

ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Προκόπης Θεοδωρίδης
Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ

Στοιχεία επικοινωνίας: proth@eap.gr

Ο **Προκόπης Κ. Θεοδωρίδης** είναι Αναπληρωτής Καθηγητής Μάρκετινγκ στη Σχολή Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Ξεκίνησε τις σπουδές του από το ΤΕΙ Πειραιά όπου και αποφοίτησε από το Τμήμα Διοίκησης και Οργάνωσης των Επιχειρήσεων, συνέχισε τις σπουδές του στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΑΣΟΕΕ), στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων και έκανε μεταπτυχιακές σπουδές στο University of Stirling στην Σκωτία (MSc in Marketing). Είναι Διδάκτορας του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης των Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Υπηρέτησε για 16 συνεχή έτη στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών όπου διετέλεσε Προέδρος του Τμήματος και Διευθυντής στο ΠΜΣ «MBA Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων» και στο Εργαστήριο «Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Αγροτικού Χώρου».

Το ερευνητικό του ενδιαφέρον συγκεντρώνεται στα πεδία της συμπεριφοράς του καταναλωτή, μάρκετινγκ τροφίμων, στην σχέση του μάρκετινγκ με την βιώσιμη ανάπτυξη, σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης, επικοινωνίες μάρκετινγκ και στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Έχει παρουσιάσει ερευνητικές μελέτες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια και συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι Γραμματέας της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛ.Α.Μ.) και μέλος της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (EMAC).

Ενδεικτικές δημοσιεύσεις:

- Anastasios Panopoulos, Prokopis Theodoridis, Athanasios Poulis, (2018) "Revisiting innovation adoption theory through electronic public relations", *Information Technology & People*, Τόμος 31 Αρ. 1, σελ. 21-40, <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2016-0101>.
- Ifigeneia Leri and Prokopis K. Theodoridis, (2019), "The Effects of the Winery Visitor Experience on Emotions, Satisfaction and on Post-visit Behaviour Intentions", *Tourism Review*, Τόμος 74 Αρ. 3, σελ 480-502. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2018-0092>
- Eirini Koronaki and Prokopis Theodoridis, (2020), Crafting food shopping experiences: the case of food halls in luxury departments stores, in *Consumer Science and Strategic Marketing: Case Studies on Food Experiences: Insights for Marketing, Retail and Events*, Editors: Adrienne Steffen and Susanne Doppler, Elsevier, σελ. 51-63 (ISBN: 978-0-12-817792-1)
- Gkikas D., Theodoridis P., (2021), AI in Consumer Behavior. In: Virvou M., Tsihrintzis G.A., Tsoukalas L.H., Jain L.C. (eds) *Advances in Artificial Intelligence-based Technologies. Learning and Analytics in Intelligent Systems*, vol 22. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80571-5_10
- Prokopis K. Theodoridis and Theofanis Zacharatos, (2022), "Food waste in Covid- 19 lockdown era and consumer behaviour – The case of Greece", *Socio-Economic Planning Sciences*, 101338, ISSN 0038-0121, <https://doi.org/10.1016/j.seps.2022.101338>.
- Prokopis Theodoridis, (2022), *Internal Marketing*, In Buhalis, D., (eds), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, UK: Edward Elgar Publishing. doi: <https://doi.org/10.4337/9781800377486>



[linkedin.com/in/ptheodoridis](https://www.linkedin.com/in/ptheodoridis)