Ε λ έ ν η Μ α υ ρ α γ ά ν η

Επίκουρη Καθηγήτρια/Διοίκηση Μάρκετινγκ/ Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Email to: mavragani.eleni@ac.eap.gr

Η Ελένη Μαυραγάνη είναι Επίκουρη Καθηγήτρια στο γνωστικό αντικείμενο της Διοίκησης Μάρκετινγκ, στο τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, Σχολή Επιστημών Διοίκησης Επιχειρήσεων, στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, καθώς και μέλος ΣΕΠ και Συντονίστρια στην Θεματική Ενότητα Διοίκηση Τουρισμού, ΔΙΤ11, στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Είναι κάτοχος πτυχίου Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων από το Πανεπιστήμιο Πειραιά, MBA και Διδακτορικού στο Μάρκετινγκ από το Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Έχει δημοσιεύσει άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά, σε βιβλία και σε ακαδημαϊκά συνέδρια. Έχει διδάξει μαθήματα μάρκετινγκ και τουρισμού σε διάφορα ελληνικά και ξένα πανεπιστήμια και έχει συμμετάσχει σε ελληνικά και ευρωπαϊκά ερευνητικά προγράμματα. Στα ερευνητικά της ενδιαφέροντα συμπεριλαμβάνονται το στρατηγικό μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ υπηρεσιών και το μάρκετινγκ τουρισμού.

Επιλεγμένες Δημοσιεύσεις

1. **Mavragani, E**, and Mandrinou, E (2022), The concept of dark tourism, visitors' motivation and the entailed dissonance in sites representation. *Enlightening Tourism: A Pathmaking Journal* (12), 1-23.
2. **Mavragani, E** (2022), Museum Services in D. Buhalis (ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.
3. **Mavragani, E** and Paliouras, D (2022), Gen "Z" and Tourism Destination: A Tourism Perspective of Augmented Reality Gaming Technology. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 19(5), 2241001 (https://doi.org/10.1142/S0219877022410012).
4. **Mavragani, E** (2021), Greek Museums and Tourists' Perceptions. An empirical research, *Journal of the Knowledge Economy*, Springer, 12, 120-133.
5. Gritzali, A, **Mavragani, E** and Gritzalis, D (2019), Negative MWOM and value co-destruction during destination crises. *Business Process Management Journal*, 26 (4), 839-856.
6. **Mavragani, E**, Nikolaidou, P, and Theodoraki, E (2019), Traveler Segmentation Through Social Media for Intercultural Marketing Purposes: The Case of Halkidiki. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5 (1) 15-23.
7. Chountala, V, Chountalas, P, Magoutas A and **Mavragani E** (2019), The cultural route of Hercules: mapping the tourist's perspective. *International Journal of Tourism Policy,* 9 (2), 131-154.
8. Dergiades, T, **Mavragani, E** and Pan, B (2018), Google Trends and Tourists' Arrivals: Emerging biases and proposed corrections, *Tourism Management*, 66, 108-120.