



ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ 2024– 2025

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ / ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΠΟΛΥΚΑΛΑΣ ΣΠΥΡΟΣ s.polykalas@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none">1. Ανταγωνισμός και μηχανές αναζήτησης2. Αξιοποίηση ψηφιακών τεχνολογιών για περιήγηση σε σημεία πολιτισμικού / εκπαιδευτικού / τουριστικού / επιχειρηματικού ενδιαφέροντος3. Χρήση ΣμηΕΑ (drones) για επικοινωνία4. Χαρτογράφηση και οπτικοποίηση δεδομένων: μελέτη περίπτωσης τριτοβάθμια εκπαίδευση5. Χρήση κινητών τηλεφώνων από παιδιά – εφήβους και ενήλικους6. Κώδικας οδικής κυκλοφορίας και χρήση κινητών τηλεφώνων7. Τεχνητή Νοημοσύνη και ανταγωνισμός8. Προστασία προσωπικών δεδομένων και cookies
ΚΟΝΙΔΑΡΗΣ ΑΓΗΣΙΛΑΟΣ konidaris@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none">1. Εφαρμογή Πολυτροπικών ΑΙ Μοντέλων (Multimodal AI) για την Αυτοματοποιημένη Δημιουργία Περιεχομένου στον Τουρισμό2. Neuro-Marketing και Ανάλυση Συναισθημάτων σε Διαφημίσεις Τουριστικών Επιχειρήσεων μέσω Machine Learning3. Blockchain και Web3 στην Τουριστική Βιομηχανία: Ανάλυση Επιπτώσεων και Προοπτικών της Αποκεντρωμένης Διαχείρισης Κρατήσεων4. Η Ψηφιακή Διαφήμιση Βασισμένη σε Γεωγραφική Τοποθεσία (Geotargeting) και η Αποτελεσματικότητά της στον Τουρισμό5. Η Χρήση του User-Generated Content (UGC) στην Ψηφιακή Στρατηγική Ξενοδοχείων και Airbnb: Ευκαιρίες και Προκλήσεις6. Ο Ρόλος της Τεχνητής Νοημοσύνης στη Βελτιστοποίηση της Ψηφιακής Προώθησης Τουριστικών Προορισμών7. Ο Ρόλος της τουριστικής πληροφόρησης στην εμπειρία του επισκέπτη. Μελέτη περίπτωσης: Δημιουργία Ανοιχτού Google Calendar με events8. Σχεδιασμός και υλοποίηση News Portal για Τουριστικές επιχειρήσεις.

ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ nikos.antwnopoulos@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ιστοσελίδες και εφαρμογές παραγγελίας φαγητών στην Ελλάδα. Μελέτη περίπτωσης για τη δημιουργία και ανάπτυξη της εφαρμογής Fagi 2. Οδηγός και χρήση του δωρεάν επαγγελματικού ερωτηματολογίου limesurvey από την πλατφόρμα https://nemeculab.dmc.ionio.gr/survey 3. Διαπολιτισμική Επικοινωνία στον Τουρισμό 4. Αξιολόγηση ευχρηστίας της ψηφιακής βιβλιοθήκης https://nemeculab.dmc.ionio.gr/library/ 5. Τουρισμός και η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης
ΣΓΩΡΑ ΑΓΓΕΛΙΚΗ asgora@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. IoT και Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) στην Ψηφιακή Εμπειρία των Μέσων Επικοινωνίας 2. Social Media και IoT: Ο Ρόλος των Διασυνδεδεμένων Συσκευών στη Δημιουργία Περιεχομένου 3. Έξυπνα Διαδραστικά Μέσα: Η Εφαρμογή του IoT στη Δημιουργία Προσωποποιημένου Περιεχομένου 4. Αυτοματοποιημένη Ανάπτυξη Ιστοτόπων μέσω Τεχνητής Νοημοσύνης: Μεθοδολογία και Εφαρμογές 5. Ψηφιακά δίδυμα (Digital twins) για πόλεις 6. Αλγοριθμικά Συστήματα αποφάσεων στη Δημόσια Διοίκηση
ΑΜΠΕΛΙΩΤΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ampeliotis@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ανάπτυξη και αξιολόγηση συστήματος μηχανικής μάθησης σε περιβάλλον Python / scikit-learn 2. Βιβλιοθήκες εξόρυξης δεδομένων από κοινωνικά δίκτυα και εφαρμογές 3. Αξιολόγηση της επιρροής των χρηστών ενός κοινωνικού δικτύου χρησιμοποιώντας γράφο-θεωρητικές τεχνικές 4. Ανίχνευση κοινοτήτων χρησιμοποιώντας δεδομένα κοινωνικών δικτύων 5. Μηχανική όραση και εφαρμογές στην επικοινωνία 6. Τα συστήματα συστάσεων (recommendation systems) και οι εφαρμογές τους 7. Η ανερχόμενη επιστημονική περιοχή της υπολογιστικής επικοινωνίας (Computational Communication)
ΧΡΥΣΗ-ΚΛΕΟΠΑΤΡΑ ΓΕΡΑΚΟΠΟΥΛΟΥ patgeraki@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Παρουσίαση του εαυτού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: στρατηγικές αυτοπαρουσίασης και διαφοροποιήσεις ανά μέσο. 2. Η ψυχοκοινωνιολογία του influencer marketing. 3. Κοινωνικές αναπαραστάσεις για την Τεχνητή Νοημοσύνη. 4. Ψυχοκοινωνική προσέγγιση των οπαδών και των fans στις ψηφιακές κοινότητες. 5. Κοινωνική επιρροή και διαμόρφωση στάσεων στο διαδίκτυο. 6. Νέοι και διαπροσωπικές σχέσεις στον ψηφιακό κόσμο 7. Ψυχοκοινωνικές διεργασίες στις ψηφιακές ομάδες RPG.
ΚΑΪΜΑΚΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ vkaimaki@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ψηφιακός Ακτιβισμός και Social Media: Πόσο αποτελεσματικά είναι τα διαδικτυακά κινήματα; 2. Αποφυγή ειδήσεων στην ψηφιακή εποχή: αιτίες και επιπτώσεις

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Η Τεχνητή Νοημοσύνη στη Δημόσια Ρητορική: νέες προοπτικές και προκλήσεις 4. Γεωπολιτική των Social Media: πλατφόρμες, λογοκρισία και διεθνείς συγκρούσεις 5. Γεωπολιτική της Τεχνητής Νοημοσύνης: Ο νέος ψυχρός πόλεμος της τεχνολογίας
ΚΑΤΣΑΟΥΝΙΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ katsaounidou@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Η Επιρροή των συγκριτικών κριτικών (Διαφημίσεων) στο TikTok: Ανάλυση στρατηγικών και αντιδράσεων των χρηστών 2. Η Επιρροή της Διαφήμισης στους καταναλωτές: Συγκριτική ανάλυση διαφημίσεων στην τηλεόραση και στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. 3. Η φωτογραφία στις Κριτικές Προϊόντων: Επιρροή της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή 4. Δημοσιογραφία Δεδομένων: Από τη θεωρία στην εφαρμογή 5. Πολιτική Επικοινωνία: Η επιρροή της σάτιρας και του χιούμορ στην εικόνα των πολιτικών 6. Market Segmentation: Μία δραστηριότητα κλειδί για την επιτυχία στο Marketing 7. Ανάλυση Επιχειρηματικής ιδέας και στρατηγικής εισόδου στην αγορά μέσω καινοτόμων Στρατηγικών Marketing 8. Ικανότητες Αναγνώρισης AI generated εικόνες από ανθρώπους 9. Η Αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης στο πεδίο του Marketing: Προοπτικές και Προκλήσεις
ΤΣΙΠΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ atsipis@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Μελέτη της Διάδρασης και της Εμπειρίας Χρήστη σε Εικονικά Περιβάλλοντα Ψηφιακής Τέχνης 2. Εμβυθιστικές Τεχνολογίες Εκτεταμένης Πραγματικότητας (VR, AR, MR): Τάσεις, Ευκαιρίες και Προκλήσεις 3. Εφαρμογές Μετασύμπαντος (Metaverse) για Ψηφιακή Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία 4. Χρήση του Ανοιχτού Λογισμικού της a-Frame για Ανάπτυξη 3D και WebXR Εφαρμογών 5. Ανάπτυξη Εκπαιδευτικών Διαδικτυακών Βιντεοπαιχνιδιών με Χρήση Εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης 6. Δημιουργία Ψηφιακού Οδηγού Περιήγησης με Επαυξημένη Πραγματικότητα για τις Εγκαταστάσεις του ΤΨΜΕ 7. Παιχνιδοποίηση του Γραφικού Περιβάλλοντος Διεπαφής Χρήστη σε Εφαρμογές για Κινητές Συσκευές 8. Σχεδιασμός και Δημιουργία Εικονικού Μουσείου με τη Μηχανή Παιχνιδιών Unity
ΠΕΤΡΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ petrakis@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Τα αρνητικά της ανάπτυξης των κοινωνικών δικτύων σε κοινωνικό επίπεδο με έμφαση στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία 2. Θετικά και αρνητικά της ανάπτυξης των φορητών ψηφιακών μέσων με έμφαση στα κινητά τηλέφωνα στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία 3. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η σχέση της με την αρχαία Ελλάδα 4. Συγκρίνοντας τα προγράμματα και τους απολογισμούς Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης των τραπεζών στην Ελλάδα την τελευταία πενταετία 5. Η αντιστροφή του ονοματεπωνύμου και οι απόψεις των φοιτητών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας αλλά και άλλων φοιτητών Τμημάτων σχετικών με την επικοινωνία στην Ελλάδα

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Το ρήμα «επικοινωνώ» ως μεταβατικό και οι απόψεις των φοιτητών του Τμήματος Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας αλλά και άλλων φοιτητών Τμημάτων σχετικών με την επικοινωνία στην Ελλάδα 7. Εταιρική κοινωνική ευθύνη και πολιτισμός. Η περίπτωση του Μορφωτικού Ιδρύματος της Εθνικής Τραπέζης 8. Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και υποχώρηση του Κράτους Πρόνοιας 9. Η θεώρηση της εντολής στη σύγχρονη ζωή. Υπολογιστές σταθεροί και φορητοί 10. Η θεώρηση της εντολής στη σύγχρονη ζωή. Ψηφιακές συσκευές με οθόνες αφής 11. Η θεώρηση της εντολής στη σύγχρονη ζωή. Κατανάλωση, διακίνηση, παραγωγή
ΚΟΥΜΠΑΡΕΛΗΣ ΑΝΑΡΓΥΡΟΣ koubarelis@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Η αναζήτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος προϊόντων και υπηρεσιών μέσα από τη σημειωτική ανάλυση των διαφημίσεων τους στον 21ο αιώνα. 2. Συμπολιτευτικός και αντιπολιτευτικός δημόσιος λόγος, δηλαδή, η πολιτική συναίνεση, η πολιτική διαφωνία, η κριτική σκέψη και τα στερεότυπα τους στα εξώφυλλα των Ελληνικών Πολιτικών Εφημερίδων του 21ου αιώνα. 3. Το φαινόμενο του οπαδισμού στην Ελλάδα και η ενίσχυση, ή, και αποτροπή του από τις μεγάλες Αθλητικές Εφημερίδες της χώρας. 4. Η συμβολή και ο ρόλος τού διαδικτύου στην ενημέρωση του πολίτη και η μέσω αυτού διαμόρφωση του κοινωνικού του εαυτού. Παραδείγματα και διαπιστώσεις. 5. Η σημασία της συμμετοχής των φοιτητών στην εκπαιδευτική διαδικασία και ο ρόλος της τελευταίας στην μετέπειτα επαγγελματική απασχόληση και εξέλιξή τους.
ΠΑΡΙΣΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ parisieuagelia@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Το marketing τουριστικών προορισμών και η συμβολή της γαστρονομικής ταυτότητας. Μελέτη περίπτωσης 2. Τουρισμός και βιώσιμη ανάπτυξη. Η περίπτωση τριών ευρωπαϊκών χωρών 3. Η βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης στον ξενοδοχειακό κλάδο της Κεφαλλονιάς 4. Τουρισμός κρουαζιέρας. Υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου στο νησί της Κεφαλλονιάς 5. Η ηλεκτρονική επιχειρηματικότητα και η εφαρμογή της στον τουριστικό τομέα στην Ελλάδα
ΠΑΝΑΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ gpanas@ionio.gr με επιβλέποντα τον ΚΟΝΙΔΑΡΗ ΑΓΗΣΙΛΑΟ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Η προώθηση των νέων προϊόντων της Coca-Cola στα Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης 2. Ανθρώπινο Δυναμικό και Τουριστικός Τομέας. Η οπτική των επιχειρηματιών του κλάδου 3. Fishing Tourism και προοπτικές ανάπτυξης 4. Καταγραφή των στρατηγικών Δημοσιών Σχέσεων που εφαρμόζουν οι ενδιαφερόμενοι (stakeholders) για την υποστήριξη της Σαντορίνης ως τουριστικό προορισμό μετά την πρόσφατη σεισμική δραστηριότητα. 5. Online Coaching. Η Χρήση των Μεσών κοινωνικής δικτύωσης στην ανάπτυξη του

<p>ΚΑΤΣΟΥΛΩΤΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ nikolaos.katsoulotos@gmail.com</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Πρόταση προβολής μιας τοπικής αθλητικής ομάδας. 2. Μελέτη για τις πλατφόρμες διαμοιρασμού ενός ηλεκτρονικού περιοδικού 3. Οδηγός αναγνώρισης εικόνων deep fake, με έμφαση στο πορτραίτο 4. Η οπτική ταυτότητα στη βιομηχανία των βιντεοπαιχνιδιών 5. Ολοκληρωμένη ανάλυση οπτικής ταυτότητας και καταναλωτική αντίληψη 6. Κριτήρια επιλογής πηγών αθλητικής ενημέρωσης
<p>ΚΙΟΥΡΕΞΙΔΟΥ MATINA kiourexidou@ionio.g</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Η εξέλιξη της ψηφιακής τέχνης: από τα pixel art στα διαδραστικά μέσα 2. NFTs και ψηφιακή τέχνη: μια νέα εποχή για τους καλλιτέχνες ή μια παροδική τάση; 3. Τα NFTs και το Metaverse στη βιομηχανία των πολυτελών προϊόντων 4. Η τέχνη του μέλλοντος: δημιουργία έργων με τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης 5. Τεχνητή νοημοσύνη και μουσεία: Η ιστορική εξέλιξη της τεχνολογίας.
<p>ΧΡΥΣΑΝΘΟΠΟΥΛΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ katchr@gmail.com</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο διαχείρισης κρίσεων στην περίπτωση φυσικών καταστροφών 2. Επιστημονικές ειδήσεις και παραπληροφόρηση: ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης 3. Ηλεκτρονική διακυβέρνηση και στελέχη δημοσίων οργανισμών: η ανάγκη για ανάπτυξη αλγοριθμικής σκέψης και δεξιοτήτων παιδείας στα μέσα (media literacy skills) 4. Πρόσληψη ειδήσεων από μέσα κοινωνικής δικτύωσης από το νεανικό κοινό: αξιολόγηση πληροφορίας και δεξιότητες ειδησεογραφικής παιδείας 5. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως δημοσιογραφικό εργαλείο στον τομέα του Πολιτισμού – ανάδειξη συγκεκριμένου πολιτιστικού γεγονότος ή μνημείου και ανταπόκριση του κοινού 6. Η παρουσίαση "Breaking News" σε διαφορετικές μιντιακές πλατφόρμες: χαρακτηριστικά, σύγκριση, αξιολόγηση και στάσεις κοινού
<p>ΠΙΛΙΤΣΙΔΟΥ ΖΑΧΑΡΕΝΙΑ zpilitsidou@gmail.com</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Η επίδραση της κοινωνικής ταυτότητας των φοιτητών στην αυτοεκτίμηση και την ψυχική τους ευεξία 2. Το ατομικό χαρακτηριστικό της μειωμένης αυτορρύθμισης σε σχέση με την προβληματική χρήση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης 3. Η επίδραση της αρνητικής διάθεσης στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης 4. Μία ποιοτική προσέγγιση διερεύνησης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της προβληματικής χρήσης αυτών 5. Έρευνα μεθοδολογίας στα περιοδικά Journal of Communication και Communication Research 6. Έρευνα μεθοδολογίας στα περιοδικά Communication Theory και Human Communication Research
<p>ΣΜΑΪΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ dsmailis@ionio.gr με επιβλέποντα τον ΑΜΠΕΛΙΩΤΗ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Παραγωγή ήχου για κινηματογράφο και ραδιόφωνο στην εποχή της τεχνητής Νοημοσύνης: ιστορική αναδρομή και ανάλυση λειτουργίας σύγχρονου λογισμικού 2. Δημιουργικότητα στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης: Γεννήτριες Περιεχομένου και

ΔΗΜΗΤΡΙΟ	<p>Συνδημιουργία Ανθρώπου - Μηχανής</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Χαρτογράφηση Προβολής (Projection Mapping) και Μαρκετινγκ: Πώς η χαρτογράφηση προβολής αλλάζει τον κόσμο των διαφημίσεων 4. Παραγωγή εφαρμογών λογισμικού τεχνητής νοημοσύνης με την γλώσσα MaxMsp για καταγραφή, εξόρυξη, επισήμανση και κατηγοριοποίηση δεδομένων ήχου και εικόνας. 5. Αλγόριθμοι Μηχανικής Μάθησης: Εξατομίκευση και Συστήματα Συστάσεων 6. Περιγράψεις ήχου, εξόρυξη δεδομένων για την καταγραφή δεδομένων προθέσεων στο ψηφιακό μάρκετινγκ: Μελέτη περίπτωσης newsletter@em.e-food.gr
ΣΤΑΜΑΤΕΛΑΤΟΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ gstamatelatos@ionio.gr με επιβλέποντα τον ΠΟΛΥΚΑΛΑ ΣΠΥΡΟ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Σχεδιασμός και υλοποίηση website σε wordpress για δημιουργία φοιτητικού forum 2. Αξιολόγηση χρήστη για τον ιστότοπο ΤΨΜΕ 3. Το PhysicalInternet στην εποχή του Ψηφιακού Μετασχηματισμού 4. 6G και Κοινωνικο-Ψηφιακή Καινοτομία 5. Αξιολόγηση και βελτιστοποίηση website/e-shop 6. Ψηφιακός Μετασχηματισμός σε Δήμους: απαιτήσεις, εργαλεία, αξιολόγηση.
ΚΟΥΣΤΟΥΜΠΑΡΔΗ ΕΡΑΤΩ eratokoustoubar@ionio.gr με επιβλέποντα τον ΚΟΝΙΔΑΡΗ ΑΓΗΣΙΛΑΟ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sentiment Analysis και η επίδρασή του στη φήμη των τουριστικών προορισμών 2. Η χρησιμότητα των Social Media Data Analytics για τον τουρισμό 3. Η Χρήση των Big Data στον Τουρισμό 4. Μοντέλα προβλέψεων τουριστικών αφίξεων με την χρήση σύγχρονων τεχνολογιών 5. Ανάλυση δεδομένων κριτικών επισκεπτών και βελτιστοποίηση τουριστικών υπηρεσιών
ΚΙΟΣΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ kkiosis@ionio.gr με επιβλέπουσα την ΚΑΪΜΑΚΗ ΒΑΣΙΛΙΚΗ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Παραγωγή ραδιοφωνικής εκπομπής με την χρήση του jazler 2. Παραγωγή μικρού μήκους ντοκιμαντέρ βιογραφικού χαρακτήρα 3. Παραγωγή ρεπορτάζ με την χρήση premiere pro 4. Τεχνικές ηχογράφησης εξωτερικών τηλεοπτικών γυρισμάτων 5. Τεχνικές βιντεοσκόπησης εξωτερικών τηλεοπτικών γυρισμάτων
ΛΑΜΠΡΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ evaglamprou@ionio.gr	<ol style="list-style-type: none"> 1. Τεχνητή νοημοσύνη και παραγωγή δημοσιογραφικού περιεχομένου. 2. Εντοπισμός ψευδών ειδήσεων με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης: Εξειδικευμένα Chatbots. 3. Social media marketing και χρήση τεχνητής νοημοσύνης. 4. AI chatbots και ακαδημαϊκές εργασίες. 5. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και παραπληροφόρηση. Συγκριτική μελέτη των μεγάλων δικτύων. 6. Πολιτική Επικοινωνία: Agenda setting και social media