

## **Βλάχβη Ασπασία**

Η Ασπασία Βλάχβη είναι Καθηγήτρια Μάρκετινγκ στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας (ΠΔΜ) και Διευθύντρια του Ινστιτούτου Οικονομικής Ανάλυσης και Επιχειρηματικότητας του ΠΔΜ. Κατέχει πτυχίο και Διδακτορικό τίτλο από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα αφορούν το μάρκετινγκ, την ανταγωνιστικότητα, συμπεριφορά και λειτουργικότητα επιχειρήσεων, ενώ έχει συμμετάσχει σε πολλαπλά ερευνητικά προγράμματα σχετικά με τις επιχειρηματικές στρατηγικές. Διδάσκει επίσης στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Έχει συγγράψει δύο βιβλία στα ελληνικά, εκατό δημοσιεύσεις σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά, συμμετέχει σε δεκαέξι συλλογικούς τόμους διεθνών εκδοτικών οίκων και έχει πάνω από 1150 ετεροαναφορές. Είναι μέλος της Επιτροπής Ισότητας Φύλων του ΠΔΜ, της Ελληνικής Εταιρίας Γυναικών Πανεπιστημιακών και του γυναικείου τομέα του Διεθνούς Εμπορικού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ICC Women Hellas).

Προσωπική ιστοσελίδα: <https://econ.uowm.gr/vlahvei-aspasia/>

Google scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=P72vsUoAAAAJ&hl=el&oi=ao>

Email: [avlahvei@uowm.gr](mailto:avlahvei@uowm.gr)

### **Επιλεγμένες Δημοσιεύσεις:**

1. Iliopoulou, E., Koronaki, E., **Vlachvei**, A., & Notta, O. (2024). From Knowledge to Action: The Power of Green Communication and Social Media Engagement in Sustainable Food Consumption. *Sustainability*, 16(21), 9202.
2. Dagkinis, I., Psomas, P., **Vlachvei**, A., Koskeris, A., Ziouzos, D., Frengkou, E. A., & Nikitakos, N. (2024) An Online Platform in 3D Virtual Environment, a Tool in Entrepreneurship Empowerment for Goods and Services Supply Chain. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 21, pp. 1441-1442 DOI: <https://doi.org/10.37394/23207.2024.21.118>.
3. Tsounis, N., **Vlachvei**, A., Bertatos, G. & Iliopoulou Ef. (2023). "Revenue determinants in alternative tourism app". *Current Issues in Tourism*, 27(5), 710-719.
4. Koronaki, E., **Vlachvei**, A., & Panopoulos, A. (2023). Managing the online customer experience and subsequent consumer responses across the customer journey: A Review and Future Research Agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 58, 101242.
5. Koronaki, E., **Vlachvei**, A., & Panopoulos, A. (2022, July). Shaping the Online Customer Experience Through Website Elements: An Integrated Framework. In *International Conference on Applied Economics* (pp. 963-975). Cham: Springer International Publishing.