

Αθηνά Νέλλα

Επίκουρη Καθηγήτρια Τουριστικού Μάρκετινγκ
Σχολή Κοινωνικών Επιστημών
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Athina Nella MSc, PhD

Assistant Professor of Tourism Marketing
School of Social Sciences
Hellenic Open University

e-mail: a.nella@eap.gr



Η Δρ **Αθηνά Νέλλα**, Επίκουρη Καθηγήτρια Τουριστικού Μάρκετινγκ του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου (Ε.Α.Π.), έλαβε το Διδακτορικό της με θέμα τις επιδράσεις της τουριστικής εμπειρίας ειδικών μορφών τουρισμού στο επίπεδο της επωνυμίας (brand level), ως υπότροφος του Ιδρύματος Κρατικών Υποτροφιών (Ι.Κ.Υ.). Είναι πτυχιούχος του Τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, αριστούχος απόφοιτος του Μεταπτυχιακού Διοίκηση Υπηρεσιών (MSM) του Ο.Π.Α. και κάτοχος δεύτερου πτυχίου από το Τμήμα Κοινωνιολογίας του Παντείου. Το 2021 επελέγη ως Υπότροφος του Ιδρύματος Fulbright στο πλαίσιο του προγράμματος SUSI for Administrators in Curriculum Development (California State University). Παράλληλα με τις ακαδημαϊκές της δραστηριότητες, διαθέτει πολυετή επαγγελματική εμπειρία σε οργανισμούς του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα (ενδεικτικά: Procter & Gamble, Ο.Τ.Ε., ΥΠΑΙΘ, Ι.Ε.Π., Ε.Ο.Τ.). Διαθέτει πολυετή αυτοδύναμη διδακτική εμπειρία τόσο σε προπτυχιακό όσο και σε μεταπτυχιακό επίπεδο στα γνωστικά αντικείμενα του μάρκετινγκ, της επικοινωνίας και της διοίκησης, στο ΕΑΠ αλλά και σε λοιπά ΑΕΙ (Πανεπιστήμια Πατρών, Αιγαίου, ΠΑ.Δ.Α., ΔΙ.ΠΑ.Ε.). Έχει διδάξει επίσης ως εισηγήτρια σε επιμορφωτικά προγράμματα των ΙΝ.ΕΠ.-ΕΚΔΔΑ, Ι.Ε.Π., ΚΕ.ΔΙ.ΒΙ.Μ. Ε.Α.Π. κ.ά.. Τα ερευνητικά της ενδιαφέροντα περιστρέφονται γύρω από θέματα μάρκετινγκ τουριστικών υπηρεσιών και μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών, μάρκετινγκ δημόσιου τομέα, καταναλωτικής και τουριστικής συμπεριφοράς.

Dr. **Athina Nella** serves as an Assistant Professor of Tourism Marketing at the Hellenic Open University. She obtained her doctoral degree through a prestigious scholarship from the State Scholarships' Foundation. Dr. Nella's academic journey began with Bachelor's degrees in Marketing & Communication (Athens University of Economics & Business) and Sociology (Panteion University of Social and Political Sciences). Additionally, she holds a Master of Science in Services Management (Athens University of Economics & Business). In parallel with her academic pursuits, she holds considerable working experience in the private and public sector (Procter & Gamble Hellas, Hellenic Ministry of Education, Institute of Educational Policy, Greek National Tourism Organisation). She also has extensive experience in tertiary education teaching marketing, tourism and communication courses (Hellenic Open University, University of West Attica, University of Patras, University of the Aegean, International Hellenic University). In 2021 she was awarded with a Fulbright Scholarship (SUSI Program, CSU). Her scholarly interests encompass the domains of destination marketing, services marketing, marketing in the public sector, tourism and consumer behavior.

Publications (selected)

- Stergiou D. & Nella, A. (2024). ChatGPT and tourist decision making: An accessibility-diagnosticity perspective. *International Journal of Tourism Research*. <http://dx.doi.org/10.1002/jtr.2757>
- Nella, A. & Dimopoulou, F. (2024). Glamping in Greece: Preliminary Findings from a Mixed-Methods Approach. In: Katsoni, V., Cassar, G. (eds) *Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences*. IACuDiT 2023. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54342-5_36
- Nella, A. (2023). Destination Brand Personality at the Spotlight. In A. Masouras, S. Daskou, V. Pistikou, D. Dimitriou, & T. Friesner (Eds.), *Global Developments in Nation Branding and Promotion: Theoretical and Practical Approaches* (pp. 46-76). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5902-7.ch003>
- Nella, A. (2023). A Review of Destination Personality Literature: Focus on Articles Published in the Last Decade (2013–2022). In: Katsoni, V. (eds) *Tourism, Travel, and Hospitality in a Smart and Sustainable World*. IACuDiT 2022. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-26829-8_28
- Nella, A., & Christou, E. (2021). Market segmentation for wine tourism: Identifying sub-groups of winery visitors. *European Journal of Tourism Research*, 29. DOI: <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2414>
- Nella, A. & Christou, E. (2016). “Extending Tourism Marketing: implications for targeting the senior tourists’ segment”, *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, Vol. 2, No. 1, pp. 36 -42. <https://doi.org/10.5281/zenodo.376336>
- Christou, E., & Nella, A. (2016). Web 2.0 and pricing transparency in hotel services. In *Social media in travel, tourism and hospitality* (pp. 133-148). Routledge.
- Christou, E., & Nella, A. (2016). Web 2.0 and Networks in Wine Tourism: The Case Studies of www.greatwinecapitals.com and www.wineandhospitalitynetwork.com. In *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 11-24). Routledge.
- Nella, A. & Christou, E. (2014). “Linking Service Quality at the Cellar Door with Brand Equity Building”, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol. 23, No. 7, pp. 699-721, (DOI:10.1080/19368623.2014.891959).
- Nella, A. & Christou, E. (2014). “Segmenting wine tourists on the basis of involvement with wine”. *Journal of Travel and Tourism Marketing* Vol. 31, No. 7, pp. 783-798, (DOI:10.1080/10548408.2014.889639).