



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ 2020 – 2021

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|---|--|
| ΠΟΛΥΚΑΛΑΣ ΣΠΥΡΟΣ s.polykalas@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none">1. Πολιτική, πολιτικοί και μέσα κοινωνικής δικτύωσης- μελέτη περίπτωση Twitter2. Διαδικτυακό μάρκετινγκ και μέσα κοινωνικής δικτύωσης: μελέτη περίπτωσης Facebook3. Πρόσβαση σε προσωπικά δεδομένα από κινητές εφαρμογές (mobile apps).4. Εικονική περιήγηση σε σημεία πολιτισμικού / εκπαιδευτικού / τουριστικού / επιχειρηματικού ενδιαφέροντος5. Συστήματα μη Επανδρωμένων Αεροσκαφών (ΣμηΕΑ - drones) και επικοινωνία6. Αξιολόγηση διαδικτυακών υπηρεσιών συγκέντρωσης ενημερωτικής πληροφορίας / τουριστικών υπηρεσιών7. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και το φαινόμενο των influencers8. Όροι χρήσης διαδικτυακών υπηρεσιών: μελέτη περίπτωσης μέσων κοινωνικής δικτύωσης9. Προστασία προσωπικών δεδομένων και ιδιωτικότητα – μελέτη περίπτωσης covid 1910. Επίδραση τεχνολογιών STEM στην εκπαίδευση11. Η χρήση των infographics – μελέτη περίπτωσης covid 1912. Συστήματα ψηφιακής σήμανσης – η χρήση των QR codes. Μελέτη περίπτωσης Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας |
| ΗΛΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ heliades@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none">1. Αξιολόγηση της αναγνωσιμότητας δημοφιλών site template.2. Μελέτη στρατηγικής επικοινωνίας στην πολιτιστική βιομηχανία.3. Οι διαμορφούμενες τάσεις του gaming στην εποχή της πανδημίας4. Μελέτη της διδακτικής αποτελεσματικότητας διαφορετικών πειραματικών αναπαραστάσεων και μέσων5. Διερεύνηση των σύγχρονων μεθόδων πληροφόρησης και δημοσιογραφικής πρακτικής6. Μελέτη των επιπτώσεων του cyber bullying7. Συσχέτιση οικογενειακών παραγόντων με μοτίβα χρήσης του Διαδικτύου από τους νέους8. Θεματική media παραγωγή (τηλεοπτική/ραδιοφωνική/φιλμ, κοκ) επιλογής του φοιτητή9. Μελέτη περίπτωσης της διαδικτυακής υπηρεσίας του Instagram10. Ποιοτική ανάλυση του φαινομένου του digital disengagement |

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|---|--|
| ΚΟΝΙΔΑΡΗΣ ΑΓΗΣΙΛΑΟΣ konidaris@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Online Travel Agencies (OTA) και ο βαθμός εξάρτησης ξενοδοχείων από αυτούς 2. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ως εργαλεία μάρκετινγκ των τουριστικών προορισμών 3. Η επίδραση της πανδημίας COVID-19 στην ανάπτυξη του «Αργού Τουρισμού - Slow Tourism» 4. Σχεδιασμός ενός σύγχρονου Destination Marketing Management Organization (DMMO) για τουριστικό προορισμό της Ελλάδας. 5. Μοντέλα προβλέψεων τουριστικών αφίξεων με χρήση Big Data. 6. Ψηφιακές Υπηρεσίες και Τοπική Αυτοδιοίκηση 7. Η αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών (Digital Technologies) σε χώρους Πολιτισμού στον Ελλαδικό χώρο 8. Σχεδιασμός και ανάπτυξη πολυμεσικών εφαρμογών για την περιήγηση των τουριστών σε χώρους πολιτισμού. 9. Η επίδραση των Emojis στα social media. Ενδεικτική βιβλιογραφία: https://scholarcommons.usf.edu/etd/6513/) 10. Η επίδραση της διαφήμισης στο Facebook στην πρόθεση για αγορά των καταναλωτών. Ενδεικτική Βιβλιογραφία: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401218303943?casa_token=jltgjmK-WXcAAAAA:rIFEBtDGZDxt-kwIFxx_YrjXmC-sNh16r1M6afOOkzpf6TKJOTmgMo-bWrIEFFD198D-bUWyx9, https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IntR-01-2014-0020/full/html 11. Ο ρόλος των κοινωνικών δικτύων στην πρόθεση για αγορά των καταναλωτών. Ενδεικτική Βιβλιογραφία: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401218303943?casa_token=TQusHXzHmrsAAAA:8eWmVaGMLFY9HzFTV6zS9B-AqScprByVzgtnmZJMqotXbITJrlxnTsF25Nfe1geVJgEUPzub6SE 12. Ηλεκτρονικό έγκλημα και διαδίκτυο. Υποθέσεις που απασχόλησαν την ελληνική Δικαιοσύνη 13. Η επίδραση της πανδημίας του κορονοϊού στο ηλεκτρονικό έγκλημα 14. Τεχνολογίες φωνής (voice technologies): Νέα ευκαιρία ή ένας ακόμα ανταγωνιστής για τα "παραδοσιακά" μέσα ενημέρωσης; 15. Μέθοδοι και προϋποθέσεις προσέλκυσης Digital Nomads στην Ελλάδα. 16. Η εξέλιξη του ψηφιακού μάρκετινγκ κατά τη διάρκεια της αναστολής λειτουργίας καταστημάτων (lockdown) |
| ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ nikos.antwnopoulos@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Η διάχυση της ευθύνης των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για γεγονότα που απαιτούν δράση 2. Αξιολόγηση ευχρηστίας του διαδικτυακού τόπου του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου 3. Στρατηγική επικοινωνίας και μάρκετινγκ ενός φορέα διαχείρισης προστατευόμενης περιοχής: Η περίπτωση του Φορέα Διαχείρισης Εθνικού Δρυμού Αίνου στη Κεφαλονιά 4. Περιβαλλοντική Επικοινωνία στα Ελληνικά Πανεπιστημιακά Ιδρύματα |

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|---|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 5. Δημιουργία της ψηφιακής παρουσίασης της βιβλιοθήκης του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Ιονίου Πανεπιστημίου 6. Ανάπτυξη ολοκληρωμένης επικοινωνιακής στρατηγικής για την προβολή του Γεωπάρκου Κεφαλονιάς-Ιθάκης σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο 7. Η διεπαφή χρήστη (UI) για διαδικτυακούς τόπους 8. Αξιολόγηση εφαρμογών που χρησιμοποιούνται για την Πανεπιστημιακή εξ αποστάσεως εκπαίδευση στην Ελλάδα και Διεθνώς 9. Μέθοδοι και Τακτικές Αξιολόγησης Ευχρηστίας Διαδικτυακών Τόπων και Εφαρμογών 10. Eye Tracking για διαδικτυακούς τόπους και εφαρμογές κινητών τηλεφώνων 11. Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Συστήματα Δημιουργίας Περιεχομένου (CMS) 12. Η διεπαφή χρήστη (UI) για εφαρμογές κινητών τηλεφώνων 13. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και ο Επηρεασμός της Κοινής Γνώμη |
| ΣΓΩΡΑ ΑΓΓΕΛΙΚΗ asgora@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Σχεδίαση και ανάπτυξης εφαρμογής για την προώθηση τουριστικού προϊόντος σε έξυπνες συσκευές σε περιβάλλον Android 2. Η ευρωπαϊκή νομοθεσία σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (Οδηγίες 2018/1808/ΕΕ, 2010/13/ΕΕ) και η ενσωμάτωσή της στο Ελληνικό Δίκαιο. 3. Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση: Η ελληνική περίπτωση 4. Η περίπτωση του απτού Διαδικτύου (tactile internet) 5. Κυβερνοασφάλεια και Διαδίκτυο των Πραγμάτων (IoT) 6. Εικονικοί κόσμοι σε εξέλιξη: Η περίπτωση του Fortnite |
| ΑΜΠΕΛΙΩΤΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ampeliotis@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ανίχνευση κόμβων με ισχυρή επιρροή σε κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιώντας γράφο-θεωρητικές τεχνικές κεντρικότητας (Graph centrality) 2. Μοντέλα της θεωρίας παιγνίων στην επικοινωνία 3. Μοντέλα δυναμικής διαμόρφωσης απόψεων (opinion dynamics) σε κοινωνικά δίκτυα 4. Διαφορές στους μηχανισμούς διάδοσης ψευδών ειδήσεων (fake news) και διάδοσης αληθινών ειδήσεων 5. Παραγωγή προωθητικής εφαρμογής σχεδιοκίνησης (animation) χρησιμοποιώντας HTML5 6. Σύγχρονες τεχνικές επεξεργασίας εικόνας και χρήση τους στην αποκατάσταση έργων τέχνης: Μελέτη τεχνικών υπέρ-ανάλυσης (super-resolution) και συμπλήρωσης εικόνας (image in-painting) 7. Τεχνικές ψηφιακής υδατογράφησης και προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας πολυμεσικού περιεχομένου |
| ΜΠΟΥΚΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ nboukas@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη ως μοχλός ανάπτυξης της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς. 2. Η συμβολή της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης στην διατήρηση και ανάπτυξη ελληνικών μουσικών οργανισμών και φορέων. |

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 3. Διαδικτυακή διδασκαλία ευρωπαϊκής μουσικής πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας covid 19. 4. Διαδικτυακή διδασκαλία μουσικών οργάνων, παραδοσιακών και μη, πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας covid 5. Διαδικτυακή διδασκαλία της εκκλησιαστικής μουσικής πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας covid 19. 6. Αποδελτίωση μουσικών αναφορών στον ημερήσιο αθηναϊκό τύπο |
| ΚΟΥΜΠΑΡΕΛΗΣ ΑΝΑΡΓΥΡΟΣ koubarelis@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Η μετάβαση από την έντυπη στην ηλεκτρονική δημοσιογραφία και οι συνέπειες της στην κριτική σκέψη του αναγνωστικού κοινού. 2. Η επίδραση του διαδικτύου και των social media στην επιλογή τουριστικού καταλύματος. 3. Ηλεκτρονική δημοσιογραφία και “σύγκλιση”: ελευθερία ή στρέβλωση; 4. Ο ρόλος της μάσκας στην κατασκευή της εικόνας (προφίλ) των υπερωρών του κινηματογράφου. 5. Από το Κλασικό Μάρκετινγκ και τον καταναλωτή που περπατά, στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ και τον καταναλωτή που σερφάρει: ομοιότητες και διαφορές. |
| ΠΕΤΡΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ petrakis@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Μελέτη της χρήσης του ρήματος «επικοινωνώ» ως μεταβατικού σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές λόγου της ΕΡΤ. 2. Κατάθλιψη και αυτοκτονία. Συνδέονται και πώς με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης; 3. Μελέτη της τηλεκπαίδευσης, με έμφαση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, κατά την πρώτη φάση της εποχής του κορονοϊού στην Ελλάδα. 4. Η μουσική, ως μέσο επικοινωνίας και ως στοιχείο πολιτισμού στις τηλεοπτικές διαφημίσεις. Αναδρομή από το 1978 έως και σήμερα με έμφαση στην πρώτη περίοδο της ιδιωτικής τηλεόρασης στην Ελλάδα. 5. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη από την πλευρά των πολιτών- καταναλωτών με έμφαση στους νέους στην Ελλάδα. 6. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη στην Ελλάδα και η υπερθέρμανση του πλανήτη. 7. Εταιρική διακυβέρνηση και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη. Το ζήτημα της παγκοσμιοποίησης και η ηθική διάσταση του επιχειρείν. 8. Η αντιστροφή του ονοματεπωνύμου και οι απόψεις των φοιτητών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας αλλά και άλλων φοιτητών τμημάτων σχετικών με την επικοινωνία. 9. Το facebook ως μέσο επικοινωνίας των φοιτητών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας για ακαδημαϊκά θέματα. 10. Το facebook ως μέσο επικοινωνίας κατά τον ελεύθερο χρόνο των φοιτητών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας. 11. Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη υποκαθιστώντας το Κράτος στην αντιμετώπιση κοινωνικών προβλημάτων. |
| ΠΑΝΑΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ gpanas@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Η επίδραση της πανδημίας (COVID-19) στην καταναλωτική συμπεριφορά και τον τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων 2. Νέες τεχνολογίες και ηλεκτροκίνηση. Έρευνα στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών στην Ελλάδα 3. Ηλεκτρονικό εμπόριο φαρμάκων και φαρμακευτικών προϊόντων |

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|---|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 4. Η επίδραση της πανδημίας(COVID-19) στο επάγγελμα των Δημοσίων Σχέσεων 5. Διαχείριση επικοινωνιακών κρίσεων στις επιχειρήσεις μέσω των Κοινωνικών Δικτύων 6. Η ηγεσία στη ψηφιακή εποχή. Μελέτη περίπτωσης VODAFONE 7. Η επίδραση της ανακάλυψης του Μινωικού Πολιτισμού στην Τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης 8. Μάρκετινγκ προϊόντων καπνού. Μελέτη περίπτωσης IQOS 9. Τουρισμός ευεξίας. Η συμβολή του στην ανάπτυξη και διαφοροποίηση του ξενοδοχειακού κλάδου. |
| ΛΑΜΠΡΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ evaglamprou@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Τοπική αυτοδιοίκηση και επικοινωνία με Social Media 2. Πόροι και έσοδα των διαδικτυακών ενημερωτικών μέσων: Paywalls, διαφήμιση και πληθοπορισμός (crowdsourcing) 3. Πληθοπορισμός (Crowdsourcing) και ειδησεογραφικός σχολιασμός 4. Social media marketing και μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αυτοδιαχείριση της εικόνας 5. Εκλογικά αποτελέσματα και ψηφιακή δημοφιλία των πολιτικών προσώπων |
| ΑΥΓΟΥΣΤΑΤΟΥ ΣΤΑΜΩ stamwaug@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ψηφιακή αφήγηση και ανάπτυξη παραμυθιού. 2. Έξυπνοι αισθητήρες και εφαρμογές τους 3. Διαδίκτυο των πραγμάτων και εφαρμογές του στην εκπαίδευση 4. Διαδίκτυο των πραγμάτων σε ΑΜΕΑ |
| ΣΤΑΜΑΤΕΛΑΤΟΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ gstamatelatos@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. 5G και Digital Marketing 2. 5G και News Industry 3. Wordpress vs Drupal 4. Gov.gr και GovHub.gr 5. Incubation και μικρές τουριστικές επιχειρήσεις |
| ΠΑΡΙΣΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ parisieuagelia@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Η εξέλιξη και η συνεισφορά της ηλεκτρονικής διαφήμισης στην ανάπτυξη εταιρειών. Μελέτη περίπτωσης 2. Οι νέες τεχνολογίες της ψηφιακής οικονομίας που εφαρμόζονται στην εφοδιαστική αλυσίδα, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την λειτουργία της επιχείρησης. 3. Νέα καινοτομικά ψηφιακά επιχειρηματικά μοντέλα- Η περίπτωση του airbnb. 4. Τυπογραφική τεχνολογία απο τον 15αι. ως σήμερα 5. Τα Social Media στην τουριστική βιομηχανία: Η περίπτωση του destination branding |
| ΚΙΟΥΡΕΞΙΔΟΥ ΜΑΤΙΝΑ kiourexidou@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ψηφιακός Πολιτισμός και τουρισμός την εποχή της πανδημίας 2. Σχεδιασμός, ανάπτυξη και υλοποίηση διαδραστικής πολυμεσικής εφαρμογής για την περιήγηση των τουριστών στο Αργοστόλι της Κεφαλονιάς 3. Από τις εικονικές εκθέσεις έως την ζωντανή ροή στα κοινωνικά δίκτυα των μουσείων 4. Τρισδιάστατη (3D) μοντελοποίηση και οπτικοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς |

| ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ |
|---|--|
| | 5. Ψηφιακά μουσεία: πλατφόρμες για τη δημιουργία εικονικών εκθέσεων με υποστήριξη VR |
| ΚΑΤΣΑΟΥΝΙΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ akatsaounidou@gmail.com | <ol style="list-style-type: none"> 1. Σχεδίαση και ανάπτυξη διεπαφών για την ενίσχυση του ψηφιακού γραμματισμού 2. Τεχνικές Οπτικοποίησης Δεδομένων (data visualization) στη Δημοσιογραφία 3. Υπηρεσίες παιχνιδοποίησης στον ψηφιακό γραμματισμό 4. Νέα μοντέλα αξιολόγησης οπτικών δημοσιογραφικών τεκμηρίων 5. Ανάπτυξη ολοκληρωμένου μοντέλου-περιβάλλοντος ηλεκτρονικού επιχειρείν |
| ΚΟΥΣΤΟΥΜΠΑΡΔΗ ΕΡΑΤΩ eratokoustobar@ionio.gr | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ψηφιακή Εγκληματικότητα στον Κυβερνοχώρο 2. Mobile Marketing. Μελέτη περίπτωσης 3. Έφηβοι και Διαδίκτυο "Χρήση, κατάχρηση και Εθισμός" 4. Χρήση των τεχνολογιών QR code και NFC tag στις υπηρεσίες του τουρισμού 5. Σχεδιασμός, ανάπτυξη και υλοποίηση εφαρμογής για την προώθηση τουριστικού προϊόντος για συσκευές με λειτουργικό σύστημα Android |