

Παρασκευή 31 Μαρτίου 2017

09:30-10:00	Εγγραφές [Αίθουσα Α (Ισόγειο)]
10:00-11:30	Χαιρετισμοί [Θεσσαλικό Θέατρο (Θ)] Εισαγωγική Ομιλία , Το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Λάρισα: Ανοικτή Πόλη, Ανοικτοί Χώροι, Ανοικτοί Άνθρωποι - Α. ΔΕΦΝΕΡ
11:30-12:00	Διάλειμμα - Καφές [Φουαγιέ (Φ, 2ος Όροφος)]
12:00-14:00	Παράλληλες Συνεδρίες I [Θ, Αίθουσα 1 (1ος), Αίθουσα 2 (2ος)]

Παρουσίαση εισηγήσεων: 15 λεπτά/ Συζήτηση στο τέλος της συνεδρίας: 15-30 λεπτά



Η Εικόνα του Τόπου I

Προεδρείο: Α. ΣΑΠΟΥΝΑΚΗΣ, Γ. ΚΑΤΣΑΒΟΥΝΙΔΟΥ

Η Ανάδειξη του Τόπου Μέσα απ' τον Αειφόρο Αστικό Σχεδιασμό. Η Περίπτωση της Κοπεγχάγης - Θ. ΓΑΛΑΝΗΣ

Ανασυνθέτοντας τη Βιώσιμη Εικόνα του Τόπου: Μια Πειραματική Πρόταση Περιβαλλοντικού Αστικού Σχεδιασμού για την Πλατεία Φαναριωτών και την Απόληξη του Ιστορικού Άξονα της Δημήτριου Γούναρη στη Θεσσαλονίκη - Ν. ΚΑΛΟΓΗΡΟΥ, Α. ΤΖΑΚΑ, Δ. ΖΑΒΡΑΚΑ, Α. ΒΑΡΘΟΛΟΜΕΟΣ, Ζ. ΚΑΡΑΚΙΝΑΡΗ, Α. Χ. ΣΥΡΑΚΟΥ, Θ. ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ

Αστικός Παραγωγικός Τόπος: Η Περίπτωση του Τύρναβου, Ν. Λάρισας - Α. ΜΟΡΑΣ, Ε. ΣΤΑΥΡΙΔΗ

«Διαβάζοντας» την Πόλη: Διερεύνηση της Αναγνωσιμότητας των Ιωαννίνων Μέσα από Παρατήρηση και Συνεντεύξεις - Α. ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟΣ, Γ. ΚΑΤΣΑΒΟΥΝΙΔΟΥ

Ταυτότητα και Αναγνωσιμότητα Αιγαιοπελαγίτικων Οικισμών: Το Λακκί της Λέρου ως Ειδική Περίπτωση - Α. ΣΑΠΟΥΝΑΚΗΣ, Γ. ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ

Ανάδειξη Ιδιαίτερων Χαρακτηριστικών της Τσακωνιάς, Πολιτισμός - Περιβάλλον - Αρχιτεκτονική - Ε. ΒΡΕΤΖΑΚΗ

1

Ο Πολιτισμός ως Στοιχείο Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου Ι
Προεδρείο: Ν. Γ. ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ, Ε. ΜΑΥΡΑΓΑΝΗ

Η Χρήση της Πολιτιστικής Δραστηριότητας και των Χώρων Πολιτισμού στις Στρατηγικές Μάρκετινγκ των Ελληνικών Πόλεων: Ανάδειξη ή «Εργαλειοποίηση»; - Ν. Γ. ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ

Εναλλακτικές Δράσεις Πολιτιστικού Τουρισμού για την Ενίσχυση της Ταυτότητας του Προορισμού - Ε. ΜΑΥΡΑΓΑΝΗ

Αισθητηριακά Δημιουργικά Τοπία και Μάρκετινγκ Τόπου: Η Περίπτωση της Περιφερειακής Ενότητας Μαγνησίας - Γ. ΛΑΛΟΥ, Σ. ΚΑΤΣΑΦΑΛΟΥ, Α. Μ. ΔΕΦΝΕΡ
 Μυρωδιές και Γεύσεις: Εικόνες, Λέξεις και Συναισθησία - Χ. ΚΟΥΣΙΔΩΝΗΣ

Πολιτιστική Καινοτομία: Ο Ρόλος της στη Βιώσιμη Ανάπτυξη και στην Ανάδειξη του Τόπου - Ο. ΤΣΑΚΗΡΙΔΗ

Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες στη Λάρισα: Προς μια Νέα Ταυτότητα της Πόλης; - Μ. ΚΩΤΟΥΛΑ, Μ. ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ, Α. ΓΟΣΠΟΔΙΝΗ

Ο Ρόλος των Φεστιβάλ στην Τουριστική Ταυτότητα του Τόπου: Το Παράδειγμα της Σκοπέλου - Μ. ΨΑΡΡΟΥ, Κ. ΑΓΓΕΛΕΤΟΥ

2

Nation Branding και Δικτύωση
Προεδρείο: Μ. Μ. ΤΣΟΓΚΑΣ, Β. Ζ. ΥΨΗΛΑΝΤΗ

Στρατηγικό Σχέδιο για την Αναπτυξιακή Διπλωματία των Τόπων: Η Περίπτωση της Ισλανδίας - Ν. ΠΕΝΤΣΑΣ

Η Εικόνα της Ελλάδας την Περίοδο της Κρίσης και η Εθνική Επικοινωνιακή Πολιτική - Ε. ΚΩΣΤΟΥΛΑ, Λ. ΚΡΕΤΣΟΣ, Β. ΓΚΑΡΓΚΟΥΛΑ

Nation Branding, ο Ρόλος της Διεθνούς Διπλωματίας στη Δημιουργία Θετικής Εικόνας για μια Χώρα, ο Επαναπροσδιορισμός του Ελληνικού Nation Branding εν Μέσω Κρίσης - Δ. ΠΙΑΝΝΑΚΟΣ

Nation Branding - The Brand of Greece - Ε. ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ, Μ. Μ. ΤΣΟΓΚΑΣ, Θ. ΚΕΛΕΠΟΥΡΗ

Διερεύνηση της Μεταβολής της Εικόνας μιας Χώρας Πριν και Μετά από την Παραμονή σε Αυτή: Η Οπτική των Φοιτητών Erasmus - Μ. ΚΥΡΙΑΚΟΥ, Μ. Μ. ΤΣΟΓΚΑΣ, Β. ΣΤΑΥΡΟΠΟΥΛΟΥ

«e-City Branding»-Η Διαδικτυακή Ταυτότητα Σύγχρονων Πόλεων: Εργαλεία και Αστοχίες - Β. Ζ. ΥΨΗΛΑΝΤΗ

14:00-15:30

Γεύμα, Μύλος 1927

15:30-17:30

Παράλληλες Συνεδρίες II [Θ, 2]

Θ

Η Εικόνα και η Ταυτότητα των Ελληνικών Πόλεων IΠροεδρείο: **Α. ΓΙΑΝΝΑΚΟΥ, Α. ΔΕΦΝΕΡ**

Στοχαστικές Παραλλαγές στην Εικόνα της Ελληνικής Πόλης - N. ΜΑΝΤΑΣ, Α. ΔΕΦΝΕΡ

Η Ταυτότητα της Ελληνικής Πόλης Μέσα από το Παράδειγμα του Συνεδριακού Τουρισμού. Η Περίπτωση του Φυλλαδίου του Συνεδριακού Τουρισμού του ΕΟΤ - Ε. Σ. ΓΑΒΡΙΗΛ

Κεντρικοί Δρόμοι-Πρόσωπα της Πόλης και Σύγχρονοι Μετασχηματισμοί: Η Περίπτωση της Λεωφόρου Νίκης στο Παραλιακό Μέτωπο της Θεσσαλονίκης - Α. ΓΙΑΝΝΑΚΟΥ, Β. ΜΠΥΡΟΥ

Η Πρόκληση της Εκπόνησης Στρατηγικών Σχεδίων Μάρκετινγκ για Κοντινές Πόλεις: Η Περίπτωση της Λάρισας και της Κοζάνης - Α. ΔΕΦΝΕΡ, Ε. ΨΑΘΑ, Θ. ΜΕΤΑΞΑΣ, Ν. Γ. ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ, Κ. ΣΥΡΑΚΟΥΛΗΣ

Η Φυσιογνωμία της Πόλης των Τρικάλων, Μέσα από τα πλέον Χαρακτηριστικά Στοιχεία Αναγνώρισης της, Σύμφωνα με Κατοίκους, Επιχειρηματίες και Επισκέπτες της Πόλης - Ν. ΣΑΜΑΡΑΣ

Place Marketing και Branding - Νάουσα - Μ. ΤΟΡΟΡΗ

Contrasting Visitors' and Residents' Perceptions of Satisfaction with Tourism Activities in a Destination: Empirical Evidence from Nemea Region, Greece - P. CHOUNTALAS

2

Ο Πολιτισμός ως Στοιχείο Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου IIΠροεδρείο: **Γ. ΣΤΑΜΠΟΥΛΗΣ, Ν. Γ. ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ**

The Governance of Place Brand: A Commons Perspective - Α. ΓΕΩΡΓΙΟΥ, Ε. ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΥ, Υ. ΣΤΑΜΒΟΥΛΙΣ

Η Αθήνα: Νέες Δοκιμές Αφήγησης και οι Ιδιωτικοί Φορείς Πολιτισμού (2013-2016) - Κ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ

Η Αρχιτεκτονική Συμβολή στην Ταυτότητα Τόπου: Πολεοδομική Μελέτη Ανάπλασης της Περιοχής του Βαρδάρη, Αναδιαμόρφωση Πλατείας Δημοκρατίας και Νέο Μουσείο Πόλης Θεσσαλονίκης - Ν. ΚΩΣΤΟΥΛΑ, Κ. ΜΠΟΜΠΟΛΑ, Χ. ΣΑΞΩΝΗ

Επισκεπτικές Ροές Εμπορικών Γεγονότων ως Δυνάμεις Τοπικής Ανάπτυξης: Η Περίπτωση του Παζαριού της Λάρισας - Σ. ΦΩΛΙΝΑΣ, Θ. ΜΕΤΑΞΑΣ

Τοπία Εγκατάλειψης ως Υποδοχείς Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού: Η Περίπτωση του Οικισμού «Παλιούρι» Αισωνίας - Σ. ΠΡΙΓΚΟΥ

Το Μουσείο ως Σύμβολο και Σημείο Αναφοράς για μια Μεσαίου Μεγέθους Πόλη: Η Συμμετοχική Προσέγγιση Λειτουργίας στο Αρχοντικό Σκουτέρη - Δίντσογλου στην Κομοτηνή - Θ. ΠΑΣΧΑΛΗ

Ο Κινηματογράφος ως Branding Τόπου και η Πολιτική του Κινηματογραφικού Τουρισμού - Σ. ΓΟΥΡΓΟΥΛΙΑΝΗ, Μ. ΖΟΥΜΠΟΥΛΑΚΗΣ

17:30-18:00 Διάλειμμα - Καφές [Φ]

18:00-19:30 Κεντρικές Ομιλίες [Θ]

The Why and How of Destination Brand Experience/ Το Γιατί και το Πως της Εμπειρίας του Brand ενός Προορισμού - MAGDALENA FLOREK

Participatory Place Branding/ Συμμετοχικό Branding Τόπου - MIHALIS KAVARATZIS

19:30-21:30 **Workshops** [Αίθουσα Β, Αίθουσα Γ (Ισόγειο), Αίθουσα 3 (3ος Όροφος)] / **Posters** [Φ]

B Γ 3	The Destination Branding Bootcamp - Δ. ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ
	Σχεδιασμός Γαστρονομικού Γεγονότος στην Πόλη της Λάρισας μέσω του Συμμετοχικού Σχεδιασμού - Δ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ, Θ. ΜΕΤΑΞΑΣ
	Διαμορφώνοντας ένα Σχέδιο Διαχείρισης και Προβολής για την Περιοχή του Μύλου του Παππά με Συμμετοχικές Διαδικασίες - Β. ΔΟΥΜΠΑ, Ο. ΔΑΤΣΗ, Ν. Γ. ΚΑΡΑΧΑΛΗΣ

Παρουσίαση poster: 5 λεπτά / Συζήτηση μετά από κάθε παρουσίαση: 3 λεπτά

Φ	Παρουσίαση Poster Προεδρείο: Α. ΣΑΠΟΥΝΑΚΗΣ, Ν. ΒΟΓΙΑΖΙΔΗΣ
	Συμμετοχικός Σχεδιασμός στη Διαμόρφωση της Εικόνας μιας Πόλης: Η Περίπτωση του Kavala Urban Centre - Ε. ΣΑΜΟΥΡΚΑΣΙΔΟΥ
	Public e-Governance and City Marketing Based on Indicators Monitoring Information System in Urban Environment - <u>G. ΚΟΥΖΙΟΚΑΣ</u> , Α. CHATZIGEORGIOU, Κ. PERAKIS
	Introduction of MC3 Algorithm to Place Marketing - <u>J. GAZDA</u> , Μ. BLAZEJOWSKI
	Applying A GIS-Based System and Crime Hotspot Analysis in Public Management and Place Marketing and Branding for Sustainable Urban Development and Planning - G. ΚΟΥΖΙΟΚΑΣ
	Exploring the Relationships Between City, Cultural Memory, and Disaster: Findings of the European Project EDUCEN - Μ. DANDOULAKI, Η. DE JONG, <u>T. PAGKARLIOTA</u> , <u>V. VAVIZOU</u>
	The Tall Ships' Races 2013 in Szczecin as a Touristic Product - J. HERNIK
	Nation Branding: Η Περίπτωση της Ελλάδας - Β. ΤΟΥΤΟΥΖΗ
	Η Προβολή της Ελληνικής Ταυτότητας Μέσα από τα Θεματικά Φυλλάδια του ΕΟΤ: Μια Σημειωτική Ανάλυση - Ε. Σ. ΓΑΒΡΙΗΛ

Προς μια Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη Μέσα από τις Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού: Η Περίπτωση του Πολιτιστικού Τουρισμού - Ε. ΜΠΑΝΙΛΑ

Αστικές Τρ(ο)πικότητες. Ο Αστικός Δημόσιος Χώρος, η Ταυτότητα και η Αναπαράσταση του ως «Περίπου Χώρος» - Α. ΜΟΡΑΣ

Χαρακτηριστικές Απώλειες Στοιχείων της Αρχιτεκτονικής Ταυτότητας της Πόλης, Μέσα από τις Μεταβολές στην Αντίληψη για την Εικόνα της, στη Σύγχρονη Ιστορία των Τρικάλων - Ν. ΣΑΜΑΡΑΣ, Μ. ΚΡΑΝΙΑ

Ανάπτυξη Σήματος Ποιότητας Προϊόντων και Υπηρεσιών στην Περιοχή Οικοανάπτυξης Κάρλας - Μαυροβουνίου - Κεφαλόβρυσου - Βελεστίου - Γ. ΔΕΛΗΒΑΣΗ, Ι. ΚΑΓΚΑΛΟΥ, Ι. ΒΕΡΓΟΣ

Στρατηγικό Προσχέδιο Μάρκετινγκ Δήμου Αριστοτέλη Χαλκιδικής - Α. ΓΚΟΥΖΚΟΥΝΗΣ, Χ. ΔΗΜΟΓΕΡΟΝΤΑ, Α. ΝΤΑΧΡΗΣ

Η Διοργάνωση Φεστιβάλ ως Πεδίο Πολιτισμού και Δημιουργίας Ταυτότητας ενός Τόπου - Η Περίπτωση της Ξάνθης: Το Ξανθιώτικο Καρναβάλι και οι Γιορτές Παλιάς Πόλης - Μ. ΚΟΡΟΞΕΝΙΔΟΥ

Η Ανάπτυξη του Τουρισμού Μέσα από Επενδύσεις Υψηλών Προδιαγραφών Ήπιες προς το Περιβάλλον. Το Παράδειγμα της Πύλου Μεσσηνίας - Θ. ΓΑΛΑΝΗΣ

21:30-23:00

Δεξίωση Υποδοχής [Α]

09:15-11:30

Παράλληλες Συνεδρίες III [B, 1, 2]

B

Διαχείριση και Προβολή Προορισμού και Βιώσιμη Ανάπτυξη

Προεδρείο: Σ. ΣΚΟΡΔΙΛΗ, Τ. ΓΟΥΣΙΟΣ

Εικόνες του Τόπου και Τοπική Ανάπτυξη: Η Ενσωμάτωση της Τοπικής Γαστρονομίας στην Εικόνα της Σαντορίνης ως Προορισμού - Σ. ΣΚΟΡΔΙΛΗ, Κ. ΤΣΑΚΟΠΟΥΛΟΥ

Βιολογική Καλλιέργεια, Βιωματική Μάθηση, Αειφόρος Ανάπτυξη στο Νομό Χαλκιδικής - Μ. ΒΑΦΕΙΔΟΥ, Ν. ΦΕΡΡΑΝΤΙ

Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Ηλεκτρονικής Πλατφόρμας Μάθησης στο Πλαίσιο της Βιώσιμης Τουριστικής Ανάπτυξης - Μ. ΣΤΑΜΠΟΥΛΗΣ, Ε. ΛΑΖΑΡΙΔΟΥ

Διαδικτυακή Χαρτογραφική Εφαρμογή Ονικών Διαδρομών. Περιοχή Μελέτης: Περιφέρεια Θεσσαλίας - Δ. ΛΑΓΚΑΔΙΝΟΣ, Π. ΜΑΝΕΤΟΣ, Χ. ΚΟΚΚΩΣΗΣ

Το Marketing της ΠΕ Λάρισας ως Προορισμού Περιπατητικού Τουρισμού - Τ. ΓΟΥΣΙΟΣ

Ο Θρησκευτικός Τουρισμός στη Θεσσαλία - Σ. ΚΑΤΣΙΑΝΑ

On the Necessity of Founding Local Destination Management Organizations in Greece and their Inextricable Relation to Local Universities - Α. ΚΟΝΙΔΑΡΙΣ

Managing Destination Brand Image Co-Creation - A Jointly Created Strategy By Airports, Airlines and Destination Authorities - Ε. ΒΛΑΣΣΙ, Α. ΡΑΠΑΘΕΟΔΟΡΟΥ

1

Ο Πολιτισμός ως Στοιχείο Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου III

Προεδρείο: Μ. ΜΑΡΚΑΤΟΥ, Ε. ΣΑΜΟΥΡΚΑΣΙΔΟΥ

Η Φιλοξενία των «Ξενία» ως Μέσο Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου - Ν. Β. ΚΟΛΟΒΟΥ, Ε. ΣΠΑΝΟΓΙΑΝΝΗ

Συμβολή στη Διερεύνηση Προοπτικών Ανάπτυξης στο Χαϊδάρι και την Ευρύτερη Περιφέρεια Αττικής Αξιοποιώντας Σύνδεση του Χαϊδαρίου μέσω Ιστορίας και Περιβάλλοντος με την Καισαριανή και την Ελευσίνα - Κ. ΦΟΥΝΤΟΥΛΗΣ

Μνημεία και Branding: Αλληλεπίδραση Πόλης (Λάρισα) και Περιφέρειας (Θεσσαλία) - Β. ΣΠΑΝΟΣ

Ανασύσταση της Ταυτότητας της Λάρισας Συνομιλώντας με τα Μνημεία της - Μ. ΤΕΛΛΑΚΗ

Μνημεία και Τόποι Πολιτιστικής Κληρονομιάς ως Μέσα Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου: Η Περίπτωση της Αβερώφειου Γεωργικής Σχολής στην Λάρισα - Μ. ΜΑΡΚΑΤΟΥ

Μύλος Παππά: Μουσειολογικές Προσεγγίσεις στην Εξέλιξη του Βιομηχανικού Αλευρόμυλου σε Μουσείο Σιτηρών και Αλεύρων - Ε. ΣΤΑΥΡΑΚΗ

Καπναποθήκες Καβάλας: Τα Κτίρια της Λήθης ή η «Ταυτότητα» μιας Πόλης; - Ε. ΣΑΜΟΥΡΚΑΣΙΔΟΥ

Η Νομική Οργάνωση του Ιερού Προσκυνηματος Αγίας Παρασκευής Τεμπών ως Μέσο Προβολής της Ταυτότητας Τόπου - Α. ΠΑΝΟΥΣΗΣ

2

Ο Ρόλος των Πολιτών στο Marketing και Branding Τόπου

Προεδρείο: Κ. ΣΕΡΡΑΟΣ, Μ. ΚΑΒΑΡΑΤΖΗΣ

Προσεγγίζοντας την Πολλαπλότητα του Τόπου Μέσα από Συλλογικές Πρακτικές στην Πόλη - Γ. ΓΚΟΥΜΟΠΟΥΛΟΥ, Α. ΧΑΖΑΠΗΣ

Sharing City/ Μια Πόλη που Διαμοιράζεται. Ο Ρόλος της Οικονομίας του Διαμοιρασμού ως Εργαλείο στην Βιώσιμη Αστική Ανάπτυξη - Ι. ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ, Α. ΤΟΥΦΕΓΓΟΠΟΥΛΟΥ, Κ. ΠΕΤΡΑΚΟΣ, Σ. ΑΥΓΕΡΙΝΟΥ-ΚΟΛΩΝΙΑ

Χωρική Διακυβέρνηση και Διαμόρφωση της Ταυτότητας της Πόλης (Place Branding): Η Εμπειρία της Γερμανίας στις Συμμετοχικές Διαδικασίες για το Σχεδιασμό και την Ανάπτυξη - Κ. ΣΕΡΡΑΟΣ, Ε. ΑΣΠΡΟΓΕΡΑΚΑΣ, Π. ΒΟΥΛΕΛΗΣ

Participatory Place Branding and the UK High Street: A Practical Application on Alsager, Altrincham, and Holmfirth - Ν. ΝΤΟΥΝΙΣ, Μ. ΚΑΒΑΡΑΤΖΙΣ

Community-Based Creative Tourism: Η Περίπτωση του Δουργουτίου - Μ. ΚΥΡΙΑΚΟΥ, Μ. Μ. ΤΣΟΓΚΑΣ, Κ. ΘΑΝΑΣΟΥΛΑ, Γ. ΖΟΥΝΗ

Σε Αναζήτηση Εξειδίκευσης και Ανάπτυξης, ΑΡΚΑΔΙΑ 2020 - ΤΑΠΤΟΚ - Μ. ΤΣΟΥΚΙΑΣ

Αλκοόλ - Τουρισμός: Rebranding - Αντιστροφή Αρνητικής Εικόνας ενός Τόπου, Μελέτη Περίπτωσης Μάλια Κρήτης - Χ. ΧΑΤΖΗΛΑΚΗ, Θ.ΜΕΤΑΞΑΣ

Η Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού και το Branding Πόλεων Μέσα από μια Θεωρητική Προσέγγιση - Θ. ΚΡΑΜΠΟΚΟΥΚΗΣ

11:30-12:00 Διάλειμμα - Καφές [Φ]

12:00-14:00 Παράλληλες Συνεδρίες IV [B, 1, 2]

B

Η Εικόνα του Τόπου II

Προεδρείο: Δ. ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ, Κ. ΜΩΡΑΪΤΗΣ

Αστικές Αποσιωπήσεις: Σύγχρονες Εξελίξεις στο Σχεδιασμό των Χώρων Ταφής και Διαχείριση της Ταυτότητας του Τόπου - Δ. ΖΑΒΡΑΚΑ

A Critical Content Analysis of the Tourist Logos Used by Greek Destination Marketing Organizations - Δ. ΚΟΥΤΟΥΛΑΣ, V. LOUPI, I. ZANNETTOU, A. VASSILIADI

Marketing the Smart City Brand; An Empirical Investigation - Μ. ANGELIDOU, I. SYMEONIDOU

City Branding: The Case of Tokyo - Δ. ΓΚΑΡΑΒΕΛΟΥ

Ταυτότητα του Τόπου και Δίκτυα Επισκεψιμότητας: Η Πολιτική Σκοπιμότητα και η Συσχέτισή τους με τον «Φυσικό» Σχεδιασμό - Κ. ΜΩΡΑΪΤΗΣ

Εικαστικά Παλίμψηστα: Ο Ρόλος των Εικαστικών Αναπαραστάσεων στην Συγκρότηση της Εικόνας της Πόλης. Η Περίπτωση της Αθήνας - Ε. ΤΣΑΚΙΡΗ

Re-Branding Συγγραφέας: Ο Πολιτισμός ως Όχημα για την Αλλαγή της Εικόνας και της Ταυτότητας της Λεωφόρου Συγγραφέας - Α. ΛΙΑΠΗΣ

1

Προώθηση και Προβολή Τόπου
Προεδρείο: Ρ. ΚΛΑΜΠΑΤΣΕΑ, Α. ΔΕΦΝΕΡ

Η Φυσική Κληρονομιά ως Θετική Αξία Ονόματος στη Χωρική Ανάπτυξη της Δημόσιας Γης υπό Όρους Αειφορίας - Δ. Α. ΛΙΤΣΑΡΔΟΥ, Ρ. ΚΛΑΜΠΑΤΣΕΑ

Διαδικτυακή Χαρτογραφική Πλατφόρμα Καταγραφής Τουριστικών Δραστηριοτήτων Μέσω Crowdsourcing - Β. ΕΥΘΥΜΙΟΥ, Π. ΜΑΝΕΤΟΣ, Α. ΔΕΦΝΕΡ

Nation Branding: Η Περίπτωση της Γαλλίας - Α. Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΥ

Η Έκταση Πύργου Βασιλίσσης - Πάρκου Τρίτη στην Αθήνα: Στρατηγική Διαχείριση για τη Συγκρότηση Αναγνωρίσιμης Ταυτότητας με Μητροπολιτική - Υπερτοπική Εμβέλεια - Κ. ΣΤΑΜΟΥΛΙΔΗΣ, Ρ. ΣΤΑΦΥΛΑΣ

Ποια θα είναι τα Οφέλη από την Ανάδειξη της Ελευσίνας ως Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης το 2021 και ο Απολογισμός του Θεσμού Πάτρα - Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης το 2006 - Θ. ΓΚΑΤΖΗΣ

Η Τρίπολη μετά την Υποψηφιότητά της ως Πολιτιστική Πρωτεύουσα: Εξέλιξη και Προοπτικές - Α. ΚΑΤΡΑΔΗ, Ρ. ΜΑΛΑΜΑ

Η Διαφήμιση ως Εργαλείο Αντίληψης της Ταυτότητας ενός Τόπου και Προώθησης Των Ιδιαίτερων Χαρακτηριστικών του: Η Περίπτωση της Δημοτικής Ενότητας Κύμης - Ι. ΣΚΥΡΙΑΝΟΣ

2

Φεστιβάλ και Ειδικά Γεγονότα
Προεδρείο: Ν. ΒΟΓΙΑΖΙΔΗΣ, Σ. ΣΚΟΡΔΙΛΗ

Η Ταυτότητα του Τόπου Μέσω Φεστιβάλ: Η Περίπτωση των Μουσικών Φεστιβάλ Gstaad και Verbier - Ν. ΒΟΓΙΑΖΙΔΗΣ

Διοργάνωση Εκδηλώσεων και Υποδομές ως Εργαλεία Branding Τόπου. Μελέτη Περίπτωσης: Leeds Arena, Μ. Βρετανία - Χ. ΔΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ, Π. ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ

Η Μεταβολή της Εικόνας της Βαρκελώνης σε Συσχέτιση με τις Διοργανώσεις Ειδικών Γεγονότων που Έλαβαν Χώρα σε αυτήν τα Τελευταία 40 Χρόνια - Ν. ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗΣ

ΠΠΕ ΕΛΕΥΣΙΣ 2021: Ευκαιρία για Συγκροτημένες Δράσεις στον Τοπικό Τομέα Αγροδιατροφής - Σ. ΣΚΟΡΔΙΛΗ, Θ. ΛΑΚΡΙΝΤΗΣ, Κ. ΤΣΑΚΟΠΟΥΛΟΥ

‘Hallmark Events’, Φεστιβάλ και Τοπικές Ταυτότητες: Το Παράδειγμα του Φεστιβάλ Μελιτζαζζ Λεωνιδίου - Ζ. ΜΑΡΓΑΡΗ, Σ. ΜΠΟΛΗΣ

Exploring Potentials for Culinary Tourism through a Food Festival: The Case of Thessaloniki Food Festival - G. CHATZINAKOS

14:00-15:30

Γεύμα, Μύλος 1927

15:30-17:30

Παράλληλες Συνεδρίες V [B, 1, 2]

B

Το Marketing και Branding Τόπου ως Εργαλεία ΑνάπτυξηςΠροεδρείο: **Α. ΔΕΦΝΕΡ, Θ. ΜΕΤΑΞΑΣ**

«Αναμνήσεις Γεύσεων» (Ελληνική Κουζίνα και Τρόφιμα/ Τουρισμός/ Εξαγωγές) Η Γεύση ως Δομικό Στοιχείο Δημιουργίας Ισχυρής, Ανταγωνιστικής Ταυτότητας Προορισμού και Αειφορίας - Δ. ΜΠΡΟΥΣΑΛΗΣ

Καινοτόμο Μάρκετινγκ στον Οινοτουρισμό: Μετατρέποντας την Καταστροφή σε Ευκαιρία - Θ. ΜΕΤΑΞΑΣ, Δ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗΣ

Branding Τόπου: Όψεις και Στρατηγικές Ενίσχυσης και Προώθησης του Brand Πειραιάς στον Τομέα της Κρουαζιέρας - Σ. ΣΥΡΟΥ, Π. ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ

Μάρκετινγκ και Branding του Δήμου Μαραθώνα - Ν. ΧΑΤΖΗΚΩΝΣΤΑΝΤΗΣ

Ταυτότητα Τόπου και Παραγωγική Ανασυγκρότηση: Το παράδειγμα της Ημαθίας - Μ. ΜΠΟΥΡΓΟΣ, Α. ΔΕΦΝΕΡ

Συγκρότηση Δικτύων Τοπιακής Φυσιογνωμίας στα Πλαίσια μιας Προσέγγισης Territory Branding για την Προώθηση και Ενίσχυση των Νησιών του Βορειοανατολικού Αιγαίου - Α. ΜΕΝΤΕΚΙΔΟΥ

Brand Personality Destination: The Case of Paros - Ε. ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ, Μ. Μ. ΤΣΟΓΚΑΣ, Η. ΤΖΟΥΑΝΗ

1

Τοπίο και ΤαυτότηταΠροεδρείο: **Κ. ΜΩΡΑΪΤΗΣ, Σ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ**

Η Συμβολή της Αξιολόγησης του Χαρακτήρα του Τοπίου στο Branding & Marketing Τόπου - Α. ΓΚΟΛΤΣΙΟΥ

Trans-National Place Identity: Το Ελληνικό Τοπίο και η Υπέρβαση της Περιορισμένης Εθνικής Ταυτότητας - Κ. ΜΩΡΑΪΤΗΣ

Η Ταυτότητα του Ελληνικού Τοπίου στα Arcade Games - Σ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ, Α. ΜΑΛΑΚΑΣΙΩΤΗ, Μ. ΛΟΥΚΟΥ, Α. ΖΑΒΙΤΣΑΝΟΥ

Η Αξία της Θέας στη Θάλασσα: Μελέτη των Τιμών των Τουριστικών Καταλυμάτων της Θεσσαλίας - Ι. ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΥ, Π. ΑΡΒΑΝΙΤΙΔΗΣ

Κιλεέρ: Η Αναγνωρισιμότητα του Ονόματος, η Ιστορικότητα του Τόπου και ο Πολιτισμός ως Πόλοι Έλξης και Εργαλεία Ανάπτυξης - Κ. ΝΤΑΜΠΕΓΛΙΩΤΗΣ, Σ. ΠΑΣΑΛΙΔΟΥ, Δ. Π. ΜΠΟΤΣΑΡΟΠΟΥΛΟΥ, Α. ΧΑΤΖΟΥΛΗΣ

Δίκτυο Θυλάκων Ανεκτίμητης Αξίας στο Τοπίο: Το Παράδειγμα της Β. Α. Κρήτης - Α. ΚΟΥΖΟΥΠΗ

Ο Τόπος της Άνω Σύρου Μέσα από την Ανάλυση του Τοπίου της - Α. ΒΑΣΙΛΑΡΑ

2

Ο Πολιτισμός ως Στοιχείο Προβολής της Ταυτότητας του Τόπου IV
Προεδρείο: Α. ΚΑΛΟΓΕΡΕΣΗΣ, Β. ΑΥΔΙΚΟΣ

The Role of Educational Pavilions in Place Making: Establishing a Dialogue Between the University and the City - I. SYMEONIDOU, M. ANGELIDOU

Ελληνικός Γαστρονομικός Πολιτισμός: Η Περίπτωση του «Δικτύου Δήμων των Εκλεκτών Ελληνικών Γεύσεων» - Σ. ΜΠΟΛΗΣ, Α. ΚΟΥΤΣΟΥΡΗΣ

Ζωντανεύοντας Μνήμες από τους Ανθρώπους των Τεχνών, Ενισχύοντας τον Πολιτιστικό Τουρισμό στην Πόλη: Μια Πρόταση για τη Λάρισα - Z. ΧΙΝΤΖΙΟΥ, Κ. ΣΥΡΑΚΟΥΛΗΣ

Η Σημασία των Μουσείων για την Πολιτιστική Ταυτότητα και την Τουριστική Ανάπτυξη των Πόλεων: Το παράδειγμα του Διαχρονικού Μουσείου Λάρισας - Ν. ΠΑΠΑΝΑΣΤΑΣΟΥΛΗ

Γνωριμία με τη Γη του Ομηρικού Αχιλλέα: Η Αναζήτηση, η Διαμόρφωση και η Θωράκιση της Σύγχρονης Αναγνωρίσιμης Ταυτότητας των Φαρσάλων - Α. ΚΑΡΑΧΑΛΙΟΣ, B. ΝΟΥΛΑ

Η Εικόνα ως Εμπόδιο. Οι Δυσκολίες Παρέμβασης στην Καθιερωμένη Εικόνα Ενός Τόπου: Η Περίπτωση της Κέρκυρας - Α. ΚΑΛΟΓΕΡΕΣΗΣ, Β. ΑΥΔΙΚΟΣ, Β. ΛΑΟΠΟΔΗΣ

Η Πολιτιστική Κληρονομιά των Παραδοσιακών Κατοικιών του Ν. Σερρών και η Κατασκευαστική Δομή τους ως Ιδιαίτερο Γνώρισμα της Ταυτότητας της Περιοχής των Σερρών - Γ. ΠΟΛΥΡΑΒΑΣ

17:30-18:00

Διάλειμμα - Καφέs [Φ]

18:00-20:00

Παράλληλες Συνεδρίες VI [B, 1, 2]

B

Ο Ρόλος των ΜΜΕ στο Μάρκετινγκ & Branding Τόπου
Στρογγυλή Τράπεζα Δημοσιογράφων
Συντονιστής: Τ. ΓΟΥΣΙΟΣ

Ν. ΚΑΖΑΝΤΖΙΔΟΥ, ΑΠΕ-ΜΠΕ

Δ. ΜΠΑΛΗΣ, 24 MEDIA

Σ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ, Omorfa Taxidia.gr

Χ. ΠΟΥΤΕΤΣΗ, ΤΟ ΒΗΜΑ

Π. ΦΩΤΙΑΔΗΣ, Travel Daily News

1

Η Εικόνα και η Ταυτότητα των Ελληνικών Πόλεων II**Προεδρείο: Κ. ΣΥΡΑΚΟΥΛΗΣ, Α. ΔΕΦΝΕΡ**

Κοινωνικο-χωρικοί Μετασχηματισμοί και Ταυτότητα του Τόπου: Η Περίπτωση του Ψυρρή - Β. ΧΑΡΑΛΑΜΠΙΔΟΥ

Ταυτότητα, Εικόνα και Μάρκετινγκ του Τόπου: Στρατηγικό Προσχέδιο Μάρκετινγκ Δήμου Αγίας Περιφερειακής Ενότητας Λάρισας - Χ. ΜΗΤΡΟΥΛΑ, Ε. ΓΚΑΝΤΟΥΝΑ

Προσχέδιο Στρατηγικού Σχεδιασμού & Σχέδιο Marketing του Βόλου. Το Πολιτιστικό Προφίλ στο Branding & Marketing του Βόλου και του Πηλίου - Γ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ

Στρατηγικός Σχεδιασμός Ανάπτυξης Εναλλακτικού Τουρισμού: Η Συγκρότηση ενός Οράματος για τη Σαμοθράκη - Π. ΚΟΝΣΟΥΛΑ, Π. ΣΚΑΓΙΑΝΝΗΣ

City Branding Μικρομεσαίων Πόλεων της Περιφέρειας - Η Περίπτωση της Δράμας - Μ. ΒΕΖΥΡΤΖΗΣ

Η Ανάλυση Μάρκετινγκ ως Εργαλείο στην Ανάπτυξη των Προορισμών: Το Παράδειγμα των Λιβαδιών Πάικου - Γ. ΖΟΥΝΗ, Σ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΥ, Γ. ΚΟΥΡΟΥ, Δ. ΚΟΥΒΕΛΗ

Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για τη Θεσσαλονίκη ως Τουριστικό Προορισμό - Θ. ΓΚΟΥΓΚΟΥΛΙΤΣΑΣ, Γ. ΖΟΥΝΗ, Ε. ΒΕΛΙΣΣΑΡΙΟΥ

2

Εφαρμογές και Αξιολόγηση Marketing και Branding Τόπου**Προεδρείο: Ε. ΨΑΘΑ, Ο. ΤΣΑΚΗΡΙΔΗ**

Τίτλοι και Αξιολογήσεις Πόλεων. Στοιχεία της Αστικής Ταυτότητας ή Εργαλεία στην Υπηρεσία του Μάρκετινγκ Τόπου; - Ε. ΨΑΘΑ

Ο Ρόλος των Ερευνών Κοινού. Σύγχρονοι Προβληματισμοί και Προτεινόμενες Λύσεις/ Εφαρμογές - Ο. ΤΣΑΚΗΡΙΔΗ

Έρευνα Πολιτιστικής Στρατηγικής Ελληνικών Πόλεων: Αυτοαξιολόγηση - Στόχοι - Ανάγκες - Β. ΛΑΟΠΟΔΗΣ, Ε. ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ

Η Συμβολή των Παγκόσμιων Εκθέσεων τόσο στην Ανταγωνιστικότητα της Πόλης Διοργάνωσης όσο και στην Τοπική της Ανάπτυξη - Ε. ΣΠΑΝΟΓΙΑΝΝΗ, Ν. Β. ΚΟΛΟΒΟΥ

Εργαλεία και Αποτελέσματα Υλοποίησης του Προγράμματος Ενημέρωσης - Ευαισθητοποίησης για την Ανάδειξη και Προβολή της Περιοχής Οικοανάπτυξης Κάρλας - Μαυροβουνίου - Κεφαλόβρυσου - Βελεστίνου - Μ. ΧΑΜΟΓΛΟΥ, Ι. ΚΑΓΚΑΛΟΥ, Ι. ΒΕΡΓΟΣ

Η Χρήση Γεωχωρικών Τεχνολογιών από Τοπικούς Φορείς στην Ανάδειξη και Αξιοποίηση του Πολιτιστικού Αποθέματος μιας Περιοχής. Η Περίπτωση της Πόλης των Τρικάλων - Α. ΜΩΥΣΙΑΔΗΣ, Κ. ΛΟΥΚΑ

Place Marketing as the Impetus for Asset Based Spatial Planning for Investment in Low Middle Income Countries Municipalities - The Paradigm of Georgia - S. TSARTSARA

20:30-20:45	Βραβεύσεις [Θέατρο ΟΥΗΛ]
20:45-21:30	Κεντρική Ομιλία [ΟΥΗΛ]
Destinations of Distinction/ Διακριτοί Προορισμοί - ROGER PRIDE	
21:30	Λήξη Συνεδρίου [ΟΥΗΛ]