

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΙΟΡΔΑΝΗΣ ΚΟΤΖΑΪΒΑΖΟΓΛΟΥ

ΕΤΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ: 1973

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: Τέρμα Μαγνησίας, 62 124, Σέρρες

ΤΗΛΕΦΩΝΑ: 23210 49314 (εργασίας) και 6932 720915 (κινητό)

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ikotza@teiser.gr/ ikotza@jour.auth.gr

ΣΠΟΥΔΕΣ

2008-2009 **Μεταδιδακτορική Έρευνα στον Επιστημονικό Τομέα Επιστήμες Επικοινωνίας και Πληροφόρησης, υποτομέας Δημόσιες Σχέσεις, Διαφήμιση**, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, υποτροφία από Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ) *«Στερεότυπα φύλου στις Έντυπες Πολιτικές Διαφημίσεις των Ελληνίδων Υποψηφίων Βουλευτών»*.

2001-2006 **Διδακτορικό Δίπλωμα στην Επιστήμη της Επικοινωνίας – Πληροφόρησης**, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Τίτλος διατριβής: *«Η Εικόνα του Άνδρα Πολιτικού στον Ελληνικό Τύπο κατά τη Χρονική Περίοδο 1989-2000»*. Βαθμός: Άριστα.

1997-1999 **Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων**. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Τίτλος διπλωματικής εργασίας: *«Η Επιχειρησιακή Επικοινωνία και η Εφαρμογή της σε Επιλεγμένες Επιχειρήσεις και Οργανισμούς της Βόρειας Ελλάδας»*. Βαθμός: 9,3.

1991-1997 **Πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας. Βαθμός πτυχίου: 8,00.

1988-1991 **1^ο Λύκειο Θεσσαλονίκης**. Βαθμός απολυτηρίου: 18 και 6/11.

ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ - ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ - ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

1. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΗΝ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

- Από 1/3/2011 έως σήμερα: **Επίκουρος Καθηγητής** Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας με γνωστικό αντικείμενο: Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις.
- Από 1/10/2011 έως σήμερα: **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)**. Θέση: Συνδιδάσκων Καθηγητής (50%) του μαθήματος «Ηγεσία, Επικοινωνία, Δημόσιες Σχέσεις» (χειμερινό και εαρινό εξάμηνο).
- Από 1/3/2016 έως σήμερα: **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Διοίκηση Μονάδων Υγείας**. Θέση: Συνδιδάσκων Καθηγητής (50%) του μαθήματος «Μάρκετινγκ» (εαρινό εξάμηνο).
- Από 1/3/2013 έως σήμερα: **ΤΕΙ Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)**. Θέση: Επισκέπτης Καθηγητής στην κατεύθυνση Μάρκετινγκ, από μία διάλεξη στα μαθήματα «Μάρκετινγκ Υπηρεσιών», «Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ» και «Διεθνές Μάρκετινγκ».
- Από 15/2/2015 έως σήμερα: **ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας, MBA in Hospitality and Tourism**. Θέση: Υπεύθυνος Καθηγητής του μαθήματος «Tourism Destination Management» (αγγλόφωνο, εαρινό εξάμηνο).
- Από 1/10/2011 έως 30/6/2015: **Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης**. Θέση: Διδάσκων την ενότητα «Μάρκετινγκ» στο πλαίσιο του έργου με τίτλο «Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ) του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (χειμερινό και εαρινό εξάμηνο).
- Από 1/3/2008 έως και 28/2/2011: **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Μάρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών**. Θέση: Ειδικός Επιστήμων σύμφωνα με το Π.Δ. 407/80, διδάσκων το μάθημα «Διαχείριση Σχέσεων Μάρκετινγκ» (χειμερινό εξάμηνο, 2009-2010, 2010-2011) και «Διοίκηση Διαφήμισης και Επικοινωνίας» (εαρινό εξάμηνο 2007-2008, 2008-2009), «Διαφήμιση» (εαρινό εξάμηνο 2009-2010) «Εργαστηριακές Εφαρμογές Διαφήμισης» (εαρινό εξάμηνο, 2009-2010).
- Από 15/2/2006 έως 31/8/2007: **Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ**. Θέση: Ειδικός Επιστήμων σύμφωνα με το

Π.Δ. 407/80, εργαστηριακός συνεργάτης στο μάθημα «Μέθοδοι Έρευνας Μαζικής Επικοινωνίας» (εαρινό εξάμηνο).

- Από 30/9/2001 έως 28/2/2011: **ΤΕΙ Σερρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων**. Θέση: Εργαστηριακός και Επιστημονικός Συνεργάτης, διδάσκων τα μαθήματα: «Επιχειρησιακές Δομές και Επικοινωνίες» (2002-2011), «Δημόσιες Σχέσεις» (2002-2011), «Εισαγωγή στη Διαφήμιση» (2002--2011), «Διοικητική Λογιστική» και «Ειδικά Θέματα Διοικητικής Λογιστικής» (2001-2002), καθώς και επιβλέπων πτυχιακές εργασίες φοιτητών/ τριών με θέματα σχετικά με Επικοινωνία, Μάρκετινγκ και Δημόσιες Σχέσεις.

2. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟ ΤΕΙ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

- Από 1/9/2011 έως 31/8/2014: **Υπεύθυνος/ Διευθυντής Τομέα Μάνατζμεντ-Μάρκετινγκ** του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας.
- Από 14/6/2012 έως σήμερα: **Εκπρόσωπος Μελών Ε.Π.** του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων για την υλοποίηση της Πράξης με τίτλο «**Ανοιχτά Ψηφιακά Μαθήματα στο Τ.Ε.Ι. Σερρών**» στο πλαίσιο του Προγράμματος Δια Βίου Μάθησης.
- Από 1/6/2012 έως σήμερα: **Μέλος της συντονιστικής επιτροπής** του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών MBA in Hospitality and Tourism του ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας.
- Από 19/9/2012 έως 18/9/2013: **Πρόεδρος Επιτροπής Καταστροφής Υλικού**, ΤΕΙ Κεντρικής Μακεδονίας.
- Από 1/6/2011 έως 30.5.2012: **Μέλος Επιτροπής Αξιολόγησης Ενστάσεων**, ΤΕΙ Σερρών.
- 17/3/2011: **Μέλος Ομάδας Εργασίας** για την Αξιολόγηση των Τεχνικών Προδιαγραφών των Προσφορών για την Ανάδειξη Αναδόχου Φύλαξης των Κτηριακών Εγκαταστάσεων του Ιδρύματος, ΤΕΙ Σερρών.
- 15/10/2009: **Μέλος της Επιτροπής** για τη Σύνταξη του Στρατηγικού Σχεδιασμού για τη Δημοσιότητα του Ιδρύματος.

3. ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ

- Από 08/09/2003 έως και σήμερα: **Σχολή Μετεκπαίδευσης και Επιμόρφωσης Ελληνικής Αστυνομίας, Παράρτημα Βορείου Ελλάδας**. Θέση: Ωρομίσθιος Καθηγητής μαθημάτων Δημοσίων Σχέσεων, Επικοινωνίας και Διοίκησης Προσωπικού.
- Από 01/10/2004 έως και σήμερα: **Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης**. Θέση: Εισηγητής σεμιναρίων σε θέματα Επικοινωνίας, Διαπραγματεύσεων και Ηγεσίας.
- Από 11/7/2011 έως σήμερα: Εισηγητές σεμιναρίων, ομιλητής και σύμβουλος σε θέματα επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων και μάρκετινγκ.
- Από 29/03/2004 έως 8/7/2011: **Ελεύθερος Επαγγελματίας ως εισηγητής σεμιναρίων και σύμβουλος** σε θέματα επικοινωνίας, δημοσίων σχέσεων και μάρκετινγκ.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΕΡΓΟ

1. ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

1. I. Kotzaivazoglou (2015). **When political marketing strategy ignores delivery: Lessons from the Greek experience**. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, Vol. 2(2): 30-47.
2. E. Plakoyiannaki, A. Kampouri, G. Stavraki, I. Kotzaivazoglou (2014). **‘Internationalisation of Family Firms in Greece: Going Global through a Digital Entry Mode’**. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 32(2): 190-207.
3. I. Kotzaivazoglou (2011) **‘Political Marketing in the Greek Context: Does Market Orientation Exist?’**, *International Review of Public and Nonprofit Marketing*, Vol. 8(1): 41-56.
4. S. Mavridis, I. Kotzaivazoglou, T. Xinidou, C. Triandafyllidou (2008). **‘Information and Communication Technologies Applications in Greek Food and Beverages Companies’**, *International Review of Applied Economic Research*, Vol. 3(1-2), p. 11-20.
5. I. Κοτζαϊβάζογλου, Ν. Ηγουμενάκη (2006) **‘Η Επιστημονική Συζήτηση για την Αξιοπιστία και Εγκυρότητα της Ανάλυσης Περιεχομένου ως ένα Μεθοδολογικό Εργαλείο Έρευνας της Επικοινωνίας: Τα Όρια Εφαρμογής και η Χρησιμότητα της Μεθόδου’**. *Διοίκηση και Οικονομία, Εξαμηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση*, Τεύχος 3, σελ. 73-89.

2. ΒΙΒΛΙΑ

1. J. Lees-Marshment (2013). **Πολιτικό Μάρκετινγκ** (επιμέλεια-εισαγωγή στα ελληνικά Ι. Κοτζαϊβάζογλου, μετάφραση Ι. Κοτζαϊβάζογλου, Π. Φυλακτάκη). Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
2. Ι. Κοτζαϊβάζογλου, Δ. Πασχαλούδης (2002). **Οργανωσιακή Επικοινωνία, Η Επικοινωνία για Επιχειρήσεις και Οργανισμούς**. Αθήνα: Πατάκης.
3. Ι. Κοτζαϊβάζογλου (2002). **Πώς θα Εργαστείς εκεί που Επιθυμείς**. Αθήνα: Β. Γκιούρδας Εκδοτική.

3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΣΥΓΓΡΑΜΜΑΤΑ

1. Ι. Kotzaivazoglou (2014). **‘The importance of delivering: Lessons from Greek reality’** στο J. Lees-Marshment. *Political Marketing: Principles and Applications*, 2nd edition. London: Routledge, σελ. 241-243.
2. Ι. Κοτζαϊβάζογλου (2014). **‘Σtereότυπα που Αφορούν στο Φύλο στην Πολιτική Διαφήμιση: Η Περίπτωση της Εκλογικής Περιφέρειας Α’ Θεσσαλονίκης’** στο Τ. Δουλκέρη (επιμ.). *Από την Τηλεόραση στα Νέα Μέσα Επικοινωνίας και Ελληνική Κοινωνία*. Παπαζήσης: Αθήνα, σελ. 183-212.
3. Ι. Kotzaivazoglou, Y. Zotos (2009) **‘The level of market-orientation of political parties in Greece’** στο J. Lees-Marshment, J. Strömbäck and C. Rudd (eds). *Global Political Marketing*, London: Routledge, σελ. 128-142.
4. Ι. Kotzaivazoglou (2009) **‘The Market-Oriented Candidate’** στο J. Lees-Marshment. *Political Marketing: Principles and Applications*, London: Routledge, σελ. 52-53.
5. Ι. Kotzaivazoglou, Y. Zotos (2009) **‘Delivering in Greece: A Threat or an Opportunity for Democracy?’** στο J. Lees-Marshment. *Political Marketing: Principles and Applications*, London: Routledge, σελ. 227-229.
6. Τ. Δουλκέρη, επιστημονικά υπεύθυνη, Ι. Κοτζαϊβάζογλου κ.ά., μέλη ερευνητικής ομάδας (2007) **‘Εμπειρική Έρευνα: Ολυμπιακοί Αγώνες-Αθήνα 2004: Έρευνα Κοινής Γνώμης’**, στο Τ. Δουλκέρη (επιμ.). *Αθλητισμός και ΜΜΕ: Η Περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004, Β’ τόμος*. Αθήνα: Παπαζήσης.
7. Τ. Δουλκέρη, επιστημονικά υπεύθυνη, Ι. Κοτζαϊβάζογλου κ.ά., μέλη ερευνητικής ομάδας (2007) **‘Ολυμπιακοί Αγώνες Αθήνα 2004 και Εφημερίδες’**, στο Τ.

Δουλκέρη (επιμ.). *Αθλητισμός και ΜΜΕ: Η Περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004, Β' τόμος*. Αθήνα: Παπαζήσης.

4. ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΑ

1. I. Kotzaivazoglou, D. Pascaloudis, S. Sylaiou, D.M. Nerantzaki, E. Mantzirtzi (2015). **‘How Nonprofit Organizations in Greece are using Facebook as a Public Relations Tool’**. *4th International Conference on Strategic Innovative Marketing*, Mykonos, Greece, September 24-27.
2. I. Kotzaivazoglou (2014). **‘Listen, Offer, Communicate, but Fail to Deliver: Lessons for Political Marketing from the Experience of PASOK’**, *2st International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, June 18-20.
3. I. Kotzaivazoglou (2012). **‘Gender Stereotypes in Political Advertisements: The Case of Male MP Candidates of Thessaloniki, Greece’**, *1st International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, June 13-15.
4. E. Plakoyiannaki, A. Kampouri, G. Stavragi, I. Kotzaivazoglou (2012). **‘Family firms: Going Global Through a Digital Entry Mode’**, *1st International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, June 13-15.
5. I. Kotzaivazoglou, S. Mavridis (2012). **‘Consumer Loans Communication Policy of Banks in Greece: Implications for Social Prosperity’**, *1st International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, Thessaloniki, Greece, June 13-15.
6. I. Kotzaivazoglou, E. Plakoyiannaki (2011). **‘Gender Stereotypes and Election Campaigns: A Longitudinal Analysis of Print Political Advertising in Greece’**, *61st PSA Conference*, London, UK, 19-21 April.
7. I. Kotzaivazoglou, **‘Political Marketing orientation in the Greek Context: Does Market Orientation Exist?’** *60th PSA Conference*, Edinburgh, UK, 29 March-1 April 2010.
8. S. Mavridis, I. Kotzaivazoglou, T. Xinidou, C. Triandafyllidou **‘Information and Communication Technologies Applications in Greek Food and Beverages Companies’**, *International Conference on Applied Economics (ICOAE 2008)*, Kastoria, Greece, 15-17 May 2008.

9. S. Mavridis, I. Kotzaivazoglou **‘Intercultural Communication as a Medium of Good Relations and Co-operation among Balkan Countries’**, *10th International Scientific Conference: ‘Dialog with the other: Balkan’s dimensions of the European Identity’*, Sofia, Bulgaria, 14-15 November 2008.
10. I. Kotzaivazoglou, Y. Zotos **‘Political Marketing in Greece and the Level of Marketing Orientation of Greek Parties’**, *4th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference*, Pisa, Italy, 6-8 September 2007.
11. I. Kotzaivazoglou **‘Male Portrayals in Newspaper Political Advertising of Greek MP Candidates’**, *3rd LSE PhD Symposium on Modern Greece: ‘Structures, Context and Challenges’*, London School of Economics, UK, 14-15 June 2007.
12. T. Doulkeri, I. Kotzaivazoglou **‘The Evolution in Newspaper Advertising of Parliamentary Candidates in Thessaloniki in the Period 1989-2000’**, *57th Political Studies Association (PSA) Conference*, Bath, UK, 11-13 April 2007.
13. I. Kotzaivazoglou, G. Tsakmakis **‘The Projection in the Greek Press of the Beginning of the Accession Talks between Turkey and European Union’**, *9th International Scientific Conference: ‘The Image of the Balkans: Historical approaches and Communication Perspectives’*, Sofia, Bulgaria, 19-20 May 2006.
14. I. Kotzaivazoglou, Y. Zotos **‘The ‘Modernization’ of Political Communication in Contemporary Greece: A Situation Analysis’**, *56th Political Studies Association (PSA) Conference*, Reading, UK, 3-6 April 2006.
15. D. Paschaloudis, I. Kotzaivazoglou **‘The Invasion of Marketing into Politics: The Case of Contemporary Greece’**, *4th International Conference New Horizons in Industry, Business and Education (NHIBE) 2005*, Corfu, Greece, 25-26 August 2005.
16. I. Kotzaivazoglou **‘The Evolution in the Image Presentation of Parliamentary Candidates in the Greek Press’**, *2nd LSE PhD Symposium on Modern Greece: ‘Current Social Science Research on Greece’*, London School of Economics, UK, 10 June 2005.
17. T. Doulkeri, I. Kotzaivazoglou **‘Political Marketing and Democracy: Does Political Marketing Strengthen or Threaten Democracy’**, *9th International Conference on Marketing and Development (ICMD) 2005*, Thessaloniki, Greece, 8-11 June 2005.

18. I. Kotzaivazoglou, T. Ikonomu **‘The Americanization of Greek Politics: The Case of 2004 General Election’**, *55th Political Studies Association (PSA) Conference*, Leeds, UK, 5-7 April 2005.
19. T. Ikonomu, I. Kotzaivazoglou, M. Papageorgiou **‘The Image of the MP Candidates for the 2004 Greek General Election in Thessaloniki’**, *2nd International Conference on Political Marketing (ICPM)*, Kastoria, Greece, 31 March-2 April 2005.
20. I. Κοτζαϊβάζογλου **‘Η Παγκοσμιοποίηση στην Πολιτική Επικοινωνία: Η ‘Αμερικανοποίηση’ της Πολιτικής’**, *Συμπόσιο: ‘Ελλάδα και Παγκοσμιοποίηση’*, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 12 Νοεμβρίου 2004.
21. T. Doulkeri, I. Kotzaivazoglou **‘The Image of the Greek Male Politician in the Greek Press’**, *54th Political Studies Association (PSA) Conference*, Lincoln, UK, 5-8 April 2004.

5. ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΜΕ ΚΡΙΤΕΣ ΧΩΡΙΣ ΠΡΑΚΤΙΚΑ

1. S. Mavridis, I. Kotzaivazoglou, **‘Cross-Balkan Television Co-operation as a Means of Cross-Border Public Relations and Communication’**, *11th International Scientific Conference: ‘Communication and Civilizations’*, Sofia, Bulgaria, 16-17 May 2009.
2. X. Σβαλίγκου, I. Κοτζαϊβάζογλου **«Αθλητισμός, Διαφήμιση και Πρότυπα των δύο Φύλων»**, *Αθλητισμός – Τουρισμός & Μ.Μ.Ε.*, Αμφιθέατρο Μουσείου Βυζαντινού Πολιτισμού, Θεσσαλονίκη, 12-13 Μαΐου 2008.
3. I. Kotzaivazoglou **‘The Projection of Bulgaria and Romania in the Greek Press with their Accession to the European Union’**, *10th International Scientific Conference: ‘Cultural Diversities and Communication amongst Cultures’* Sofia, Bulgaria, 18-19 May 2007.
4. T. Doulkeri, T. Giagkoglou, I. Kotzaivazoglou **‘Youth and Political Marketing: A Sociological Perspective of Attitudes and Preferences of the Greek Youth in the 2004 General Elections’**, *3rd International Political Marketing Conference: ‘Political Marketing and Culture’*, Nicosia, Cyprus, 6-8 April 2006.
5. T. Δουλκέρη, N. Παναγιώτου, I. Κοτζαϊβάζογλου **‘Οι Ολυμπιακοί Αγώνες Αθήνα 2004 και ο Διεθνής ΜΜΕ: Ένας Χρόνος Μετά’**, *Διεθνής Επιστημονική*

Διημερίδα: 'Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και τα Διεθνή ΜΜΕ', Αθήνα, 12-13 Μαΐου 2005.

6. I. Κοτζαϊβάζογλου 'Η Εικόνα των Υποψήφιων Δημάρχων και Νομαρχών Θεσσαλονίκης στις Εκλογές του 2002 στον Τοπικό Τύπο', 1^ο Διεθνές Συνέδριο Πολιτικού Μάρκετινγκ: 'Πολιτική Επικοινωνία στην Ελλάδα', Καστοριά, 6-7 Ιουνίου 2003.

6. ΑΛΛΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ

1. I. Kotzaivazoglou 'Elections in Mid Economic Crisis and New Trends in Voter Behaviour', Political Marketing Group, Political Studies Association (P.S.A.) Specialist Group, Newsletter, December 2010, p. 3-5.
2. I. Κοτζαϊβάζογλου (2003). Συμβουλευτικός Οδηγός Αναζήτησης και Εξεύρεσης Εργασίας, ΤΕΙ Σερρών, Σέρρες.

7. ΕΤΕΡΟΑΝΑΦΟΡΕΣ (Σύνολο 27).

- E. Plakoyiannaki, A. Kampouri, G. Stavradi, I. Kotzaivazoglou (2014). 'Internationalisation of Family Firms in Greece: Going Global through a Digital Entry Mode'. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 32(2): 190-207 (Σύνολο ετεροαναφορών: 1).
- Kampouri, K, Plakoyiannaki, ME and Leppäaho, T (2015) *Family Business Internationalisation and Networks: Emerging Pathways*. *Journal of Business and Industrial Marketing*. ISSN 0885-8624 (<http://eprints.whiterose.ac.uk/87360/>)
- Kotzaivazoglou (2011) 'Political Marketing in the Greek Context: Does Market Orientation Exist?', *International Review of Public and Nonprofit Marketing*, Vol. 8(1): 41-56 (Σύνολο ετεροαναφορών: 5).
1. P Chad (2014) Organizational change within charities: improved performance via introduction of market orientation and other strategic orientations. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. Vol. 11(1): 89-113 (<http://link.springer.com/article/10.1007/s12208-014-0113-4>).
 2. Ormrod, R.P. (2011). Limitations and implications of product-oriented, sales-oriented and market-oriented political parties: evidence for public affairs. *Journal of Public Affairs*. Vol. 11(4): 395-405

(<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.428/abstract;jsessionid=4234E52EABB4E8CB58F40270B9F6EF20.f02t02?userIsAuthenticated=false&deniedAccessCustomisedMessage=>).

3. Hai-Jew, S. (2013) "Democracy at risk? The European Union, its Economic and Monetary Union, and the special case of Greek austerity (a position paper)." *International Journal of Human Rights and Constitutional Studies* 1(1): 50-80 (<http://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJHRCS.2013.052774>).
 4. Tsagkroni, V. (2014). *Political Communication in perspective: Identifying the message of Radical Right Parties in Europe during the first decade of the 21st century: A comparative case study*. Phd Thesis. London: Queen Mary University of London (<https://qmro.qmul.ac.uk/jspui/handle/123456789/9026>).
 5. Papagiannidis, S., Stamati, T., & Behr, H. (2013). Online Engagement and Impact: The Case of Greek Politicians during the Financial Crisis. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 9(4): 47-66 (<http://www.igi-global.com/article/online-engagement-and-impact/101737>).
- I. Kotzaivazoglou, E. Plakoyiannaki (2011). **‘Gender Stereotypes and Election Campaigns: A Longitudinal Analysis of Print Political Advertising in Greece’**, 61st PSA Conference, London, UK, 19-21 April (Σύνολο ετεροαναφορών: 1).
- De Blasio, Emiliana (2012) *Gender Politics: media, gender e politica: un'introduzione*. [Working Paper]. CMCS-LUISS, Roma. p. 182. CMCS Working Papers (WP.01.2012). ISBN 978-88-6536-013-2 (<http://eprints.luiss.it/1218/>)
- I. Kotzaivazoglou, Y. Zotos (2009) **‘The level of market-orientation of political parties in Greece’** στο J. Lees-Marshment, J. Strömbäck and C. Rudd (eds). *Global Political Marketing*, London: Routledge, σελ. 128-142 (Σύνολο ετεροαναφορών: 9).
1. Lisi, M. (2015). *Party Change, Recent Democracies, and Portugal: Comparative Perspectives*. Meryland: Lexington Books
 2. Lees-Marshment, J. (2014). *Political Marketing: Principles and Applications*, 2nd edition. London: Routledge.

3. Lisi, M. (2013). The professionalization of campaigns in recent democracies: The Portuguese case. *European Journal of Communication*. Vol. 28(3): 259-276 (<http://ejc.sagepub.com/content/28/3/259.short>).
 4. Strömbäck, J., Lees-Marshment, J. and Rudd, C. (2012). Political party market orientation in a global perspective. In J. Lees-Marshment (ed.). *Routledge Handbook of Political Marketing*. London: Routledge, pp. 79-92.
 5. Ormrod, R.P. (2011). Limitations and implications of product-oriented, sales-oriented and market-oriented political parties: evidence for public affairs. *Journal of Public Affairs*. Vol. 11(4): 395-405 (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.428/abstract;jsessionid=4234E52EABB4E8CB58F40270B9F6EF20.f02t02?userIsAuthenticated=false&deniedAccessCustomisedMessage=>).
 6. Lisi, M. (2011). A profissionalização das campanhas em Portugal: partidos e candidatos nas eleições legislativas de 2009. In: *Revista de Ciências Sociais e Políticas*, Nº 2, pp. 109-128 (<http://repositorio.ul.pt/handle/10451/6059>).
 7. Lees-Marshment, J., Strömbäck, J. and Rudd, C. (2010). Globalization of Political Market Orientation? Results from a comparative study. *60th PSA Conference*, Edinburgh, UK, 29 March-1 April (https://www.researchgate.net/publication/282818363_Globalization_of_Political_Market_Orientation_Results_from_a_comparative_political_marketing_study).
 8. Potincu, C.R. (2010). *Tehnici de Politic din Romania (Promotion Techniques in the Romanian Political Marketing)*. PhD Thesis. Brasov, Romania: Universitatea Transilvania din Brasov (<http://webbut.unitbv.ro/teze/rezumat/2010/rom/PotincuCristian.pdf>)
 9. Temple, M. (2009). Political marketing, party behaviour and political science. In J. Lees-Marshment, J. Strömbäck and C. Rudd (eds). *Global Political Marketing*, London: Routledge, pp. 263-277.
- I. Kotzaivazoglou (2009) ‘**The Market-Oriented Candidate**’ στο J. Lees-Marshment. *Political Marketing: Principles and Applications*, London: Routledge, σελ. 52-53 (Σύνολο ετεροαναφορών: 1).
- Lees-Marshment, J. (2011). *The Political Marketing Game*. New York: Palgrave Macmillan.

- I. Kotzaivazoglou, Y. Zotos (2007). **‘Political Marketing in Greece and the Level of Marketing Orientation of Greek Parties’**, *4th European Consortium for Political Research (ECPR) General Conference*, Pisa, Italy, 6-8 September (Σύνολο ετεροαναφορών: 2).
1. Lamprinakou, C. (2010). The party evolution framework: An integrated approach to examining the development of party communications and campaigns. PhD Thesis, London, UK: Brunel University London (<http://bura.brunel.ac.uk/handle/2438/4404>).
 2. Lees-Marshment, J. (2009). *Political Marketing: Principles and Applications*. London: Routledge.
- T. Doukeri, I. Kotzaivazoglou (2007). **‘The Evolution in Newspaper Advertising of Parliamentary Candidates in Thessaloniki in the Period 1989-2000’**, *57th Political Studies Association (PSA) Conference*, Bath, UK, 11-13 April (Σύνολο ετεροαναφορών: 2).
1. Olatunji, R. W. and Akinjogbin, S.A. (2011). Role of newspaper advertisements in the democratic process: the case of the 2007 presidential election in Nigeria. *Journal of Public Affairs*. Vol. 11(4): 265-278 (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pa.419/abstract?userIsAuthenticated=false&deniedAccessCustomisedMessage=>).
 2. Rihtar, S., Balabanić, I., & Mustapić, M. (2011). "Amerikanizacija" kampanje u hrvatskom dnevnom tisku: izbori 2007 ("Americanization" of Pre-Election Campaign in Croatian Daily Papers: 2007 Elections). *Društvena istraživanja-Časopis za opća društvena pitanja (Social Research -Journal for General Social Issues)*, 20(2): 359-378 (file:///C:/Users/User/Downloads/di112_04balabanic.pdf)
- Kotzaivazoglou, Y. Zotos (2006). **‘The ‘Modernization’ of Political Communication in Contemporary Greece: A Situation Analysis’**, *56th Political Studies Association (PSA) Conference*, Reading, UK, 3-6 April (Σύνολο ετεροαναφορών: 2).
1. Deligiaouri, A. (2011). Innovations In Greek Political Communication And Consequences: Significant changes from 1981-2009. *EstudosemComunicação*, 10: 47-70 (<http://www.ec.ubi.pt/ec/10/pdf/EC10-2011Dez-03.pdf>)

2. Spyridou, P., Veglis, A. and Siapera, E. (2009). Assessing interactivity in political parties websites. Preaching or conversation?. *New Media & Information: Convergences & Divergences*, 6-9 (http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30421973/%CE%9338.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1450276959&Signature=sdCcn1UyIKWs1kL2X%2Fwp%2FT43cOA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAssessing_Interactivity_in_Political_Par.pdf).

- T. Doukeri, I. Kotzaivazoglou (2005). **‘Political Marketing and Democracy: Does Political Marketing Strengthen or Threaten Democracy’**, 9th *International Conference on Marketing and Development (ICMD) 2005*, Thessaloniki, Greece, 8-11 June (Σύνολο ετεροαναφορών: 1).

Lees-Marshment, J. (2009). *Political Marketing: Principles and Applications*. London: Routledge.

- I. Kotzaivazoglou, T. Ikonomu (2005). **‘The Americanization of Greek Politics: The Case of 2004 General Election’**, 55th *Political Studies Association (PSA) Conference*, Leeds, UK, 5-7 April 2005 (Σύνολο ετεροαναφορών: 2).

1. Spourdalakis, M and Tassis C. (2006). Party Change in Greece and the Vanguard Role of PASOK. *South European Society and Politics*, 11:3-4, 497-512 (<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13608740600856546#.VnFlx49OliQ>).
2. Tassis C. (2006). The 7th Congress of PASOK (2005): Towards an 'open'party(?). 56th *Political Studies Association (PSA) Conference*, Reading, UK, 3-6 April (<http://www.gpsg.org.uk/wp-content/uploads/2014/06/2006-P2-Tassis.pdf>).

- I. Kotzaivazoglou (2005). **‘The Evolution in the Image Presentation of Parliamentary Candidates in the Greek Press’**, 2nd *LSE PhD Symposium on Modern Greece: ‘Current Social Science Research on Greece’*, London School of Economics, UK, 10 June (Σύνολο ετεροαναφορών: 1).

Archetti, C., House, C., & Manchester, S. (2012). The Wardrobe, the Politician, the Public and the Media: The Role of Image in the Construction of Political Identity (An Italian/British Comparison). *International Studies Association (ISA) Annual*

Convention, San Diego, 1-4 April (<http://files.isanet.org/ConferenceArchive/9c5007fd5cd24658bf46dc72f820f3e3.pdf>)

8. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΕΡΕΥΝΕΣ & ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

1. Από 6/7/2011 έως 31/12/2014: **Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας (ΜΚΕ)**, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών, Α.Π.Θ.
2. Από 1/2/2008 έως 31/1/2009: **Μεταδιδακτορικός υπότροφος του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.)** στο τομέα της Επικοινωνίας – Πληροφόρησης, Υποτομέας Δημόσιες Σχέσεις – Διαφήμιση.
3. Από 01/11/2005 έως 30/4/2006: **Ολυμπιακοί Αγώνες: ΜΜΕ και Κοινή Γνώμη**, Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ, ΑΠΘ, επιστημονικά υπεύθυνη Τ. Δουλκέρη.
4. Από 1/9/2003 έως 31/8/2005: Αναμόρφωση **Προπτυχιακών Προγραμμάτων Σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων**, Πρόγραμμα ΕΠΕΑΕΚ 2.2.2.α., ΤΕΙ Σερρών.

10. ΜΕΛΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

1. Αξιολογητής (reviewer) δύο άρθρων (2012) του περιοδικού *Marketing Intelligence and Planning*.
2. Αξιολογητής του βιβλίου της **J. Lees-Marshment (2014). Political Marketing: Principles and Applications, 2nd Edition. London: Routledge.**
3. Μέλος επιστημονικής επιτροπής του *1st, 2nd, 3rd and 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*, 2012-2016.
4. Μέλος επιστημονικής επιτροπής του *5th International Conference on Strategic Innovative Marketing*, 2016.
5. Μέλος επιστημονικής επιτροπής του *1st Συνεδρίου Νέων Οικονομολόγων, Εταιρία Οικονομολόγων Θεσσαλονίκης*, 2015.

ΞΕΝΕΣ ΓΛΩΣΣΕΣ

Αγγλικά: Πολύ καλά (TOEFL, score: 587).

ΓΝΩΣΕΙΣ Η/Υ

Γνώση και χρήση Η/Υ σε περιβάλλον Microsoft Windows.

Προγράμματα: Microsoft Word, Excel, Power Point.

Internet.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ – ΒΡΑΒΕΙΑ

2008-2009 Υποτροφία από το Ίδρυμα Κρατικών Υποτροφιών για Μεταδιδακτορική Έρευνα.

1998-1999 Υποτροφία από το Πανεπιστήμιο για άριστη επίδοση κατά τις μεταπτυχιακές σπουδές.

1990-1991 Βραβείο και αριστείο για άριστη επίδοση στην τρίτη τάξη του Λυκείου.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΦΟΡΕΙΣ

Μέλος των Greek Politics Specialist Group και Political Marketing Group του Political Studies Association (PSA).