Kladou, S., Lee, K., Usakli, A., & Shi, Y. (2025). Wine destination brand equity in New- and Old-World wine countries: Exploring the moderating effect of wine involvement. *Journal of*

Τμήμα Διοίκησης & Τουρισμού ΕΛΜΕΠΑ, Εσταυρωμένος, Ηράκλειο, Κρήτη E-mail: stellakladou@hmu.gr	Dr. Stella Kladou	Τελευταία ενημέρωση: 10/9/25 http://gr.linkedin.com/pub/stella-kladou/a/32b/43a
--	--------------------------	---

Vacation Marketing, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13567667251331620>
J22 Alebaki, M., Kladou, S. & Szolnoki, G. (accepted). Engaging stakeholders and communities in wine tourism education: Experiences from an international collaboration. *International Journal of Wine Business Research*.

BIBΛΙΑ

- BE1 Farmaki, A., Ioannides, D., Kladou, S. (eds.) (2022). *Peer-to-peer Accommodation and Community Resilience*. CABI. eISBN : 978-1-78924-661-2
- BE2 Kladou, S., Andriotis, K., Farmaki, A., Styliadis, D. (eds.) (2022). *Tourism Planning and Development in the Middle East*. In Tourism Regional Series. CABI.
<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781789249149.0000>
- BE3 Tabari, S., Wei, C. & Kladou, S. (2024). *Marketing and Design in the Service Sector: Enhancing Customer Experience*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/9781837972760>
- BE4 Kladou, S. & Usakli, A. (expected in 2025). *Understanding Destination and Place Branding*. Edward Edgar Publications. ISBN-10: 1035321033

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΒΙΒΛΙΑ ΚΑΙ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΩΝ

- B01 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.
- B02 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
- B03 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).
- B04 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.
- B05 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.
- B06 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.
- B07 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, 141-162.
- B08 Kladou, S. (2022). Destination Brand Equity. In Buhalis, D. (ed.) *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
<https://www.elgaronline.com/display/book/9781800377486/9781800377486.xml>
- B09 Kladou, S., Psimouli, M., Giannopoulos, A., Skourtis, G., Eskitark, N.H. (2022). 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. <https://www.perlego.com/book/2715743/tourism-dynamics-new-perspectives-and-changing-directions-pdf>
- B10 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, 95-110 <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781789249149.0000>
- B11 Acar, S, Alvarez, M.D., Doğan, E., Erkmen, E., Ertuna, B., Kalabay Hatipoglu, B., Kladou, S., Salman-Öztürk, S. (2022). 8 Femmes: A Collage of Experiences in Turkish Female Tourism Scholarship. In Correia, A., Dolnicar, S. (eds.). *Women's voices in tourism research: Contributions to knowledge and letters to future generations*. <https://uq.pressbooks.pub/tourismknowledge/chapter/8-femmes-a-collage-of-experiences-in-turkish-female-tourism-scholarship-group-contribution/>
- B12 Alebaki, M., Psimouli, M., Kladou, S. (2022). Social Media for Wine Tourism: The Digital Winescape of Cretan Wineries in the Era of Covid-19. In Tabari, S., Chen, W. (eds.) *Global Strategic Management in the Service Industry: A perspective of the New Era*. Emerald Publishing, 81-98. DOI: 10.1108/978-1-80117-081-920221006
- B13 Kladou, S. (2023). Gastro-cultural identities for place branding: The forbidden fruit of minorities? In Slocum, S. (ed.) *Inclusion in tourism: Understanding Institutional Discrimination and Bias*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003255413>
- B14 Kladou, S., Usakli, A., Lee, K. (2024). Exploring emerging Chinese wine tourists: Does gender matter? In Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Sánchez-García, E., Millán-Tudela, L.A. (eds.) *Strategic Management in the Wine Tourism Industry: Competitive strategies, wine tourism behaviour and new strategic tools*, Palgrave macmillan: Springer Nature Link. 113-124. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-54837-6#toc>
- B15 Bakas, F. E., Psimouli, M., & Kladou, S. (2024). Small-scale community-led carnival festivals on a mission: Reviving local heritage and community benefits. In Jepson, A.S., Stadler, R., & Walters, T. (eds.) *Reimagining Community Festivals and Events* (pp. 9-32). Routledge.
- B16 Kladou, S. (2025). Cultural City Brand Equity. In Oliveira, E., Sevin, E., Björner, E. (eds.) *Elgar Encyclopedia of City and Place Branding*. Edward Elgar Publishing <https://www.elgar.com/shop/gbp/elgar-encyclopedia-of-city-and-place-branding-9781035319633.html> (p.75-79).
- B17 Kladou, S., Alebaki, M. & Arvanakou, K. (2025). Sustainability in the wine tourism industry: Perceptions, practices and challenges of family businesses. In: Farmaki, A., Singh, P. & Hassan, V. (Eds.). *Niche Tourism and Sustainability: Trends, Challenges and Prospects*. CABI publishing. **(in press)**
- B18 Alebaki, M., Kladou, S., Psimouli, M. & Terzidis, A. (2025). Wine tourism, resilience and crisis-coping strategies: Evidence from Santorini. In: Bouzdine-Chameeva, T. & Szolnoki, G., Kawasaki, N. & Gennari, A. (Eds.) *Exploring the Dynamics of Wine tourism: case studies and best practices around the globe*. Book Series: De Gruyter Studies in Tourism. **(in press)**

ΕΙΣΗΓΗΣΕΙΣ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

- C01 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**

- C02 Kladou, S. , Kehagias, J. (2012). Αξιολόγηση Brands προορισμών: Η σημασία των πολιτιστικών χαρακτηριστικών, *1st Pan-Hellenic Place Marketing and Branding Conference*, Volos. (in Greek)
- C03 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.
- C04 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.
- C05 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.
- C06 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.
- C07 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
- C08 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
- C09 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](#))
- C10 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.
- C11 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
- C12 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
- C13 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
- C14 Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmeri, A. (2014). An Insight Into City Branding A Destination Brand Equity Approach, *43rd Annual Conference of EMAC*, Valencia, Spain. [Online Hard Copy Proceedings](#)
- C15 Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmeri, A. (2014). Destination Brand Equity: Evaluating Cultural Urban Destinations, *AMA SERVSIQ 2014*, Thessaloniki, Greece.
- C16 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.
- C17 Kladou, S., Kehagias, J., & Dilmeri, 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)
- C18 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](#))
- C19 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.
- C20 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.
- C21 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.
- C22 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.
- C23 Kladou, S., Lee, K., Madanoglu, M. & Shi, Y. (2018). Inspiring Winery Experiences to Benefit Destination Branding: Insights from Chinese Wine Tourists, *EuroCHRIE*, Dublin, Ireland.
- C24 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.
- C25 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.
- C26 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.
- C27 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.
- C28 Kladou, S., Rigopoulou E., Kavaratzis, M., & Salonika, E. (2019). A memorable tourism experience and its effect on country image. *Advances in Tourism Marketing Conference*, Namur, Belgium.
- C29 Kladou, S., Farmaki, A., & Rigopoulou E. (2019). Airbnb for everyone: Hosts' perceptions on Airbnb's antidiscrimination policy. *Advances in Tourism Marketing Conference*, Namur, Belgium.
- C30 Farmaki, A., Kladou, S. (2019). Discrimination in Airbnb: Insights from Host Practices. *5th World Research Summit for Hospitality and Tourism*, Orlando, Florida.
- C31 Kladou, S., Psimouli, M., & Kapareliotis, I. (2020). Branding Family-Owned Cretan Wineries: The Role of Heritage. *2020 Global Marketing Conference*, Virtual Conference.
- C32 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.
- C33 Kladou, S., & Trihas, N. (2021). Gastro-cultural identity and branding: Acknowledging the goose that lays the golden egg. *TOURMAN*, Virtual Conference.
- C34 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.
- C35 Kladou, S. (2021). Whose culture? The role of identity-based branding. *5th International Place Branding Association Conference*. Barcelona, Spain, December 8-10.
- C36 Psimouli, M., Kladou, S., Alebaki, M., Terzidis, A. (2022). Wine Tourism in the Post-covid Era:

- Insights from Crete & Santorini. International Conference on Tourism ICOT2022, June 22-25, Rethymno.
- C37 Trihas, N., Kladou, S. and Apladas, G. (2022). Quality Labels and Their Contribution to Sustainability: Local, Traditional vs Geographical Indication Products. 9th International Conference on Social Responsibility, Ethics and Sustainable Business, 15-16 September, Östersund, Sweden.
- C38 Kladou, S., Trihas, N. and Apladas, G. (2022). Gastronomic, culinary and food tourism on the plate: The case of Crete, Greece. 2nd Tourism and Hospitality International Congress (THInC) "Re-Defining Alternative Tourism: Adaptations and Future Steps", 3-4 October.
- C39 Kladou, S., Lee, K. & Usakli, A. (2022). Neolocal approaches in New and Old World Wine Countries: Insights from Chinese vs Western wine tourists. 6th Annual Conference: International Place Branding Association, Aix-en-Provence, France, October 12-14, p.57.
- C40 Kladou, S. and Trihas, N. (2023). LEGO® SERIOUS PLAY®: Applying the method in tertiary tourism education. 9th International Conference of the Institute of Humanities and Social Sciences: Citizenship, Education and Political Participation – Encouraging active citizenship in the era of artificial intelligence. May 26-28, Heraklion, Crete, Greece. (*in Greek*)
- C41 Alebaki, M. Kladou, S. & Psimouli, M. (2023). Emerging wine tourism in island destinations: Empirical insights from Crete. 2nd Conference of the EuAWE - European Association of Wine Economists, May 28-31, Chania, Crete.
- C42 Psimouli, M., Kladou, S. (2023). Names and Frames: Exploring Brand consistency through the lens of identity, International Conference on Branding Mediterranean Europe: Tourism, Transport, and National Identity, 1945-1990. Institute for Mediterranean Studies, 8-10 June, Rethymno, Crete.
- C43 Kladou, S., Alebaki, M., Psimouli, M., Terzidis, A. (2023). Seeing the light at the end of the tunnel: Resilience and crisis-coping strategies for wineries, ICOT, 21-24 June, Nicosia, Cyprus.
- C44 Lee, K., Kladou, S., Usakli, A. (2023). Winery service quality and loyalty: The role of involvement. Advances in Tourism Marketing 9th International Conference, 6-8 September, Bordeaux, France - <https://easychair.org/smart-program/ATMC2023/2023-09-08.html#talk:235245>
- C45 Alebaki, M., Kladou, S. & Arvanakou, K. (2023). Sustainability in Family Wineries: Insights from an Old-World Wine Country. 3rd International Research Workshop in Wine Tourism, October 18-20, Valdobbiadene & Treviso Prosecco Region, Italy.
- C46 Usakli, A. & Kladou S. (2024). Examining the effects of self-congruity on destination loyalty across time. 5th Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCON24), May 1-4, Istanbul, Türkiye.
- C47 Kladou, S., Alebaki, M., Psimouli, M. & Christoforou, A. (2024). Exploring the role of place for wine branding. 16th Annual Conference of the American Association of Wine Economists, 9-12.07.2024, Lausanne, Switzerland.
- C48 Kladou, S., Lee, K. & Usakli, A. (2024). Co-creating value through virtual wine tasting. 16th Annual Conference of the American Association of Wine Economists, 9-12.07.2024, Lausanne, Switzerland.
- C49 Alebaki, M., Kladou, S. & Paraskeva, M. (2024). Wine tourism and climate change: How resilient is Crete? 12th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCMI), 10-12.07.2024, Heraklion, Crete.
- C50 Bakas, F.E., Psimouli, M., Kladou, S. (2024). Small-scale carnival festivals in marginalized areas: Reviving local heritage and community benefits. LSA Conference / (Re)claiming Leisure: Rights, Responsibilities, and Resistance, 10-12 July, University of the West of Scotland (Paisley Campus), UK.

- C51 Alebaki, M., Kladou, S. & Szolnoki, G. (2024). Advancing wine tourism education through participatory approaches: Experiences from an international collaboration. XV International Conference of the Academy of Wine Business Research: “Ever-evolving experiences in innovative and sustainable wine systems”, 9-12 July, Verona, Italy.
- C52 Lee, K., Kladou, S., & Usakli, A. (2024). From virtual wine tasting to wine club membership: Focusing on luxury wine brands. 2024 Global Fashion Management Conference, July 11-14, Milan, Italy.
- C53 Lee, K., Kladou, S., & Fend, X.F. (2025) Exploring the impacts of AI on the wine destination brand equity among younger Chinese consumers’ wine consumption. International Conference on Destinations, Events and Sports (ICDES2025): Innovations and Transformations, May 8-11, Sapporo, Japan.
- C54 Bakas, F., Kladou, S., & Psimouli, M. (2025). Carnivals stimulating collective effervescence and place identity in the Anthropocene. In Special Track 8: Exploring the role of festivals and leisure events in advancing social sustainability, ATLAS Annual Conference 2025, June 16-20, Vila-seca, Spain.
- C55 Psimouli, M., Bakas, F., & Kladou, S. (2025). Cultural actors as place brand identity catalysts: A cross-country investigation of heritage-based community-led carnival festivals. 10th Advances in Tourism Marketing Conference (ATMC2025), September 24-26, Heraklion, Crete, Greece.
- C56 Lee, K., Kladou, S., & Usakli, A. (2025). Augmented Reality versus Wine Destination Brand Equity: What matters the most? Insights from Chinese Millennials and Generation Z. 10th Advances in Tourism Marketing Conference (ATMC2025), September 24-26, Heraklion, Crete, Greece.
- C57 Psimouli, M., Karantinou, K., Kladou, S., & Kavaratzis, M. (2025). The powerful impact of emotions: A missing link in place brand management. 9th International Place Branding Association Conference, October 29-31, Manchester, United Kingdom.
- C58 Kladou, S., Karagiorgos, T., Polyakova, O., Pomfret, G., Ntovoli, A., Alexandris, A. Does special interest tourism lead to sustainability? Place vs destination branding breaking the myth in the case of Mount Olympus. 9th International Place Branding Association Conference, October 29-31, Manchester, United Kingdom.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

1/6/06 – ... Συμβουλευτική και Έρευνα Μάρκετινγκ

- 2023-2026 WineManTour, Ελληνογερμανική Ακαδημαϊκή Συνεργασία χρηματοδοτούμενη από DAAD – Γερμανία
Επιστημονικός υπεύθυνος ΕΛΜΕΠΑ για την ανάπτυξη Διεθνούς Μεταπτυχιακού Προγράμματος στο Οινικό Μάνατζμεντ και Οινοτουρισμό. Συντονιστής: Geisenheim Hochschule, Βασικοί Εταίροι: ΕΛΜΕΠΑ, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής
- 01/09/2019 - ... Αειφόρος Αστική Ανάπτυξη – Τουρκία <https://www.kentselkalkinma.org/>
- 01/06/2016 – ... [Wines of Crete](#) – Ελλάδα
Ποιότητα Υπηρεσιών σε Οινοποιεία και Στρατηγική επώνυμου Προϊόντος, η Κρήτη ως Οινοποιητικός Τουρισμός
- 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 συνεργατές 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
- Co-chair του Διεθνούς Συνεδρίου [ICOT2020](#), Μέλος Οργανωτικών Επιτροπών Διεθνών Συνεδρίων (π.χ. [TOURMAN2018](#), [EBEEC 2013](#))
- Συνεργασία με ΜΜΕ και το Τμήμα Πολιτισμού & Τουρισμού του Δήμου Ρεθύμνου, Κρήτη

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 εταίρων
 - 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

ΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΕΘΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΠΡΟΚΗΡΥΞΕΙΣ ΕΡΓΩΝ

2025 Διμερής Επιστημονική και Τεχνολογική Συνεργασία Ελλάδας – Τουρκίας, Ανταγωνιστικότητα 2021-2027 (αιτούμενος προϋπολογισμός: 200.000 ευρώ, διάρκεια: 24 μήνες)

Έργο: Ψηφιακή Πολιτιστική Ασπίδα στη Μεσόγειο: Ανάπτυξη Καινοτόμων Εργαλείων για την Προστασία της Πολιτιστικής Κληρονομιάς και την Ενίσχυση του Βιωματικού Τουρισμού - DiCuSMed – Digital Cultural Shield in the Mediterranean: Developing Innovative Tools for the Protection of Cultural Heritage and the Enhancement of Experiential Tourism

Εταίροι: ΕΛΜΕΠΑ (συντονιστής), Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, Alpha Plan, Πανεπιστήμιο Boğaziçi, ARKH

Επιστημονικός Υπεύθυνος ΕΛΜΕΠΑ: Μενεγάκη Αγγελική, Αναπληρωματικός Υπεύθυνος: Κλάδου Στέλλα

2025 Erasmus+ Call: 2025 Round 1 Action type: Cooperation partnerships in higher education (KA220-HED) (αιτούμενος προϋπολογισμός: 400.000 ευρώ, διάρκεια: 36 μήνες)

Έργο: KA220-HED-69DD2C93 - International Collaboration for Sustainable Wine Tourism Education ICoSWiTE

Εταίροι: Hochschule Geisenheim (DE) (συντονιστής), University of Alicante (Spain), Odesa National University of Technology (Ukraine), Hellenic Agricultural Organisation DIMITRA (GR)

Επιστημονικός Υπεύθυνος ΕΛΜΕΠΑ: Κλάδου Στέλλα

2025 Interreg Next Med, Type of Project: 1 - Green transformation projects Programme Specific Objective: 2.4 (RSO2.6) Promoting the transition to a circular and resource

efficient economy (αιτούμενος προϋπολογισμός: 2.000.048 ευρώ, διάρκεια: 30 μήνες)

Έργο: COPMED Circular Olive Production for Mediterranean Climate Action

Εταίροι: CEIPES (International Centre for the Promotion of Education and Development) (IT) (συντονιστής), ÇOMÜ, Çanakkale 19 Mart University και Δήμος Gökçeada (TR), Mediterranean Agrofood Competence Center (Living Lab) και ΕΛΜΕΠΑ (GR), IRSEI (Research Institute for Development, Economy and Innovation, IT), UTAP (Tunisian Union of Agriculture and Fisheries)

03/2025 (85/100) *Erasmus+ Call: Small Scale Partnerships in Adult Education (KA210-ADU) :*

10/2024 (88/100) *(αιτούμενος προϋπολογισμός: 60.000 ευρώ, διάρκεια: 24 μήνες)*

Έργο: Using community-based carnivals with folklore and myths in Greece and Portugal as the medium to promote adult learning and social sustainability through learning communities (CarniLearn)

Εταίροι: University of Lisbon (Συντονιστής), Lousitanea (Portugal), ΕΛΜΕΠΑ, Politistiko Kentro Fokidas (Greece)

2024 *Ερευνώ – Καινοτομώ (αιτούμενος προϋπολογισμός: 1.566.748,40 ευρώ, διάρκεια: 36 μήνες)*

Έργο: Designing services for cultural immersion experiences in creative tourism (DEXPICTOR) ΕΚΠΑ02-0076927

Εταίροι: Πανεπιστήμιο Αιγαίου (συντονιστής), ΕΛΜΕΠΑ, Ν.Κοντης & ΣΙΑ ΕΕ, Santorini Lost Atlantis IKE

2023 *Περιφέρεια Κρήτης (έγινε δεκτή και εκκρεμεί η υλοποίησή της)*

Έργο: Αειφόρος Τουρισμός Υπαίθρου-Αγροτουρισμός στην Κρήτη: Μεγιστοποιώντας τις αναπτυξιακές προοπτικές για την ΑΓΡΟΞΕΝΙΑ

Εταίροι: ΙΝΑΓΡΟΚ, ΕΛΜΕΠΑ, ΓΠΑ, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας.

ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ - ΟΜΙΛΙΕΣ

24-26/9/25 Διεθνές Συνέδριο ATMC2025 – Resilient Futures & Creative Placemaking (Ηράκλειο, Κρήτη) - Συνδιοργάνωση με Καθηγητές Μ.Κοζακ (Kadir Has University, TR) & Α.Κορρέια (University of Algrave, PT)

Special Session: “Rethinking the Sharing Economy in Tourism: Contradictions, Challenges and Transformations” Συνδιοργάνωση με Α.Φαρμάκη (ΤΕΠΑΚ, CY), Δ.Στεργίου (ΕΑΠ, GR)

“Place Branding & Creative Placemaking: The role of cultural and creative industries”

Συνδιοργάνωση με Ε.Παπαδάκη, (ΕΛΜΕΠΑ, CY), Μ.Φλορέκ (IPBA, UK), Μ.Καβαράτσης (Manchester Metropolitan University, UK)

26-27/9/24 Ημερίδα: «Εφαρμοσμένη έρευνα και εκπαίδευση για τον οινοτουρισμό:

Εντάσσοντας το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης σε διεθνείς συμμαχίες» - Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του ΕΛΜΕΠΑ, στο πλαίσιο του Έργου WineManTour – Επιστημονικά υπεύθυνη και ομιλήτρια

22-25/6/22 Διεθνές Συνέδριο ICOT2022 - Back to the future: Reconfiguring the travel industry?

(Ρέθυμνο, Κρήτη) - Συνδιοργάνωση με Καθηγητή Κ.Ανδριώτη (Middlesex University, UK)

Τμήμα Διοίκησης & Τουρισμού ΕΛΜΕΠΑ, Εσταυρωμένος, Ηράκλειο, Κρήτη E-mail: stellakladou@hmu.gr	Dr. Stella Kladou	Τελευταία ενημέρωση: 10/9/25 http://gr.linkedin.com/pub/stella-kladou/a/32b/43a
--	--------------------------	---

Industry panel: “Wine Tourism in Crete: Strengthening the industry-research nexus” Συνδιοργάνωση με Δρ.Μ.Αλεμπάκη (ΙΝΑΓΡΟΚ, GR) και Μ.Ψιμούλη (ACG, GR)

Special Session: “Wine Tourism: Foretasting the Day After” Συνδιοργάνωση με Δρ.Μ.Αλεμπάκη (ΙΝΑΓΡΟΚ, GR) και Μ.Ψιμούλη (ACG, GR)

2020-... Διεθνές Πάνελ για Ειδικούς σε Θέματα Place Brand -
<https://placebrandobserver.com/panel/>

2019-... Πλατφόρμα Αειφόρου Αστικής Ανάπτυξης – Τουρκία
<https://www.kentselkalkinma.org/>

2016-... Higher Education Academy, Ηνωμένο Βασίλειο

2014 Ευρωπαϊκή Ακαδημία Μάρκετινγκ

11/10/13 Ομιλία με θέμα «Ρώμη, Αθήνα, Κων/λη και η αξία τους ως επωνυμίες πολιτισμού στα μάτια των τουριστών» στο Tourism Symposium ‘Evaluating cultural events as a tourism product’ (Büyükdada, TR), <https://www.turizmaktuel.com/haber/buyukada-da-turizm-sempozyumu>

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 πνεύμα: συνεργασία με πλήθος διεθνών ερευνητικών ομάδων, καθοδήγηση και κινητοποίηση της ομάδας του Ελληνικού Θεάτρου, των εθελοντών της Σχολής Γαλατά, της τουρκικής ομάδας έργου *Access to Culture*