

**Προκόπης Κ. Θεοδωρίδης**  
Καθηγητής Μάρκετινγκ  
Σχολή Κοινωνικών Επιστημών  
e-mail: [proth@eap.gr](mailto:proth@eap.gr)



Ο **Προκόπης Κ. Θεοδωρίδης** είναι Καθηγητής Μάρκετινγκ στη Σχολή Κοινωνικών Επιστημών του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου και από τον Σεπτέμβριο του 2024 είναι Κοσμήτορας της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών. 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, 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. Στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο είναι συντονιστής της ΘΕ ΔΕΟ23 «Μάρκετινγκ Ι» στο ΠΠΣ «Διοίκηση Επιχειρήσεων & Οργανισμών (ΔΕΟ)» και στη ΔΜΔ65 «Μάρκετινγκ Δημόσιου Τομέα» στο ΠΜΣ «Δημόσια Διοίκηση και Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση (ΔΜΔ)».

Υπηρέτησε για 14 συνεχή έτη στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πατρών όπου διετέλεσε Πρόεδρος 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, στην σχέση του μάρκετινγκ με την βιώσιμη ανάπτυξη, μάρκετινγκ τροφίμων, εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης στο μάρκετινγκ και στο εσωτερικό μάρκετινγκ. Έχει παρουσιάσει ερευνητικές μελέτες σε διεθνή περιοδικά και συνέδρια και συμμετέχει σε ερευνητικά προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι μέλος της Ελληνικής Ακαδημίας Μάρκετινγκ (ΕΛ.Α.Μ), όπου υπηρέτησε ως Γραμματέας από το 2014 έως το 2023, και 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](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)