



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Ψηφιακή Επικοινωνία Μάρκετινγκ

Αριθμός θέσεων: 2

Περιγραφή:

Ο/Η υποψήφιος/α διδάκτορας θα διερευνήσει το εξελισσόμενο πεδίο της Ψηφιακής Επικοινωνίας Μάρκετινγκ (Digital MarCom). Στόχος είναι η διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο οι στρατηγικές ψηφιακής επικοινωνίας διαμορφώνουν, και διαμορφώνονται από, τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις, τις ηθικές προκλήσεις και τις απαιτήσεις των καταναλωτών για διαφάνεια και βιωσιμότητα.

Ενδεικτικοί θεματικοί άξονες:

- Ψηφιακή Επικοινωνία Μάρκετινγκ & Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα
- Εικονικοί Καθοδηγητές Γνώμης & Περιβαλλοντική Επικοινωνία
- Αυθεντικότητα & Μεροληψία σε περιεχόμενο που παράγεται από χρήστες, επιχειρήσεις και τεχνητή νοημοσύνη (AI)

Οι ενδιαφερόμενοι καλούνται να υποβάλουν τα ακόλουθα:

1. Αναλυτικό Βιογραφικό Σημείωμα (CV): το οποίο να περιλαμβάνει το ακαδημαϊκό υπόβαθρο, τη σχετική εργασιακή εμπειρία και τυχόν δημοσιεύσεις.
2. Ερευνητική πρόταση (έως 1.000 λέξεις): η οποία θα περιγράφει τη θεματική ενότητα που σας ενδιαφέρει, συμπεριλαμβανομένων πιθανών ερευνητικών ερωτημάτων, της προτεινόμενης μεθοδολογίας και του τρόπου με τον οποίο η έρευνα στοχεύει να συμβάλει στην υπάρχουσα αρθρογραφία.
3. Ακαδημαϊκοί Τίτλοι Σπουδών και Πιστοποιητικά (Αναλυτικοί βαθμολογικοί πίνακες): Θα υποβληθούν σε μεταγενέστερο στάδιο, μαζί με συστατικές επιστολές.



Απαιτούμενα Προσόντα:

- Μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών (Master) στο Μάρκετινγκ, την Επικοινωνία, τα Ψηφιακά Μέσα, τη Διοίκηση Επιχειρήσεων ή σε σχετικό αντικείμενο, με εξαιρετική ακαδημαϊκή επίδοση.
- Ισχυρή κατανόηση των θεωριών ψηφιακού μάρκετινγκ, της συμπεριφοράς καταναλωτών και των αναδυόμενων ψηφιακών τεχνολογιών (π.χ. Τεχνητή Νοημοσύνη, εικονικά περιβάλλοντα, ανάλυση δεδομένων στα ΜΚΔ).
- Εμπειρία σε ποσοτικές και/ή ποιοτικές μεθόδους έρευνας, ανάλυση δεδομένων και ψηφιακή εθνογραφία θα θεωρηθεί επιπλέον προσόν.
- Εξαιρετικές αναλυτικές και ερευνητικές δεξιότητες, καθώς και ικανότητα ακαδημαϊκής συγγραφής στην αγγλική γλώσσα.
- Ικανότητα για ανεξάρτητη και ομαδική εργασία.

Χρηματοδότηση:

Η οικονομική υποστήριξη εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα πόρων και δεν είναι εγγυημένη. Οι υποψήφιοι/ες μπορούν να διερευνήσουν τις ακόλουθες πιθανές οδούς χρηματοδότησης εντός του ΤΕΠΑΚ: Υποτροφίες, Βοηθοί Διδασκαλίας, Εσωτερικά / Εξωτερικά Χρηματοδοτούμενα Έργα.

Ερευνητική Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Μαρία Βούτσα 

Βαθμίδα: Λέκτορας στην Ψηφιακή Επικοινωνία Μάρκετινγκ

Email: maria.voutsas@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: Yioula.melanthiou@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Συμπεριφορικές Παρεμβάσεις για Βελτίωση Αποφάσεων

Αριθμός θέσεων: 1

Περιγραφή:

Το τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του ΤΕΠΑΚ ενδιαφέρεται να πληρώσει **Μία (1) Διδακτορική Θέση στο γνωστικό αντικείμενο των συμπεριφορικών παρεμβάσεων**. Το θέμα σχετίζεται με την τροποποίηση συμπεριφορών με την χρήση σχετικών εργαλείων τροποποίησης συμπεριφοράς (π.χ *Nudge*; Thaler and Sunstein, 2008; Themistocleous and Karapanos, 2025) με σκοπό τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων ατόμων τόσο για το δικό τους καλό όσο και για του ευρύτερου κοινωνικού συνόλου. Τα πεδία ενδιαφέροντος θα συμφωνηθούν με τον επιβλέποντα. Παραδείγματα συμπεριλαμβάνουν την προσεκτική παροχή προσωπικών πληροφοριών (αποφυγή απατών), αποταμιευτική συμπεριφορά κλπ . Ο/η υποψήφιος/α θα πρέπει να έχει καλές γνώσεις σε μεθόδους έρευνας και η τριτοβάθμια εκπαίδευση του/της να προέρχεται από σχετικό πεδίο.

Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού το επιτυχημένο άτομο θα έχει χρηματικό ποσό στη διάθεση του τόσο για κάλυψη ερευνητικών εξόδων. Θα δοθούν έμμισθες ευκαιρίες διδασκαλίας με βάση το γνωστικό αντικείμενο και την επίδοση του ατόμου. Επίσης θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει τις επικοινωνιακές και αναλυτικές του δεξιότητες μέσω μαθημάτων σε επίπεδο διδακτορικού.

Χρηματοδότηση: Ο/η υποψήφιος/ια που θα επιλεγεί θα έχει έμμισθες ευκαιρίες διδασκαλίας με βάση το γνωστικό αντικείμενο και την επίδοση του/της.

Απαιτούμενα Προσόντα:

- Πτυχίο σε Χρηματοοικονομικά ή Μάρκετινγκ ή Ψυχολογία ή παρεμφερές πεδίο κοινωνικών επιστημών.
- Γνώση ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων έρευνας καθώς και χρήση αντίστοιχων λογισμικών (πχ SPSS, NVivo)
- Άριστη γνώση της Αγγλικής γλώσσας.
- Άριστη επικοινωνία τόσο γραπτή όσο και προφορική.
- Δυνατότητα να εργάζεται τόσο αυτόνομα όσο και ως μέλος ομάδας.



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Χρίστος Θεμιστοκλέους

Βαθμίδα: Επίκουρος Καθηγητής

Email: c.themistocleous@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Επεξηγησιμότητα στα Συστήματα Συστάσεων (Explainability in Recommender Systems)

Αριθμός θέσεων: 1

Περιγραφή:

Στην εποχή των μεγάλων δεδομένων, οι χρήστες έρχονται αντιμέτωποι με έναν συνεχώς αυξανόμενο όγκο πληροφοριών, προϊόντων και υπηρεσιών σε διαφορετικές ψηφιακές πλατφόρμες. Τα Συστήματα Συστάσεων (Recommender Systems – RS) αντιμετωπίζουν αυτή την πρόκληση φιλτράροντας μεγάλους όγκους πληροφοριών και παρέχοντας εξατομικευμένες προτάσεις με βάση τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των χρηστών. Αποτελούν πλέον βασικό στοιχείο σύγχρονων ψηφιακών υπηρεσιών, όπως πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου, υπηρεσίες ροής περιεχομένου και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Οι εξελίξεις στη Μηχανική Μάθηση και τη Βαθιά Μάθηση έχουν βελτιώσει σημαντικά τις προβλεπτικές δυνατότητες των συστημάτων συστάσεων. Ωστόσο, καθώς τα μοντέλα συστάσεων γίνονται ολοένα και πιο σύνθετα, η κατανόηση του γιατί παράγεται μια συγκεκριμένη σύσταση γίνεται δυσκολότερη. Οι χρήστες ενδέχεται να λαμβάνουν συστάσεις χωρίς να γνωρίζουν ποιες προτιμήσεις, προηγούμενες αλληλεπιδράσεις, χαρακτηριστικά αντικειμένων ή άλλοι παράγοντες συνέβαλαν σε αυτές. Παράλληλα, οι σχεδιαστές των συστημάτων ενδέχεται να έχουν περιορισμένη εικόνα σχετικά με τους παράγοντες που καθορίζουν τις προβλέψεις ενός μοντέλου, γεγονός που μπορεί να δυσχεράνει τον εντοπισμό ανεπιθύμητων συμπεριφορών, όπως μεροληψίες ή εξάρτηση από μη ουσιαστικά πρότυπα στα δεδομένα.

Η Επεξηγησιμότητα στα Συστήματα Συστάσεων (Explainability in Recommender Systems) αποσκοπεί στην αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων, καθιστώντας τη συμπεριφορά και τα αποτελέσματα των μοντέλων συστάσεων περισσότερο κατανοητά. Ωστόσο, η επεξήγηση των συστάσεων εγείρει σημαντικά ανοικτά ερευνητικά ερωτήματα: Ποια πληροφορία πρέπει να περιλαμβάνει μια επεξήγηση; Ποιοι παράγοντες επηρέασαν πραγματικά μια σύσταση; Πώς μπορούμε να διασφαλίσουμε ότι μια επεξήγηση αντικατοπτρίζει πιστά τη λειτουργία του υποκείμενου μοντέλου και δεν αποτελεί απλώς μια εύλογη αιτιολόγηση; Πώς μπορεί να αξιολογηθεί η ποιότητα των επεξηγήσεων και πώς διαφορετικές μορφές επεξήγησης επηρεάζουν την κατανόηση και την εμπιστοσύνη των χρηστών;

Οι προκλήσεις αυτές είναι ιδιαίτερα σημαντικές σε σύγχρονες αρχιτεκτονικές συστάσεων, συμπεριλαμβανομένων των Ακολουθιακών Συστημάτων Συστάσεων (Sequential Recommender Systems), τα οποία μοντελοποιούν τη συμπεριφορά των χρηστών ως μια εξελισσόμενη ακολουθία αλληλεπιδράσεων. Η επεξήγηση τέτοιων μοντέλων προϋποθέτει την κατανόηση του ποιες



προηγούμενες αλληλεπιδράσεις επηρέασαν μια σύσταση, του τρόπου με τον οποίο οι βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες προτιμήσεις συνεισφέρουν στις προβλέψεις και του γιατί προτείνεται ένα συγκεκριμένο αντικείμενο αντί κάποιου άλλου.

Το συγκεκριμένο διδακτορικό θα διερευνήσει την Επεξηγησιμότητα στα Συστήματα Συστάσεων, εστιάζοντας σε μεθόδους κατανόησης, επεξήγησης και αξιολόγησης της συμπεριφοράς σύγχρονων αλγορίθμων συστάσεων, τόσο από αλγοριθμική όσο και από ανθρωποκεντρική σκοπιά. Πιθανές ερευνητικές κατευθύνσεις περιλαμβάνουν μεθόδους επεξήγησης εξειδικευμένες για συγκεκριμένα μοντέλα ή ανεξάρτητες από αυτά (model-specific και model-agnostic), τον εντοπισμό σημαντικών αλληλεπιδράσεων χρηστών και χαρακτηριστικών αντικειμένων, αντιπαραδειγματικές επεξηγήσεις (counterfactual explanations), επεξηγήσεις σε φυσική γλώσσα, διαδραστικές προσεγγίσεις επεξήγησης, καθώς και πλαίσια αξιολόγησης χαρακτηριστικών όπως η πιστότητα (fidelity), η κατανοησιμότητα, η χρησιμότητα, η ευρωστία, η διαφάνεια και η εμπιστοσύνη των χρηστών. Η έρευνα δύναται επίσης να εξετάσει τη χρήση Μεγάλων Γλωσσικών Μοντέλων (Large Language Models – LLMs) για τη δημιουργία επεξηγήσεων σε φυσική γλώσσα και την πρόκληση της διασφάλισης ότι οι επεξηγήσεις αυτές αντικατοπτρίζουν πιστά την πραγματική διαδικασία παραγωγής των συστάσεων. Με βασικό πεδίο εφαρμογής το ηλεκτρονικό εμπόριο, το διδακτορικό θα συμβάλει στην ανάπτυξη μεθόδων και πλαισίων αξιολόγησης που αποσκοπούν στη δημιουργία περισσότερο διαφανών, ερμηνεύσιμων και κατανοητών συστημάτων συστάσεων, τόσο για τους χρήστες όσο και για τους σχεδιαστές τους.

Απαιτούμενα Προσόντα: Γνώσεις Μηχανικής Μάθησης (Machine Learning), Αλγοριθμικού Μάρκετινγκ (Algorithmic Marketing), Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ (eMarketing) και προγραμματισμού σε Python.

Δεν απαιτείται από τους/τις υποψηφίους/ες να διαθέτουν προηγούμενη εξειδίκευση σε όλους τους παραπάνω τομείς. Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού, ο/η επιτυχών/ούσα υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει εξειδικευμένες γνώσεις στα Συστήματα Συστάσεων (Recommender Systems), στην Επεξηγήσιμη Τεχνητή Νοημοσύνη (Explainable Artificial Intelligence) και σε συναφείς ερευνητικές μεθοδολογίες.

Χρηματοδότηση: Όχι

Ερευνητικός Σύμβουλος: Ανδρέας Γρηγοριάδης

Βαθμίδα: Αναπληρωτής Καθηγητής Πληροφοριακών Συστημάτων και Ηλεκτρονικού εμπορίου

Email: andreas.gregoriades@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Αξιοπιστία Αυτόνομων Πρακτόρων Τεχνητής Νοημοσύνης (Agentic AI) στο Μάρκετινγκ

Αριθμός θέσεων:1

Περιγραφή:

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (Artificial Intelligence – AI) μετασχηματίζει ολοένα και περισσότερο τον τομέα του μάρκετινγκ, υποστηρίζοντας δραστηριότητες όπως η ανάλυση πελατών, η εξατομίκευση, η δημιουργία περιεχομένου, τα συστήματα συστάσεων και η λήψη αποφάσεων. Οι πρόσφατες εξελίξεις στην Agentic AI σηματοδοτούν μια σημαντική μετάβαση: από συστήματα που κυρίως παράγουν προβλέψεις, συστάσεις ή περιεχόμενο, σε συστήματα που μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις και να εκτελούν αυτόνομα ενέργειες για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Για τον σκοπό αυτό, μπορούν να αλληλεπιδρούν με χρήστες και ψηφιακά περιβάλλοντα, να χρησιμοποιούν εξωτερικά εργαλεία και να προσαρμόζουν τις ενέργειές τους με βάση τα αποτελέσματα προηγούμενων ενεργειών. Η μετάβαση αυτή από την υποστήριξη αποφάσεων στην αυτόνομη δράση δημιουργεί νέες δυνατότητες για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη διαχείριση δραστηριοτήτων μάρκετινγκ.

Η αυξανόμενη αυτονομία των πρακτόρων Τεχνητής Νοημοσύνης (AI agents), ωστόσο, εγείρει σημαντικά ερωτήματα σχετικά με την αξιοπιστία τους (trustworthiness). Η επιτυχής επίτευξη ενός στόχου δεν σημαίνει απαραίτητα ότι ο τρόπος με τον οποίο ο πράκτορας τον πέτυχε ήταν αξιόπιστος ή επιθυμητός. Για παράδειγμα, ένας πράκτορας μπορεί να αυξήσει την αλληλεπίδραση με τους πελάτες, τις μετατροπές (conversions) ή τα έσοδα, έχοντας όμως λάβει ενδιάμεσες αποφάσεις ή εκτελέσει ενέργειες που είναι ανεπιθύμητες, δύσκολο να προβλεφθούν, να επεξηγηθούν ή να ελεγχθούν. Επομένως, η αξιολόγηση ενός agentic συστήματος δεν μπορεί να βασίζεται αποκλειστικά στο κατά πόσο πέτυχε τον τελικό του στόχο, αλλά πρέπει να λαμβάνει υπόψη και τη διαδικασία μέσω της οποίας επιτεύχθηκε ο στόχος, δηλαδή την ακολουθία αποφάσεων και ενεργειών του πράκτορα. Η ανάπτυξη μεθόδων για την αξιολόγηση αυτής της ευρύτερης έννοιας της αξιοπιστίας αποτελεί σημαντική ερευνητική πρόκληση.

Το μάρκετινγκ αποτελεί ένα ιδιαίτερα κατάλληλο πεδίο για τη μελέτη αυτών των προκλήσεων, καθώς η Agentic AI μπορεί δυνητικά να λειτουργεί σε ολόκληρη τη διαδικασία λήψης αποφάσεων: να παρατηρεί τη συμπεριφορά των πελατών, να εξετάζει εναλλακτικές στρατηγικές, να επιλέγει και να εκτελεί ενέργειες μάρκετινγκ, να αξιολογεί τις αντιδράσεις των πελατών και να προσαρμόζει τις επόμενες αποφάσεις της. Ως εκ τούτου, η αξιοπιστία πρέπει να εξετάζεται όχι



μόνο στο επίπεδο μεμονωμένων προβλέψεων ή ενεργειών, αλλά και σε σχέση με τη συνολική συμπεριφορά και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων του πράκτορα σε βάθος χρόνου.

Το συγκεκριμένο διδακτορικό θα διερευνήσει την αξιοπιστία της Agentic AI στο μάρκετινγκ, με κεντρικό ερευνητικό ερώτημα: Πώς μπορεί να οριστεί, να αξιολογηθεί και να βελτιωθεί η αξιοπιστία των συστημάτων Agentic AI στο μάρκετινγκ; Η έρευνα θα εξετάσει τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την αξιόπιστη συμπεριφορά ενός πράκτορα και θα αναπτύξει πλαίσια, μεθόδους, μετρικές, σημεία αναφοράς (benchmarks) και πειραματικές μεθοδολογίες για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας. Ένας επιπλέον ερευνητικός στόχος δύναται να είναι η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της πραγματικής αξιοπιστίας (actual trustworthiness) των πρακτόρων Τεχνητής Νοημοσύνης και της εμπιστοσύνης (trust) που επιδεικνύουν προς αυτούς οι επαγγελματίες του μάρκετινγκ και οι καταναλωτές, με ιδιαίτερη έμφαση στην κατάλληλη βαθμονόμηση της ανθρώπινης εμπιστοσύνης και του βαθμού εξάρτησης από τα συστήματα αυτά (trust calibration).

Απαιτούμενα Προσόντα: Γνώσεις Μηχανικής Μάθησης (Machine Learning), Αλγοριθμικού Μάρκετινγκ (Algorithmic Marketing), Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ (eMarketing) και προγραμματισμού σε Python.

Δεν απαιτείται από τους/τις υποψηφίους/ες να διαθέτουν προηγούμενη εξειδίκευση σε όλους τους παραπάνω τομείς. Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού, ο/η επιτυχών/ούσα υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει εξειδικευμένες γνώσεις στην Agentic AI, στην Αξιόπιστη και Επεξηγήσιμη Τεχνητή Νοημοσύνη (Trustworthy and Explainable AI) και σε συναφείς ερευνητικές μεθοδολογίες.

Χρηματοδότηση: Όχι

Ερευνητικός Σύμβουλος: Ανδρέας Γρηγοριάδης

Βαθμίδα: Αναπληρωτής Καθηγητής Πληροφοριακών Συστημάτων και Ηλεκτρονικού εμπορίου

Email: andreas.gregoriades@cut.ac.cy



Έντυπο προκήρυξης θέσης διδακτορικού

Τίτλος ερευνητικού θέματος: Κατανάλωση, ταυτότητα και λαϊκή κουλτούρα (ανοιχτό θέμα, που θα αναπτυχθεί από τον υποψήφιο)

Αριθμός θέσεων:

1 (μία)

Περιγραφή:

Προσκαλούνται αιτήσεις για θέση διδακτορικού/ής φοιτητή/φοιτήτριας με έμφαση στην κουλτούρα της κατανάλωσης. Οι υποψήφιοι/ες μπορούν να προτείνουν το δικό τους πρωτότυπο και δημιουργικό ερευνητικό θέμα, το οποίο θα εξετάζει τη σχέση μεταξύ κατανάλωσης, λαϊκής κουλτούρας και μέσων μαζικής ενημέρωσης, καθώς και τη διαμόρφωση ταυτοτήτων. Η κατανάλωση νοείται όχι μόνο ως οικονομική δραστηριότητα, αλλά και ως πολιτιστική πρακτική μέσω της οποίας οι άνθρωποι παράγουν νόημα, εκφράζουν ταυτότητες, σχηματίζουν κοινότητες και ασχολούνται με κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα.

Οι προτάσεις μπορούν να αφορούν, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα θέματα:

- Κατανάλωση και λαϊκή κουλτούρα: ο κινηματογράφος, η τηλεόραση, οι διασημότητες, η μουσική, οι οπαδοί και οι μάρκες ως πολιτιστικά κείμενα·
- Πώς το κοινό καταναλώνει, αναδιαμορφώνει και αμφισβητεί τα εμπορικά μέσα ενημέρωσης (π.χ. memes, συμμετοχικές πρακτικές και φαν κουλτούρα).
- Φύλο, σεξουαλικότητα, σώμα και ενδυμασία: μόδα και ενσάρκωση· κουλτούρες μεταμόρφωσης (makeover) και ομορφιάς· μεταφεμινιστικές και μετα-φεμινιστικές ευαισθησίες· και οι τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι χρησιμοποιούν την ενδυμασία και τα καταναλωτικά αγαθά για να διαπραγματεύονται τις ταυτότητες φύλου και σεξουαλικότητας.
- Μέσα ενημέρωσης, ψηφιακές πλατφόρμες και ταυτότητα: κουλτούρες των influencer και των δημιουργών, αυτοπαρουσίαση στο Instagram και το TikTok, κατανάλωση από τη νεολαία και τη Γενιά Z, καθώς και αλγοριθμικές ή διαμορφωμένες από τις πλατφόρμες καταναλωτικές εμπειρίες.
- Βιωσιμότητα και οραματισμός πέρα από την κατανάλωση: πώς τα μέσα ενημέρωσης, η αφήγηση ιστοριών και οι διαδικτυακές κοινότητες « » προωθούν εναλλακτικές λύσεις όπως η επισκευή, η «slow living», η αγορά μεταχειρισμένων ειδών ή η υποκατανάλωση.

Η επιβλέπουσα ενθαρρύνει ιδιαίτερα ερευνητικά έργα που είναι μεθοδολογικά δημιουργικά, για παράδειγμα χρησιμοποιώντας εθνογραφικές, οπτικές, αισθητηριακές, κινητές (π.χ. «walking-with») ή ψηφιακές μεθόδους· ανάλυση λόγου και κειμένων των μέσων ενημέρωσης· ή μεταανθρωπιστικές και νέες προσεγγίσεις της κατανάλωσης. Ενθαρρύνονται επίσης



διεπιστημονικές προτάσεις που συνδυάζουν τη θεωρία της καταναλωτικής κουλτούρας, τις σπουδές των μέσων ενημέρωσης και του πολιτισμού, καθώς και τις σπουδές φύλου.

Οι υποψήφιοι/ες πρέπει να υποβάλουν ερευνητική πρόταση στην οποία θα περιγράψουν το θέμα που σκοπεύουν να μελετήσουν, τα ερευνητικά ερωτήματα, το θεωρητικό πλαίσιο και τη μεθοδολογία. Το τελικό θέμα θα καθοριστεί σε συνεργασία με την επιβλέπουσα κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους σπουδών.

Απαιτούμενα προσόντα:

Προπτυχιακό και μεταπτυχιακό δίπλωμα (ή ισοδύναμο) σε σχετικό τομέα, όπως το μάρκετινγκ, η έρευνα καταναλωτών, τα μέσα ενημέρωσης και η επικοινωνία, οι πολιτισμικές σπουδές, η κοινωνιολογία, οι σπουδές φύλου ή συναφής κλάδος των κοινωνικών ή ανθρωπιστικών επιστημών.

- Έντονο ενδιαφέρον για την κουλτούρα των καταναλωτών, τη λαϊκή κουλτούρα, τα μέσα επικοινωνίας και/ή την ταυτότητα, το οποίο αποδεικνύεται μέσω της ερευνητικής πρότασης.
- Εξοικείωση με ποιοτικές και ερμηνευτικές ερευνητικές μεθόδους· η εμπειρία με δημιουργικές, οπτικές ή ψηφιακές μεθόδους αποτελεί πλεονέκτημα.
- Άριστη γνώση της αγγλικής γλώσσας, προφορικά και γραπτά, καθώς και ικανότητα συγγραφής σε ακαδημαϊκό επίπεδο.
- Ικανότητα να εργάζεται αυτόνομα, περιέργεια και δέσμευση για τη δημοσίευση και την παρουσίαση της έρευνας.
- Η γνώση της ελληνικής γλώσσας είναι επιθυμητή αλλά δεν αποτελεί προαπαιτούμενο.

Χρηματοδότηση:

Δεν διατίθεται υποτροφία διδακτορικού· ωστόσο, οι υποψήφιοι μπορούν να λάβουν χρηματοδότηση ως βοηθοί διδασκαλίας, να υποβάλουν αίτηση για ανταγωνιστικές εσωτερικές υποτροφίες,

ή μέσω της συμμετοχής σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.

Επιστημονική Σύμβουλος:

Όνομα/Επώνυμο: Δρ. Χριστιάννα Τσαούση

Θέση: Λέκτορας στη Κουλτούρα Καταναλωτή, Τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: christiana.tsaousi@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Οντολογίες στην Εποχή των Μεγάλων Γλωσσικών Μοντέλων: Η Περίπτωση του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας

Αριθμός θέσεων: 1

Περιγραφή: Η προτεινόμενη διδακτορική έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ του Δήμου Λεμεσού, του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΤΕΠΑΚ) και του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και πάσης Αφρικής, με στόχο την επιστημονική τεκμηρίωση, ψηφιακή διατήρηση, ανάδειξη και προστασία της πλούσιας πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς του Πατριαρχείου και του Ελληνισμού στην αφρικανική ήπειρο. Η συνεργασία αποσκοπεί στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογιών, αξιοποιώντας σύγχρονες μεθοδολογίες πληροφορικής, τεχνητής νοημοσύνης και γεωπληροφορικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παραγωγή νέας επιστημονικής γνώσης, στην ανάπτυξη επαναχρησιμοποιήσιμων ψηφιακών εργαλείων και στη διασφάλιση της μακροχρόνιας διατήρησης και προσβασιμότητας της μνήμης του Πατριαρχείου.

Η διδακτορική διατριβή θα διερευνήσει τη σχέση μεταξύ σημασιολογικών οντολογιών και Μεγάλων Γλωσσικών Μοντέλων (Large Language Models – LLMs) για την αποτελεσματικότερη ψηφιακή τεκμηρίωση και διαχείριση της πολιτιστικής κληρονομιάς. Ο/Η υποψήφιος/α διδάκτορας θα αναπτύξει και θα αξιολογήσει μεθοδολογίες αυτόματης εξαγωγής, οργάνωσης και σημασιολογικής διασύνδεσης πληροφοριών από ιστορικά αρχεία, βιβλιοθήκες, μουσειακά αντικείμενα και συλλογές του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας. Η έρευνα θα αξιοποιήσει πρότυπα, όπως το CIDOC CRM, και αρχές όπως τα FAIR (Findable, Accessible, Interoperable, and Reusable) and CARE (Collective Benefit, Authority to Control, Responsibility, Ethics) και τεχνικές επεξεργασίας φυσικής γλώσσας, με ιδιαίτερη έμφαση στην αξιοπιστία, την ερμηνευσιμότητα και την επιστημονική επαλήθευση των παραγόμενων πληροφοριών. Τελικός στόχος είναι η ανάπτυξη ενός ευφυούς σημασιολογικού πλαισίου για την αναζήτηση, διασύνδεση και επαναχρησιμοποίηση της μουσειακής γνώσης.



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

Απαιτούμενα Προσόντα: Μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών σε οποιοδήποτε γνωστικό πεδίο της Πληροφορικής ή της Επιστήμης Υπολογιστών ή των Μαθηματικών ή συναφών αντικειμένων

Χρηματοδότηση: Η προτεινόμενη διδακτορική έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ του Δήμου Λεμεσού, του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΤΕΠΑΚ) και του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και πάσης Αφρικής, με στόχο την επιστημονική τεκμηρίωση, ψηφιακή διατήρηση, ανάδειξη και προστασία της πλούσιας πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς του Πατριαρχείου και του Ελληνισμού στην αφρικανική ήπειρο. Η συνεργασία αποσκοπεί στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογιών, αξιοποιώντας σύγχρονες μεθοδολογίες πληροφορικής, τεχνητής νοημοσύνης και γεωπληροφορικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παραγωγή νέας επιστημονικής γνώσης, στην ανάπτυξη επαναχρησιμοποιήσιμων ψηφιακών εργαλείων και στη διασφάλιση της μακροχρόνιας διατήρησης και προσβασιμότητας της μνήμης του Πατριαρχείου.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Νικόλας Τσαπατσούλης

Βαθμίδα: Καθηγητής

Email: nicolas.tsapatsoulis@cut.ac.cy



Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος): Χωροχρονική Αναπαράσταση Γράφων Γνώσης για την Πολιτιστική Μνήμη: Η Περίπτωση του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας

Αριθμός θέσεων: 1

Περιγραφή: Η προτεινόμενη διδακτορική έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ του Δήμου Λεμεσού, του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΤΕΠΑΚ) και του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και πάσης Αφρικής, με στόχο την επιστημονική τεκμηρίωση, ψηφιακή διατήρηση, ανάδειξη και προστασία της πλούσιας πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς του Πατριαρχείου και του Ελληνισμού στην αφρικανική ήπειρο. Η συνεργασία αποσκοπεί στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογιών, αξιοποιώντας σύγχρονες μεθοδολογίες πληροφορικής, τεχνητής νοημοσύνης και γεωπληροφορικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παραγωγή νέας επιστημονικής γνώσης, στην ανάπτυξη επαναχρησιμοποιήσιμων ψηφιακών εργαλείων και στη διασφάλιση της μακροχρόνιας διατήρησης και προσβασιμότητας της μνήμης του Πατριαρχείου.

Η διδακτορική διατριβή θα επικεντρωθεί στην ανάπτυξη καινοτόμων μεθοδολογιών χωροχρονικής αναπαράστασης της ιστορικής και πολιτιστικής μνήμης μέσω γράφων γνώσης (Knowledge Graphs). Ο/Η υποψήφιος/α διδάκτορας θα διερευνήσει τρόπους σύνδεσης ιστορικών γεγονότων, προσώπων, τοποθεσιών, μουσειακών αντικειμένων και αρχειακών τεκμηρίων μέσα από τις γεωγραφικές και χρονικές τους συσχετίσεις. Η έρευνα θα συνδυάζει τεχνολογίες σημασιολογικού ιστού, χωροχρονικές βάσεις δεδομένων και γεωγραφικά συστήματα πληροφοριών, αξιοποιώντας πρότυπα όπως το GeoSPARQL και το OWL-Time. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στη διαχείριση ιστορικών μεταβολών και της αβεβαιότητας που χαρακτηρίζει τις ιστορικές πηγές. Στόχος είναι η ανάπτυξη ενός δυναμικού χωροχρονικού συστήματος γνώσης, το οποίο θα επιτρέπει την ανάλυση, οπτικοποίηση και διαδραστική εξερεύνηση της ιστορικής εξέλιξης του Πατριαρχείου και των κοινοτήτων του Ελληνισμού στην Αφρική.

Απαιτούμενα Προσόντα: Μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών σε οποιοδήποτε γνωστικό πεδίο της Πληροφορικής ή της Επιστήμης Υπολογιστών ή των Μαθηματικών ή συναφών αντικειμένων.



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Υπηρεσία Σπουδών
και Φοιτητικής
Ευημερίας

Χρηματοδότηση: Η προτεινόμενη διδακτορική έρευνα εντάσσεται στο πλαίσιο της συνεργασίας μεταξύ του Δήμου Λεμεσού, του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΤΕΠΑΚ) και του Πατριαρχείου Αλεξανδρείας και πάσης Αφρικής, με στόχο την επιστημονική τεκμηρίωση, ψηφιακή διατήρηση, ανάδειξη και προστασία της πλούσιας πολιτιστικής και ιστορικής κληρονομιάς του Πατριαρχείου και του Ελληνισμού στην αφρικανική ήπειρο. Η συνεργασία αποσκοπεί στην ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων ψηφιακών τεχνολογιών, αξιοποιώντας σύγχρονες μεθοδολογίες πληροφορικής, τεχνητής νοημοσύνης και γεωπληροφορικής. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην παραγωγή νέας επιστημονικής γνώσης, στην ανάπτυξη επαναχρησιμοποιήσιμων ψηφιακών εργαλείων και στη διασφάλιση της μακροχρόνιας διατήρησης και προσβασιμότητας της μνήμης του Πατριαρχείου.

Ερευνητικός Σύμβουλος:

Ονοματεπώνυμο: Νικόλας Τσαπατσούλης

Βαθμίδα: Καθηγητής

Email: nicolas.tsapatsoulis@cut.ac.cy