



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Η συμβολή της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ στη διαμόρφωση αντιλήψεων που αφορούν άτομα, έννοιες ή ιδεολογίες και οργανωμένα συστήματα πίστης»

Αριθμός θέσεων: Δύο (2)

Περιγραφή: Η διατριβή αφορά τη διερεύνηση της επίδρασης των εργαλείων της OEM στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης σχετικά με άτομα (π.χ. διασημότητες, ήρωες, ηγέτες, επηρεαστές, λαομίσητοι) ή έννοιες (π.χ. βιωσιμότητα, ευημερία, ατομικές ελευθερίες) ή ιδεολογίες και οργανωμένα συστήματα πίστης (π.χ. πολιτικά κόμματα ή θρησκείες). Εφαρμόζοντας θεωρίες από τη συμπεριφορά καταναλωτή ή/και τη διαχείριση αντιλήψεων, πειθώ και επιρροή ή/και την κοινωνική ψυχολογία, η έρευνα θα καταγράψει συστηματικά κρατούσες αντιλήψεις και θα μελετήσει εμπειρικά την επιρροή τους σε στάσεις και συμπεριφορές. Σκοπός της έρευνας είναι να αναπτυχθούν εργαλεία διαχείρισης και αξιολόγησης της πληροφορίας που καλλιεργούν την κριτική στάση των χρηστών και τους ενδυναμώνουν απέναντι σε προσπάθειες χειραγώγησης.

Απαιτούμενα Προσόντα:

Οι υποψήφιοι/οι πρέπει να είναι κάτοχοι αναγνωρισμένου πανεπιστημιακού βασικού τίτλου σπουδών σε συναφή περιοχή, π.χ. μάρκετινγκ, δημόσιες σχέσεις, επικοινωνία, MME, σπουδές διαδικτύου, ή ψυχολογία και συναφούς μεταπτυχιακού τίτλου με βαθμούς πτυχίων τουλάχιστον Λίαν Καλώς. Θα πρέπει να έχουν ισχυρό μεθοδολογικό υπόβαθρο σε ποιοτικές ή/και ποσοτικές ή/και πειραματικές μεθόδους και άριστη γνώση της Αγγλικής γλώσσας (επιπέδου C2). Τα εξής θα θεωρηθούν ως επιπρόσθετα προσόντα: α) εργασιακή εμπειρία στο μάρκετινγκ, τις δημόσιες σχέσεις ή τα MME, β) εμπειρία στην υποβολή ερευνητικών προτάσεων ή/και προηγούμενη συμμετοχή σε ερευνητικά προγράμματα, γ) ακαδημαϊκές δημοσιεύσεις. Γίνονται δεκτές αιτήσεις μόνο για πλήρη φοίτηση και σημειώνεται ότι απαιτείται η φυσική παρουσία των υποψηφίων στο Πανεπιστήμιο. Με την αίτησή τους οι υποψήφιοι/ες θα πρέπει να αποστείλουν βιογραφικό σημείωμα, αναλυτικές βαθμολογίες των πτυχίων τους, τυχόν δημοσιεύσεις (1-2 αντιπροσωπευτικές), στοιχεία επικοινωνίας δύο ατόμων που μπορούν να δώσουν συστατικές επιστολές και περιγραφή των ερευνητικών τους ενδιαφερόντων στα Αγγλικά (μέχρι 2 σελίδες).

Χρηματοδότηση:

Για την πιο πάνω θέση υπάρχει η πρόθεση εκ μέρους του Τμήματος να εμπλακούν οι υποψήφιοι/ες διδάκτορες, αν το επιτρέπει η ειδικότητά τους, στη διδασκαλία εργαστηρίων -



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

φροντιστηρίων ή/ και μελλοντικά ερευνητικά προγράμματα. Το Πανεπιστήμιο διαθέτει επίσης περιορισμένο αριθμό Υποτροφιών Αριστείας.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Άννα Ζαρκάδα,

Βαθμίδα: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Email: anna.zarkada@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Η πολιτική τοποθέτηση των κομμάτων μέσω δεδομένων από εφαρμογές συμβουλών ψήφου»

Αριθμός θέσεων: Μία (1)

Περιγραφή: Πρόσκληση για αιτήσεις για μία θέση διδακτορικής διατριβής που διερευνά νέες αναλυτικές προσεγγίσεις στην κατανόηση της συμπεριφοράς των πολιτικών κομμάτων. Η έρευνα θα αξιοποιεί δεδομένα από Εφαρμογές Συμβουλών Ψήφου (VAA) προκειμένου να υπερβεί τις παραδοσιακές προσεγγίσεις σχετικά με την πολιτική τοποθέτηση των κομμάτων στον πολιτικό χάρτη. Ο/Η επιτυχών/ούσα υποψήφιος/α θα αναπτύξει καινοτόμες ποσοτικές μεθοδολογίες για τη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο τα κόμματα στρατηγικοποιούν και αλληλεπιδρούν με τις προτιμήσεις των ψηφοφόρων, συμβάλλοντας με νέες προοπτικές στην έρευνα της πολιτικής επιστήμης.

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Ισχυρό υπόβαθρο στις πολιτικές επιστήμες
- Άριστη γνώση μεθόδων ανάλυσης δεδομένων ή στην υπολογιστική των κοινωνικών επιστημών
- Εμπειρία στη σύνταξη και συγγραφή ερευνητικών προτάσεων

Χρηματοδότηση: Υπάρχει δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω της διδασκαλίας συγκεκριμένων σεμιναρίων ή της απασχόλησης σε συναφή ερευνητικά προγράμματα.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Βασιλική Τρίγκα

Βαθμίδα: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Email: vasiliki.triga@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Πολιτική Επικοινωνία στην Ψηφιακή Εποχή. Πώς τα Νέα Μέσα Αλλάζουν την Πολιτική και τους Πολιτικούς Δρώντες»

Αριθμός θέσεων: Μία (1)

Περιγραφή: Πρόσκληση για αιτήσεις για μία θέση διδακτορικής διατριβής που θα εστιάζει στη μελέτη του μετασχηματιστικού αντίκτυπου των ψηφιακών τεχνολογιών στην πολιτική επικοινωνία. Η έρευνα θα εξετάζει πώς τα κοινωνικά δίκτυα, οι διαδικτυακές ειδήσεις και οι αναδυόμενες ψηφιακές πλατφόρμες αναδιαμορφώνουν τον πολιτικό λόγο, την εμπλοκή του κοινού, την επιλογή των πολιτικών υποψηφίων και τη διαδικασία λήψης πολιτικών αποφάσεων. Μέσω μίας μικτής προσέγγισης ποιοτικών και ποσοτικών ερευνητικών μεθόδων ο/η επιτυχών/ούσα υποψήφιος/α υποψήφιος θα εξετάσει τις εξελισσόμενες δυναμικές μεταξύ της παραδοσιακής πολιτικής επικοινωνίας και του ψηφιακού χώρου, παρέχοντας νέες προοπτικές στους μηχανισμούς της σύγχρονης πολιτικής.

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Ισχυρό υπόβαθρο στις πολιτικές επιστήμες
- Προηγούμενη εμπειρία στην πολιτική επικοινωνία, στις μελέτες των μέσων ενημέρωσης ή σε συναφή πεδία
- Προηγούμενη εμπειρία στη χρήση ποσοτικών/ποιοτικών ερευνητικών μεθόδων

Χρηματοδότηση:

Υπάρχει δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω της διδασκαλίας συγκεκριμένων σεμιναρίων ή της απασχόλησης σε συναφή ερευνητικά προγράμματα.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Βασιλική Τρίγκα

Βαθμίδα: Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Email: vasiliki.triga@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR) και Εμπειρίες Πελατών (CX)»

Αριθμός θέσεων: 1(Μία)

Περιγραφή:

Ο/η υποψήφιος/ια διδακτορικού θα επικεντρωθεί στη διερεύνηση της Επαυξημένης Πραγματικότητας (Augmented Reality AR) και στον εμπλουτισμό των εμπειριών πελατών (Customer Experience CX). Αυτό στοχεύει στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων AR που μπορούν να επαναπροσδιορίσουν τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αλληλεπιδρούν με τους πελάτες τους, ενισχύοντας τη δέσμευση, την ικανοποίηση και τη δημιουργία αξίας σε διάφορους τομείς. Η έρευνα θα επικεντρωθεί στη διερεύνηση της ενσωμάτωσης των τεχνολογιών AR στις εμπειρίες των πελατών και θα διερευνήσει πώς μπορεί να αξιοποιηθεί το AR για να δημιουργήσει διαδραστικές και εξατομικευμένες εμπειρίες πελατών. Οι τομείς ενδιαφέροντος περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε, AR στο λιανικό εμπόριο, εικονικές δοκιμές (virtual try-ons), διαδραστική διαφήμιση, gamification και gamified experiences, και εξατομικευμένο περιεχόμενο.

Οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να υποβάλουν τα ακόλουθα:

1. Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα: συμπεριλαμβανομένου του ακαδημαϊκού υπόβαθρου, της σχετικής εργασιακής εμπειρίας και τυχόν δημοσιεύσεων.
2. Ερευνητική πρόταση (έως 2000 λέξεις): περιγράφοντας πώς η AR μπορεί να εμπλουτίσει τις εμπειρίες των πελατών, συμπεριλαμβανομένων πιθανών ερευνητικών ερωτημάτων, προτεινόμενης μεθοδολογίας, και πώς η έρευνα στοχεύει να συνεισφέρει στην υπάρχουσα βιβλιογραφία.
3. Ακαδημαϊκά Πιστοποιητικά και συστατικές επιστολές: Να υποβληθούν σε μεταγενέστερο στάδιο.

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Μεταπτυχιακό δίπλωμα στο Μάρκετινγκ ή σε συναφές κλάδο / ή Επιστήμη Υπολογιστών (αλλά κατά προτίμηση με προπτυχιακό πτυχίο Κοινωνικών Επιστημών ή Επιχειρηματικών Σπουδών) ή σχετικό πεδίο, με ισχυρό ακαδημαϊκό ιστορικό.
- Εμπειρία σε τεχνολογίες AR, συμπεριλαμβανομένων πλατφορμών ανάπτυξης (π.χ. ARKit, ARCore) και εργαλείων μοντελοποίησης 3D, καθώς και επάρκεια σε γλώσσες προγραμματισμού σχετικές με την ανάπτυξη AR (π.χ. C#, Java, Python) θα θεωρηθεί πλεονέκτημα.



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

- Άριστες αναλυτικές, ερευνητικές και επικοινωνιακές δεξιότητες.
- Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ως μέλος ομάδας.

Χρηματοδότηση:

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Γιούλα Μελανθίου

Βαθμίδα: Επίκουρη Καθηγήτρια

Email: Yioula.melanthiou@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Εξέταση της Επίδρασης της Μάρκας και της Πιστότητας του Καταναλωτή στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»

Αριθμός θέσεων: 1(Μία)

Περιγραφή:

Ο/η υποψήφιος/ια διδακτορικού θα ερευνήσει τον εξελισσόμενο τοπίο των στρατηγικών διαφήμισης προϊόντων μέσα στα κοινωνικά δίκτυα. Η έρευνα θα αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες αξιοποιούν τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων για να ενισχύσουν την ταυτότητα τους, να βελτιώσουν την αλληλεπίδραση με τους πελάτες και να καλλιεργήσουν την πιστότητα στη μάρκα. Με την εστίαση στη σχέση μεταξύ των δράσεων προώθησης στα κοινωνικά μέσα και της αντίληψης των καταναλωτών, η έρευνα θα πρέπει να διερευνήσει στοιχεία που θα μπορούσαν να ενισχύσουν σημαντικά την πιστότητα στη μάρκα και την επίδρασή της. Η έρευνα θα περιλαμβάνει μια εμπειριστατωμένη εξέταση διαφόρων στρατηγικών που χρησιμοποιούν οι μάρκες στα κοινωνικά μέσα, την αποτελεσματικότητα αυτών των στρατηγικών στην καταναλωτική συμπεριφορά και τη δυνατότητα για καινοτομία στην ψηφιακή συμμετοχή της μάρκας. Ο στόχος του πληθυσμού θα επικεντρωθεί στους GenZ ή στους Gen Alpha. Οι τομείς ενδιαφέροντος περιλαμβάνουν, αλλά δεν περιορίζονται σε:

- Ανάλυση των στρατηγικών διαφήμισης στα κοινωνικά μέσα και η αλληλεπίδραση και πιστότητα των καταναλωτών.
- Ο ρόλος του influencer marketing στην προώθηση και την αντίληψη της μάρκας.
- Ανάλυση της συμπεριφοράς των καταναλωτών στις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και σε δραστηριότητες που σχετίζονται με την μάρκα.
- Η αποτελεσματικότητα της στοχευμένης διαφήμισης και του εξατομικευμένου περιεχομένου στην ανάπτυξη της πιστότητας στη μάρκα.

Οι υποψήφιοι πρέπει να υποβάλουν τα εξής:

1. Αναλυτικό Βιογραφικό Σημείωμα: συμπεριλαμβανομένου του ακαδημαϊκού υπόβαθρου, της σχετικής εργασιακής εμπειρίας και τυχόν δημοσιεύσεων.
2. Πρόταση Έρευνας (μέγ. 2000 λέξεις): παρουσιάζοντας μια οπτική για την ανάλυση της επίδρασης της μάρκας προϊόντος στα κοινωνικά μέσα και την πιστότητά της. Η πρόταση θα πρέπει να περιγράφει τις πιθανές ερωτήσεις έρευνας, την προτεινόμενη μεθοδολογία και πώς η έρευνα σκοπεύει να συνεισφέρει στο υπάρχον σώμα γνώσης.
3. Ακαδημαϊκά Πιστοποιητικά και συστατικές επιστολές: Να υποβληθούν σε μεταγενέστερο στάδιο.



Απαιτούμενα Προσόντα:

- Μεταπτυχιακό δίπλωμα στο Μάρκετινγκ ή σε συναφές κλάδο / ή Επιστήμη Υπολογιστών (αλλά κατά προτίμηση με προπτυχιακό πτυχίο Κοινωνικών Επιστημών ή Επιχειρηματικών Σπουδών) ή σχετικό πεδίο, με ισχυρό ακαδημαϊκό ιστορικό.
- Εμπειρία σε τεχνολογίες AR, συμπεριλαμβανομένων πλατφορμών ανάπτυξης (π.χ. ARKit, ARCore) και εργαλείων μοντελοποίησης 3D, καθώς και επάρκεια σε γλώσσες προγραμματισμού σχετικές με την ανάπτυξη AR (π.χ. C#, Java, Python) θα θεωρηθεί πλεονέκτημα.
- Άριστες αναλυτικές, ερευνητικές και επικοινωνιακές δεξιότητες.
- Ικανότητα εργασίας ανεξάρτητα και ως μέλος ομάδας.
-

Χρηματοδότηση: n/a

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Γιούλα Μελανθίου

Βαθμίδα: Επίκουρη Καθηγήτρια

Email: Yioulamelanthiou@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Βιώσιμη μόδα στο πλαίσιο της Κύπρου: βιομηχανία ή/και καταναλωτές»

Αριθμός θέσεων: 1(Μια)

Περιγραφή: Αυτή η διδακτορική θέση απευθύνεται σε υποψήφιες/ιους διδακτορικές/ούς φοιτήτριες/τές που επιθυμούν να διερευνήσουν τον τομέα της βιώσιμης μόδας στη βιομηχανία και/ή στους καταναλωτές. Ενώ η έρευνα στον τομέα της βιώσιμης μόδας έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το ψηφιακό μάρκετινγκ παρέχουν μια πλατφόρμα για τις μικρές μάρκες μόδας για τη δημιουργία βιώσιμης μόδας. Στο πλαίσιο της Κύπρου, αυτό είναι εμφανές σε τομείς όπως οι μικρές μάρκες ένδυσης και κοσμημάτων. Αυτή η έρευνα μπορεί να επικεντρωθεί σε διάφορα ζητήματα της βιώσιμης μόδας, όπως, μεταξύ άλλων, τα εξής:

Η χρήση της καινοτομίας στη βιωσιμότητα της μόδας,

- Πώς οι κατασκευαστές μόδας μπορούν να συνδέσουν τη βιωσιμότητα με ηδονικές πτυχές της κατανάλωσης,
- Πώς οι μικρές κυπριακές μάρκες δημιουργούν και προωθούν τη βιώσιμη μόδα ή διαχειρίζονται βιώσιμα δίκτυα προμηθευτών
- Πώς μπορούμε να συνδέσουμε ή να εμπλέξουμε διάφορους ενδιαφερόμενους φορείς για να αυξήσουμε την εκπαίδευση, τη δικτύωση των προμηθευτών και την καινοτομία στον κλάδο της βιώσιμης μόδας;
- Ποια είναι η ανταπόκριση των καταναλωτών στις μικρές βιώσιμες μάρκες μόδας στην Κύπρο;

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Πτυχίο Bachelor και μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών (MSc / MA / MBA) από αναγνωρισμένο πανεπιστήμιο στον ευρύτερο τομέα των κοινωνικών επιστημών ή των τεχνών και των ανθρωπιστικών επιστημών. Ισχυρές γνώσεις και δεξιότητες στον ερευνητικό σχεδιασμό, τη συλλογή δεδομένων και την ανάλυση ποσοτικών/ποιοτικών δεδομένων, καθώς και γνώσεις στη χρήση λογισμικού ανάλυσης δεδομένων έρευνας, όπως το NVivo ή το SPSS.
- Πολύ καλές γνώσεις και ικανότητες στον ερευνητικό σχεδιασμό, συλλογή και ανάλυση ποσοτικών ή/και ποιοτικών δεδομένων, καθώς και στη χρήση λογισμικών ποσοτικής ή/και ποιοτικής έρευνας (π.χ. SPSS, NVivo).



- Υψηλές ακαδημαϊκές επιδόσεις και ικανότητα εκπόνησης διδακτορικής διατριβής στην αγγλική γλώσσα.
- Πολύ καλή γνώση της Ελληνικής Γλώσσας

Η φύση του συγκεκριμένου θέματος απαιτεί πλήρη αφοσίωση στην έρευνα, συνεπώς η θέση προκηρύσσεται στη βάση της πλήρους φοίτησης. Η/Ο διδακτορική/ός υποψήφια/ος αναμένεται να δημοσιεύει άρθρα σε υψηλού κύρους/πλήρους φοίτησης. Η/Ο διδακτορική/ός υποψήφια/ος αναμένεται να δημοσιεύει άρθρα σε υψηλού κύρους επιστημονικά περιοδικά στον κλάδο του μάρκετινγκ, της έρευνας των υπηρεσιών και της διοίκησης επιχειρήσεων, καθώς και να παρουσιάζει ερευνητικά αποτελέσματα σε επιστημονικά συνέδρια, εργαστήρια κ.λπ.

Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά και να περιλαμβάνουν:

- Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)
- Ερευνητική πρόταση που να περιλαμβάνει συνοπτική περιγραφή του ερευνητικού θέματος, ερευνητικά ερωτήματα, σύντομη βιβλιογραφική επισκόπηση, και μεθοδολογία υλοποίησης της προτεινομένης έρευνας (1000 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)
- Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα.

Χρηματοδότηση: η/α

Ο υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να χρηματοδοτηθεί ως βοηθός διδασκαλίας, να διεκδικήσει εσωτερικές υποτροφίες αριστείας ή να συμμετέχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Χριστιάνα Τσαούση

Βαθμίδα: Λέκτορας

Email: christiana.tsaousi@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Ο φεμινισμός στο μάρκετινγκ και το branding και ο αντίκτυπός του στους καταναλωτές

Αριθμός θέσεων: 1(Μια)

Περιγραφή: Η διδακτορική αυτή θέση απευθύνεται σε υποψήφιος/ιους διδακτορικές/ούς φοιτήτριες/τές που επιθυμούν να διερευνήσουν με ποιοτικές μεθόδους την ιδέα του φεμινιστικού μάρκετινγκ και κατά πόσο οι μάρκες μπορούν να είναι πραγματικά φεμινιστικές. Ενώ οι μάρκες που ενσωματώνουν και προωθούν φεμινιστικές αξίες δεν είναι νέο φαινόμενο, η άνοδος του 4ου κύματος του φεμινισμού, η συνεχής άνοδος των φεμινιστικών εκστρατειών και κινημάτων μέσω ψηφιακών πλατφόρμων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και η έμφαση στη γυναικεία ενδυνάμωση μέσω ταινιών και τηλεοπτικών σειρών, δημιουργεί την ανάγκη για νέα έρευνα σχετικά με το πώς το μάρκετινγκ και το branding μπορούν να ακολουθήσουν τέτοιες αξίες. Η έρευνα μπορεί να επικεντρωθεί σε διάφορα θέματα, όπως η άνοδος του 4ου κύματος φεμινισμού και ο αντίκτυπός του στους καταναλωτές και στις πρακτικές μάρκετινγκ, ο ρόλος του φεμινισμού στο ψηφιακό μάρκετινγκ (εικόνες που δημιουργούνται από τεχνητή νοημοσύνη, influence μάρκετινγκ) ή ακόμη και η ανταπόκριση των καταναλωτών στη συμπερίληψη των φεμινιστικών αξιών στο branding και τη διαφήμιση. Η έρευνα μπορεί να διεξαχθεί στο πλαίσιο της Κύπρου ή του εξωτερικού ή να είναι συγκριτική.

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Πτυχίο Bachelor και μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών (MSc / MA / MBA) από αναγνωρισμένο πανεπιστήμιο στον ευρύτερο τομέα των Κοινωνικών Επιστημών ή των Τεχνών και Ανθρωπιστικών Επιστημών. Ισχυρές γνώσεις και δεξιότητες στον ερευνητικό σχεδιασμό, τη συλλογή δεδομένων και την ανάλυση ποιοτικών δεδομένων, καθώς και γνώσεις στη χρήση λογισμικού ποιοτικής έρευνας, όπως το NVivo.
- Υψηλές ακαδημαϊκές επιδόσεις και ικανότητα εκπόνησης διδακτορικής διατριβής στην αγγλική γλώσσα.
- Πολύ καλή γνώση της Ελληνικής Γλώσσας

Η φύση του συγκεκριμένου θέματος απαιτεί πλήρη αφοσίωση στην έρευνα, συνεπώς η θέση προκηρύσσεται στη βάση της πλήρους φοίτησης. Η/Ο διδακτορική/ός υποψήφιος/ος αναμένεται να δημοσιεύει άρθρα σε υψηλού κύρους επιστημονικά περιοδικά στον κλάδο του μάρκετινγκ, της έρευνας των υπηρεσιών και της διοίκησης επιχειρήσεων, καθώς και να παρουσιάζει ερευνητικά αποτελέσματα σε επιστημονικά συνέδρια, εργαστήρια κ.λπ.

Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά και να περιλαμβάνουν:



- Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)
- Ερευνητική πρόταση που να περιλαμβάνει συνοπτική περιγραφή του ερευνητικού θέματος, ερευνητικά ερωτήματα, σύντομη βιβλιογραφική επισκόπηση, και μεθοδολογία υλοποίησης της προτεινομένης έρευνας (1000 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)
- Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα.

Χρηματοδότηση:

Ο υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να χρηματοδοτηθεί ως βοηθός διδασκαλίας, να διεκδικήσει εσωτερικές υποτροφίες αριστείας ή να συμμετέχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Χριστιάνα Τσαούση

Βαθμίδα: Λέκτορας

Email: christiana.tsaousi@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): «Τροποποίηση καταναλωτικών συμπεριφορών με τη χρήση *Nudges*»

Αριθμός θέσεων: 1(Μία)

Περιγραφή: Το τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του ΤΕΠΑΚ ενδιαφέρεται να πληρώσει **μια (1) διδακτορική Θέση στο γνωστικό αντικείμενο της καταναλωτικής συμπεριφοράς**. Το θέμα σχετίζεται με την τροποποίηση καταναλωτικών συμπεριφορών με την χρήση του συμπεριφορικού εργαλείου *Nudge* (Thaler and Sunstein, 2008) και σκοπό έχει τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων των καταναλωτών τόσο για το δικό τους όσο και για το ευρύτερο κοινωνικό καλό. Τα πεδία ενδιαφέροντος θα συμφωνηθούν με το επιβλέποντα παραδείγματα των οποίων είναι η *βιώσιμη κατανάλωση*, *προσεκτική παροχή προσωπικών πληροφοριών* και *αποφυγή απατών*. Ο/η υποψήφιος/α θα πρέπει να έχει καλές γνώσεις σε μεθόδους έρευνας.

Προνόμια:

Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού το επιτυχημένο άτομο θα χρηματοδοτηθεί για 2 χρόνια από εναρκτήρια χρηματοδότηση (1050 ευρώ το μήνα).

- Θα του δοθούν *επιπρόσθετες έμμισθες* ευκαιρίες διδασκαλίας, κατά τη διάρκεια των σπουδών του, με βάση το γνωστικό αντικείμενο και την επίδοση του.
- Θα έχει χρηματικό ποσό στη διάθεση του τόσο για κάλυψη ερευνητικών εξόδων όσο και εξόδων από συνέδρια.
- Θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει τις επικοινωνιακές και αναλυτικές του δεξιότητες μέσω μαθημάτων σε επίπεδο διδακτορικού.

Απαιτούμενα Προσόντα:

Πτυχίο σε Ψυχολογία ή Χρηματοοικονομικά ή Μάρκετινγκ ή παρεμφερές πεδίο κοινωνικών επιστημών.

Γνώση ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων έρευνας καθώς και χρήση αντίστοιχων λογισμικών.

- Άριστη γνώση της Αγγλικής γλώσσας.
- Άριστη επικοινωνία τόσο γραπτή όσο και προφορική.
- Δυνατότητα να εργάζεται τόσο αυτόνομα όσο και ως μέλος ομάδας.
- (Η κατοχή Μάστερ σε σχετικό πεδίο θα θεωρηθεί ως

Χρηματοδότηση:



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

Ο/η υποψήφιος/ια που θα επιλεγεί θα έχει έμμισθες ευκαιρίες διδασκαλίας με βάση το γνωστικό αντικείμενο και την επίδοση του/της. Επίσης η θέση είναι χρηματοδοτούμενη από εσωτερική χρηματοδότηση για 2 χρόνια.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Χρίστος Θεμιστοκλέους

Βαθμίδα: Λέκτορας

Email: c.themistocleous@cut.ac.cy