

## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>		Μέτρηση αποτελεσματικότητας (διαδικτυακής και μη) διαφήμισης
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	1	
<b>Περιγραφή:</b>	<p>Το Τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ στο ΤΕΠΑΚ αναζητά κατάλληλο/η υποψήφιο/α για την κάλυψη μιας θέσης διδακτορικού για τη διερεύνηση και ανάπτυξη καινοτόμων τεχνικών για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας της διαφήμισης σε διάφορα κανάλια πληρωμένων μέσων, τόσο διαδικτυακά όσο και εκτός διαδικτύου. Η θέση αυτή προσφέρει στον/στην επιλεγμένο/η υποψήφιο/α μια συναρπαστική ερευνητική εμπειρία στον δυναμικό και διαρκώς εξελισσόμενο πεδίο της διαφήμισης και της επικοινωνίας.</p> <p>Ο/Η επιτυχών/ούσα υποψήφιος/α θα συμμετέχει σε έρευνα που θα διερευνήσει μια σειρά από δείκτες, εργαλεία και μεθοδολογίες που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επαγγελματίες του μάρκετινγκ για να μετρήσουν την αποτελεσματικότητα των διαφημιστικών τους εκστρατειών. Η έρευνα θα περιλαμβάνει τη διερεύνηση παραδοσιακών Δεικτών Απόδοσης (Key Performance Indicators - KPIs), όπως η απόδοση επένδυσης (ROI), η ανάκληση του brand, η εμπλοκή του καταναλωτή και τα ποσοστά μετατροπής, καθώς και νέες προσεγγίσεις, όπως η ανάλυση συναισθήματος, η πολυκαναλική απόδοση και η χρήση μεγάλων δεδομένων και τεχνητής νοημοσύνης για τη μέτρηση των μέσων.</p> <p>Τομείς έρευνας που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, περιλαμβάνουν ενδεικτικά:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cross-Channel Measurements e.g.<ul style="list-style-type: none"><li>○ Cai, Y. J., &amp; Choi, T. M. (2023). Omni-channel marketing strategy in the digital platform era. <i>Journal of Business Research</i>, 168, 114197.</li><li>○ Neufeld, E. (2017). Cross-device and cross-channel identity measurement issues and guidelines: How advertisers can maximize the impact of an identity-based brand campaign. <i>Journal of Advertising Research</i>, 57(1), 109-117.</li><li>○ Neijens, P., &amp; Voorveld, H. (2015). Cross-Platform Advertising: Current Practices and Issues for the Future: Why the Gross Rating Point Metric Should Thrive in Today's Fragmented Media World. <i>Journal of Advertising Research</i>, 55(4), 362-367.</li></ul></li><li>• Attribution Models e.g.<ul style="list-style-type: none"><li>○ Nisar, T. M., &amp; Yeung, M. (2018). Attribution modeling in digital advertising: An empirical investigation of the impact of digital sales channels. <i>Journal of Advertising Research</i>, 58(4), 399-413.</li></ul></li><li>• Emerging Digital Metrics e.g.<ul style="list-style-type: none"><li>○ Fulgoni, G. M., Pettit, R., &amp; Lipsman, A. (2017). Measuring the effectiveness of branded content across television and digital platforms: How to align with traditional marketing metrics while capturing what makes branded content unique. <i>Journal of Advertising Research</i>, 57(4), 362-367.</li></ul></li><li>• Consumer Engagement and Behavioral Tracking e.g.<ul style="list-style-type: none"><li>○ Blasco-Arcas, L., Lee, H. H. M., Kastanakis, M. N., Alcañiz, M., &amp;</li></ul></li></ul>	

	<p>Reyes-Menendez, A. (2022). The role of consumer data in marketing: A research agenda. <i>Journal of Business Research</i>, 146, 436-452.</p> <p>Οι ενδιαφερόμενοι/ες υποψήφιοι/ες θα πρέπει να υποβάλλουν τα εξής:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)</li> <li>2. Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα που να περιλαμβάνει: ακαδημαϊκό υπόβαθρο, σχετική εργασιακή εμπειρία και αν υπάρχουν δημοσιεύσεις.</li> <li>3. Ερευνητική πρόταση (το πολύ 2000 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα): Η πρόταση πρέπει να περιγράφει πιθανά ερευνητικά ερωτήματα, προτεινόμενη μεθοδολογία και πώς η έρευνα στοχεύει να συμβάλει στην υπάρχουσα βιβλιογραφία.</li> <li>4. Αναλυτική βαθμολογία και πιστοποιητικά θα πρέπει να υποβληθούν σε μετέπειτα στάδιο μαζί με συστατικές επιστολές</li> </ol>	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	<p>Ο/η υποψήφιος/α μπορεί να:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• λάβει οικονομική ενίσχυση για τη διεξαγωγή της έρευνάς του/της, συμπεριλαμβανομένης μερικής κάλυψης των εξόδων συνεδρίων,</li> <li>• λάβει χρηματοδότηση ως βοηθός διδασκαλίας,</li> <li>• υποβάλει αίτηση για εσωτερικές υποτροφίες,</li> <li>• συμμετάσχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά έργα.</li> </ul>	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μεταπτυχιακό δίπλωμα σε μάρκετινγκ, διοίκηση επιχειρήσεων, επικοινωνία, μέσα ενημέρωσης, ανάλυση δεδομένων, ή σχετικό πεδίο, με ισχυρό ακαδημαϊκό ιστορικό. Υποψήφιοι/ες με πτυχίο σε Επιστήμη Δεδομένων, Οικονομικά ή Εφαρμοσμένα Μαθηματικά θα ληφθούν επίσης υπόψη.</li> <li>• Αποδεδειγμένη εμπειρία ή έντονο ενδιαφέρον για την ανάλυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ και την ψυχολογία των καταναλωτών.</li> <li>• Ισχυρό μεθοδολογικό υπόβαθρο στην ποσοτική έρευνα, συμπεριλαμβανομένης της στατιστικής ανάλυσης, του ελέγχου υποθέσεων και της μοντελοποίησης δεδομένων.</li> <li>• Εξαιρετικές αναλυτικές, ερευνητικές, επικοινωνιακές και επίλυσης προβλημάτων δεξιότητες.</li> <li>• Δυνατότητα να εργαστεί τόσο ανεξάρτητα όσο και σε συνεργασία με μέλη ερευνητικής ομάδας..</li> <li>• Πρακτική εμπειρία με λογισμικά και εργαλεία ανάλυσης δεδομένων όπως R, Python, SPSS, καθώς και εργαλεία ανάλυσης ψηφιακού μάρκετινγκ όπως Google Analytics, Facebook Ads Manager και άλλες πλατφόρμες οπτικοποίησης δεδομένων θα θεωρηθούν πλεονέκτημα.</li> </ul>	
<b>Ερευνητικός Σύμβουλος</b>		
<b>Όνοματεπώνυμο:</b>	Γιούλα Μελανθίου	
<b>Βαθμίδα:</b>	Επίκουρη Καθηγήτρια	
<b>Email:</b>	yioula.melanthiou@cut.ac.cy	

## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>		Η συμβολή της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Μάρκετινγκ στη διαμόρφωση αντιλήψεων που αφορούν άτομα, έννοιες ή ιδεολογίες και οργανωμένα συστήματα πίστης
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	1	
<b>Περιγραφή:</b>	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.	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	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 - φροντιστηρίων ή/ και μελλοντικά ερευνητικά προγράμματα. Το Πανεπιστήμιο διαθέτει επίσης περιορισμένο αριθμό Υποτροφιών Αριστείας.	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	Οι υποψήφιοι/οι πρέπει να είναι κάτοχοι αναγνωρισμένου πανεπιστημιακού βασικού τίτλου σπουδών σε συναφή περιοχή, π.χ. μάρκετινγκ, δημόσιες σχέσεις, επικοινωνία, ΜΜΕ, 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 ΜΜΕ, 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).	
<b>Ερευνητικός Σύμβουλος</b>		
<b>Όνοματεπώνυμο:</b>	Άννα Ζαρκάδα	
<b>Βαθμίδα:</b>	Αναπληρώτρια Καθηγήτρια	

Email:	<u><a href="mailto:anna.zarkada@cut.ac.cy">anna.zarkada@cut.ac.cy</a></u>	
--------	---	--

## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>	Βιώσιμη μόδα στο πλαίσιο της Κύπρου: βιομηχανία ή/και καταναλωτές	
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	1	
<b>Περιγραφή:</b>	<p>Αυτή η διδακτορική θέση απευθύνεται σε υποψήφιος/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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Η χρήση της καινοτομίας στη βιωσιμότητα της μόδας,</li> <li>• Πώς οι κατασκευαστές μόδας μπορούν να συνδέσουν τη βιωσιμότητα με ηθονικές πτυχές της κατανάλωσης,</li> <li>• Πώς οι μικρές κυπριακές μάρκες δημιουργούν και προωθούν τη βιώσιμη μόδα ή διαχειρίζονται βιώσιμα δίκτυα προμηθευτών</li> <li>• 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;</li> <li>• Ποια είναι η ανταπόκριση των καταναλωτών στις μικρές βιώσιμες μάρκες μόδας στην Κύπρο;</li> </ul>	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	Ο υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να χρηματοδοτηθεί ως βοηθός διδασκαλίας, να διεκδικήσει εσωτερικές υποτροφίες αριστείας ή να συμμετέχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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).</li> <li>• Υψηλές ακαδημαϊκές επιδόσεις και ικανότητα εκπόνησης διδακτορικής διατριβής στην αγγλική γλώσσα.</li> <li>• Πολύ καλή γνώση της Ελληνικής Γλώσσας</li> </ul> <p>Η φύση του συγκεκριμένου θέματος απαιτεί πλήρη αφοσίωση στην έρευνα, συνεπώς η θέση προκηρύσσεται στη βάση της</p>	

	<p>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.</p> <p>Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά και να περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)</li> <li>• 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)</li> <li>• Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα.</li> </ul>
<b>Ερευνητικός Σύμβουλος:</b>	
<b>Όνοματεπώνυμο:</b>	Χριστιάνα Τσαούση
<b>Βαθμίδα:</b>	Λέκτορας
<b>Email:</b>	christiana.tsaousi@cut.ac.cy

## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>	Ο φεμινισμός στο μάρκετινγκ και το branding και ο αντίκτυπός του στους καταναλωτές	
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	1	
<b>Περιγραφή:</b>	<p>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 κινήματων μέσω ψηφιακών πλατφόρμων και μέσω 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.</p>	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	Ο υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να χρηματοδοτηθεί ως βοηθός διδασκαλίας, να διεκδικήσει εσωτερικές υποτροφίες αριστείας ή να συμμετέχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Υψηλές ακαδημαϊκές επιδόσεις και ικανότητα εκπόνησης διδακτορικής διατριβής στην αγγλική γλώσσα.</li> <li>• Πολύ καλή γνώση της Ελληνικής Γλώσσας</li> </ul> <p>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 επιστημονικά περιοδικά στον κλάδο του μάρκετινγκ, της έρευνας των υπηρεσιών και της διοίκησης επιχειρήσεων, καθώς και να παρουσιάζει ερευνητικά αποτελέσματα σε επιστημονικά</p>	

	<p>συνέδρια, εργαστήρια κ.λπ.</p> <p>Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά και να περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)</li> <li>• 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)</li> <li>• Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα.</li> </ul>
<b>Ερευνητικός Σύμβουλος:</b>	
<b>Όνοματεπώνυμο:</b>	Χριστιάνα Τσαούση
<b>Βαθμίδα:</b>	Λέκτορας
<b>Email:</b>	christiana.tsaousi@cut.ac.cy



## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>		Μάρκετινγκ, Έρευνα Υπηρεσιών ή/και Συμπεριφορά του Καταναλωτή
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	1	
<b>Περιγραφή:</b>	<p>Η διδακτορική θέση εστιάζει στη διερεύνηση σύγχρονων στρατηγικών μάρκετινγκ και καινοτομιών στον τομέα των υπηρεσιών, με έμφαση στη διαμόρφωση της καταναλωτικής εμπειρίας και συμπεριφοράς. Η έρευνα μπορεί να εξετάσει πώς οι επιχειρήσεις προσαρμόζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ για να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών, τη συμβολή της τεχνολογίας στη βελτίωση των υπηρεσιών, καθώς και τη σημασία της βιωσιμότητας και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στις επιχειρησιακές πρακτικές. Στόχος είναι η ανάπτυξη νέων προσεγγίσεων που θα ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα και τη διαφοροποίηση στον χώρο των υπηρεσιών.</p>	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	<p>Ο υποψήφιος/α θα έχει την ευκαιρία να χρηματοδοτηθεί ως βοηθός διδασκαλίας, να διεκδικήσει εσωτερικές υποτροφίες αριστείας ή να συμμετέχει σε χρηματοδοτούμενα ερευνητικά προγράμματα.</p>	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πτυχίο και μεταπτυχιακός τίτλος επιπέδου Masters (MSc / MA / MBA) από αναγνωρισμένο πανεπιστήμιο σε ένα τουλάχιστον από τα ακόλουθα επιστημονικά πεδία: Μάρκετινγκ, Καινοτομία, Διοίκηση, Μάνατζμεντ, Επιχειρηματικότητα, ή άλλο συναφή με τον ερευνητικό τομέα κλάδο.</li> <li>• 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).</li> <li>• Υψηλές ακαδημαϊκές επιδόσεις και ικανότητα εκπόνησης διδακτορικής διατριβής στην αγγλική γλώσσα.</li> <li>• Πολύ καλή γνώση της Ελληνικής Γλώσσας</li> </ul> <p>Η φύση του συγκεκριμένου θέματος απαιτεί πλήρη αφοσίωση στην έρευνα, συνεπώς η θέση προκηρύσσεται στη βάση της πλήρους φοίτησης. Ο διδακτορικός υποψήφιος 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.</p> <p>Οι αιτήσεις πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά και να περιλαμβάνουν:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Δήλωση κινήτρων για την εκπόνηση του διδακτορικού (500 λέξεις, στην αγγλική γλώσσα)</li> <li>• 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)</li> </ul>	

- Αναλυτικό βιογραφικό σημείωμα.

**Ερευνητικός Σύμβουλος:**

**Όνοματεπώνυμο:** Ερασμία Λεωνίδου

**Βαθμίδα:** Λέκτορας

**Email:** [erasmia.leonidou@cut.ac.cy](mailto:erasmia.leonidou@cut.ac.cy)

## Έντυπο Προκήρυξης Διδακτορικών Θέσεων

<b>Γνωστικό Αντικείμενο (Τίτλος):</b>	Τροποποίηση καταναλωτικών συμπεριφορών με τη χρήση <i>Nudges</i>	
<b>Αριθμός θέσεων:</b>	<b>1</b>	
<b>Περιγραφή:</b>	<p>Το τμήμα Επικοινωνίας και Μάρκετινγκ του ΤΕΠΑΚ ενδιαφέρεται να πληρώσει <b>Μια (1) Διδακτορική Θέση στο γνωστικό αντικείμενο της Συμπεριφοράς κατανάλωσης</b>. Το θέμα σχετίζεται με την τροποποίηση καταναλωτικών συμπεριφορών με την χρήση του εργαλείου <i>Nudge</i> (Thaler and Sunstein, 2008) και σκοπό έχει τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων των καταναλωτών τόσο για το δικό τους καλό όσο και για το ευρύτερο κοινωνικό. Τα πεδία ενδιαφέροντος θα συμφωνηθούν με το επιβλέποντα παραδείγματα των οποίων είναι η <i>βιώσιμη κατανάλωση, προσεκτική παροχή προσωπικών πληροφοριών και αποφυγή απατών</i>. Ο/η υποψήφιος/α θα πρέπει να έχει καλές γνώσεις σε μεθόδους έρευνας και η τριτοβάθμια εκπαίδευση του/της να προέρχεται από σχετικό πεδίο.</p> <p>Κατά τη διάρκεια του διδακτορικού το επιτυχημένο άτομο θα έχει χρηματικό ποσό στη διάθεση του τόσο για κάλυψη ερευνητικών εξόδων όσο και για κάλυψη μέρους εξόδων από συνέδρια. Θα του δοθούν έμμισθες ευκαιρίες διδασκαλίας με βάση το γνωστικό αντικείμενο και την επίδοση του. Επίσης θα έχει την ευκαιρία να αναπτύξει τις επικοινωνιακές και αναλυτικές του δεξιότητες μέσω μαθημάτων σε επίπεδο διδακτορικού.</p>	
<b>Χρηματοδότηση:</b>	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 μερικώς χρηματοδοτούμενη από εσωτερική χρηματοδότηση.	
<b>Απαιτούμενα Προσόντα:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Πτυχίο σε Ψυχολογία ή Χρηματοοικονομικά ή Μάρκετινγκ ή παρεμφερές πεδίο κοινωνικών επιστημών.</li> <li>- Γνώση ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων έρευνας καθώς και χρήση αντίστοιχων λογισμικών.</li> <li>- <u>Άριστη</u> γνώση της Αγγλικής γλώσσας.</li> <li>- <u>Άριστη</u> επικοινωνία τόσο γραπτή όσο και προφορική.</li> <li>- Δυνατότητα να εργάζεται τόσο αυτόνομα όσο και ως μέλος ομάδας.</li> </ul> <p>(Η κατοχή <i>Μάστερ</i> σε σχετικό πεδίο θα θεωρηθεί ως πλεονέκτημα)</p>	
<b>Ερευνητικός Σύμβουλος:</b>		
<b>Όνοματεπώνυμο:</b>	Χρίστος Θεμιστοκλέους	
<b>Βαθμίδα:</b>	Λέκτορας	
<b>Email:</b>	<a href="mailto:c.themistocleous@cut.ac.cy">c.themistocleous@cut.ac.cy</a>	