



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Συστήματα Συστάσεων και Ηλεκτρονικό Εμπόριο: Προσωποποιημένες συστάσεις με βάση την προσωπικότητα και την δυναμική/ χρονική εξέλιξη των ενδιαφερόντων/επιλογών χρήστη.

Αριθμός θέσεων: 1

Περιγραφή:

Στην εποχή των μεγάλων δεδομένων (Big Data), ο εντοπισμός της πιο κατάλληλης και σχετικής πληροφορίας από τους καταναλωτές κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης — όπως η επιλογή ή η αγορά προϊόντος και υπηρεσίας μέσω διαδικτύου — αποτελεί μια κρίσιμη πρόκληση. Η αυξανόμενη πολυπλοκότητα και ο όγκος των διαθέσιμων πληροφοριών καθιστούν δυσκολότερη την αξιολόγηση εναλλακτικών επιλογών, εντείνοντας το φαινόμενο της υπερφόρτωσης πληροφορίας (Information Overload).

Τα Συστήματα Συστάσεων (Recommender Systems) έχουν αναδειχθεί ως μια ισχυρή υπολογιστική λύση για την αντιμετώπιση του φαινομένου της υπερφόρτωσης πληροφορίας, φιλτράροντας το περιεχόμενο και παρέχοντας προσωποποιημένες προτάσεις που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις των χρηστών. Πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, όπως η Amazon, και υπηρεσίες όπως το Netflix και το YouTube, χρησιμοποιούν τα συστήματα συστάσεων για την ικανοποίηση των αναγκών των χρηστών τους.

Τα παραδοσιακά συστήματα συστάσεων βασίζονται κυρίως στις αλληλεπιδράσεις χρήστη-αντικειμένου(προϊόντος, υπηρεσίας), όπου οι χρήστες εκφράζουν τις προτιμήσεις τους μέσω αξιολογήσεων ή άλλων συμπεριφορών σε διαδικτυακούς τόπους (π.χ. κλικ, αγορές ή προβολές περιεχομένου). Οι αλληλεπιδράσεις αυτές αποτελούν τη βάση για αλγόριθμους όπως το Συνεργατικό Φιλτράρισμα (Collaborative Filtering). Παρά την αποτελεσματικότητά τους αυτές, οι τεχνικές, αγνοούν τη χρονική διάσταση και τη δυναμική εξέλιξη των ενδιαφερόντων/επιλογών των χρηστών. Επιπλέον, τα παραδοσιακά μοντέλα όπως το Συνεργατικό Φιλτράρισμα δεν λαμβάνουν υπόψη την επίδραση των

ψυχολογικών παραγόντων των χρηστών που είναι γνωστό ότι επηρεάζουν τη διαδικασία λήψης απόφασης.

Τα Sequential Recommender Systems(SRS) έρχονται να αντιμετωπίσουν αυτούς τους περιορισμούς, μοντελοποιώντας τη συμπεριφορά των χρηστών ως μια ακολουθία αλληλεπιδράσεων στον χρόνο. Ο στόχος είναι η πρόβλεψη του επόμενου αντικειμένου με το οποίο είναι πιθανό να αλληλεπιδράσει ο χρήστης, βάσει του ιστορικού των προηγούμενων ενεργειών του. Τα SRS χρησιμοποιούνται για προτάσεις σε διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως «πρόταση επόμενου βίντεο» στο YouTube και το Netflix ή οι προτάσεις «επόμενου προϊόντος προς αγορά» σε ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου όπως η Amazon.

Αν και τα SRS αποτυπώνουν αποτελεσματικά το τι κάνουν οι χρήστες και τότε το κάνουν, εντούτοις παρέχουν περιορισμένη κατανόηση του γιατί οι χρήστες συμπεριφέρονται με έναν συγκεκριμένο τρόπο. Τα συστήματα συστάσεων με βάση την προσωπικότητα ενσωματώνουν ψυχολογικά χαρακτηριστικά — όπως οι πέντε βασικές διαστάσεις προσωπικότητας (Big Five) για να μοντελοποιήσουν τις εσωτερικές ιδιότητες των χρηστών που επηρεάζουν τις προτιμήσεις και τα πρότυπα λήψης αποφάσεων τους. Έρευνες έχουν αποδείξει την αξία της ενσωμάτωσης της προσωπικότητας στα συστήματα συστάσεων σε διάφορους τομείς, όπως ο τουρισμός και η φιλοξενία, όπου τα μοντέλα που λαμβάνουν υπόψη την προσωπικότητα βελτιώνουν τις προτάσεις τουριστικών προορισμών.

Παρά τα πλεονεκτήματα της χρήσης της προσωπικότητας στις παραδοσιακές τεχνικές συστημάτων συστάσεων, η ενσωμάτωση της σε τεχνικές SRS παραμένει ένα αναδυόμενο ερευνητικό πεδίο. Η παρούσα διδακτορική διατριβή θα διερευνήσει τον συνδυασμό τεχνικών SRS και της μοντελοποίησης της προσωπικότητας στο πλαίσιο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σκοπός είναι η βελτίωση προτάσεων για προϊόντα και υπηρεσίες μέσω συστημάτων συστάσεων.

Απαιτούμενα Προσόντα: Γνώση μηχανικής μάθησης , Γνώση αλγοριθμικού μάρκετινγκ, Γνώση ψηφιακού μάρκετινγκ, Γνώση προγραμματισμού σε γλώσσα Python.

Χρηματοδότηση: Όχι

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Ανδρέας Γρηγοριάδης

Βαθμίδα: Αναπληρωτής Καθηγητής Πληροφοριακών Συστημάτων

Email: andreas.gregoriades@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Μικτή Πραγματικότητα (MR) και Εμπειρίες Πελατών (CX)

Αριθμός θέσεων: 2

Περιγραφή:

Ο/η υποψήφιος/ια διδακτορικού θα επικεντρωθεί στη διερεύνηση της Μικτής Πραγματικότητας (Mixed Reality – MR) και στον εμπλουτισμό των Εμπειριών Πελατών (Customer Experience – CX). Στόχος είναι η ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων MR που επαναπροσδιορίζουν 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 τεχνολογιών MR στις εμπειρίες πελατών, και θα εξετάσει πώς η MR μπορεί να δημιουργήσει ρεαλιστικές, διαδραστικές και εξατομικευμένες εμπειρίες που συνδυάζουν τον φυσικό και τον ψηφιακό κόσμο.

Οι τομείς ενδιαφέροντος περιλαμβάνουν — χωρίς να περιορίζονται σε —:

MR στο λιανικό εμπόριο και τον χώρο της μόδας, εικονικές δοκιμές (virtual try-ons) με χρήση έξυπνων γυαλιών, διαδραστική διαφήμιση και immersive storytelling, gamified customer experiences, και εξατομικευμένες εμπειρίες πελατών βασισμένες σε δεδομένα συμπεριφοράς και συναισθημάτων.

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.

Χρηματοδότηση: Οι υποψήφιοι/ες έχουν τη δυνατότητα να λάβουν οικονομική στήριξη μέσω θέσεων Βοηθού Διδασκαλίας, ανταγωνιστικών υποτροφιών, ή με τη συμμετοχή τους σε ενεργά, χρηματοδοτούμενα ερευνητικά έργα του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου.

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.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Γιούλα Μελανθίου

Βαθμίδα: Επίκουρη Καθηγήτρια

Email: Yioulam.melanthiou@cut.ac.cy