

Γεώργιος Μπάλας – Βιογραφικό σημείωμα

Ο Γεώργιος Μπάλας είναι Καθηγητής και Πρόεδρος του τμήματος Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και διδάκτωρ της σχολής διοίκησης επιχειρήσεων του πανεπιστημίου Warwick, στο οποίο έχει επίσης εργαστεί ως λέκτορας.

Το επιστημονικό έργο του περιλαμβάνει θέματα συμπεριφοράς καταναλωτή και λήψης αγοραστικών αποφάσεων, μοντέλα διακριτών επιλογών, εμπειρική έρευνα ζήτησης, διοίκηση μάρκας και γραμμής προϊόντων, διοίκηση εμπορικών επιχειρήσεων, μοντέλα αποφάσεων μάρκετινγκ, πειράματα προσδιορισμού ατομικών προτιμήσεων, και προηγμένες μεθόδους έρευνας αγοράς και ατομικής συμπεριφοράς.

Έχει δημοσιεύσει εκτενώς σε καθιερωμένα επιστημονικά περιοδικά (science / social sciences citation indices), μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται τα Applied Economics, Decision Sciences, European Journal of Marketing, European Journal of Operational Research, Industrial Marketing Management, International Journal of Retail and Distribution Management, Journal of the Market Research Society, Journal of Advertising Research, Journal of Business Research, Journal of the Academy of Marketing Science, Journal of Product and Brand Management, Journal of Retailing, Journal of the Operational Research Society, Journal of Service Research, και Transportation Research.

Δεκάδες εργασίες του έχουν παρουσιασθεί σε σημαντικά διεθνή συνέδρια με διαδικασία ανώνυμης κρίσης, όπως τα συνέδρια British Academy of Management, European Marketing Academy, American Marketing Association, και Academy of Marketing. Το δημοσιευμένο έργο έχει λάβει τέσσερις σχετικές διακρίσεις και έχει συγκεντρώσει μεγάλο αριθμό αναφορών σε έγκριτα περιοδικά (science / social sciences citation indices), όπως για παράδειγμα τα Journal of Retailing, Marketing Science, International Journal of Research in Marketing, Journal of Marketing, Mathematical Social Sciences, Psychometrica, και Transportation Research.

Συμμετείχε στις οργανωτικές και επιστημονικές επιτροπές διάφορων διεθνών συνεδρίων και ήταν συντονιστής του επιστημονικού πεδίου μοντέλων & προβλέψεων (Modeling & Forecasting track) στα συνέδρια της Ευρωπαϊκής Ακαδημίας Μάρκετινγκ των ετών 2006, 2009, 2010, 2011 και 2012. Έχει επίσης συνεργασθεί ως κριτής επιστημονικών εργασιών και βιβλίων με σημαντικά ακαδημαϊκά περιοδικά, όπως για παράδειγμα τα Decision Sciences, Marketing Science, International Journal for Research in Marketing, Journal of Retailing, Journal of the Operational Research Society, International Marketing Review, European Journal of Operational Research, Biometrics, Journal of the Academy of Marketing Science, και είναι επίσης μέλος των συντακτικών επιτροπών των περιοδικών Industrial Marketing Management, International Journal of Retail and Distribution Management και Journal of Product and Brand Management. Συνέγραψε τέσσερα βιβλία στα πεδία της καταναλωτικής συμπεριφοράς και του εμπορίου, τα οποία εξέδωσε ο εκδοτικός οίκος Rosili.

Έχει φιλοξενηθεί πολλές φορές σε Ελληνικά και ξένα μέσα μαζικής ενημέρωσης, με εκατοντάδες άρθρα, συνεντεύξεις και αναφορές. Συμμετείχε ως ομιλητής ή διοργανωτής σε μεγάλο αριθμό συνεδρίων και εκδηλώσεων στην Ελλάδα με στόχο την εξωστρέφεια και ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών επιχειρήσεων και την παραγωγική ανασυγκρότηση της εθνικής οικονομίας.