**ΤΟΜΕΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**ΑΝΑΘΕΣΕΙΣ ΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΠΤΥΧΙΟΥ ΤΕΙ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ΕΠΙΘΕΤΟ** | **ΟΝΟΜΑ** | **Α.Μ:** | **ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΘΕΜΑ** | **ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ** |
| ΚΟΥΛΟΥΡΗ | ΧΡΙΣΤΙΑΝΝΑ | 11068 | ΓΑΣΤΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ |
| ΚΑΛΟΓΕΡΟΣ | ΝΙΚΟΛΑΟΣ | 10163 | ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (ΕΙΧΕ ΕΙΣΗΓΗΤΗ ΚΟΤΑΡΑ) | Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ |
| ΜΙΧΑΛΟΠΟΥΛΟΣ | ΣΤΑΥΡΟΣ | 9039 |  | Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ |
| GKOGKOS | OLGA | 10016 |  | Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ |
| ΧΑΤΖΗΣΠΥΡΟΥ | ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ | 12147 |  | Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ |
| ΖΟΥΜΠΟΥΛΟΓΛΟΥ | ΦΙΛΙΠΠΟΣ | 12098 |  | Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ |
| ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ | ΟΥΡΑΝΙΑ | 04/149 |  | Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ |
| ΧΑΜΑΛΕΛΛΗ | ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΑ | 8292 |  | Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ |
| ΣΚΙΑΔΑ  | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ | 11106 |  | Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ |
| ΔΡΑΚΟΥ  | ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑ | 12062 |  | Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ |
| ΠΕΤΡΟΠΟΥΛΟΣ | ΝΙΚΟΣ | 11/117 | MARKETING ΚΑΙ ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ | ΝΙΚΟΛΑΟΣ | 12009 | SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΠΑΡΑΔΙΑΣ | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ | 12007 | SOCIAL MEDIA ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΠΑΠΠΑΣ | ΑΙΝΕΙΑΣ-ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ | 10292 | ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΑΝΩ ΣΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΒΕΝΕΤΟΥ | ΘΕΟΔΩΡΑ | 10024 |  | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ Α | ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ | 12041 |  | Π. ΓΙΑΝΝΑΣ |
| ΜΑΡΟΥΤΣΟΣ | ΚΩΝ/ΝΟΣ | 7837 | INFLUENCER MARKETING Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΚΑΙ Η ΑΠΟΔΟΧΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΕΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ | Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ |
| ΡΗΓΑΣ | ΦΙΛΙΠΠΟΣ-ΕΥΣΤΑΘΙΟΣ | 3392 | Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ  ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ |
| ΕΥΑΓΓΕΛΙΟΥ | ΔΗΜΗΤΡΑ | 10005 | ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ | Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ |
| ΛΟΥΚΑ | ΣΟΦΙΑ | 10078 |
| ΜΑΘΙΟΥΔΑΚΗ | ΑΡΕΤΗ | 8207 | ΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΜΑΡΚΕΣ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ | Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ |
| ΤΣΙΝΑΛΗΣ | ΙΑΚΩΒΟΣ | 12113 |  | Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ |
| ΠΑΤΤΑ  | ΣΤΥΛΙΑΝΗ | 10040 | ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ | Α. ΚΑΒΟΥΡΑ |
| ΚΕΡΑΜΟΠΟΥΛΟΣ  | ΑΓΓΕΛΟΣ | 12040 | Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΣΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | Α. ΚΑΒΟΥΡΑ |
| ΑΝΟΥΣΟΥ | ΓΙΑΝΝΟΥΛΑ | 9167 | SEARCH ENGINE MARKETING: ΤΕΧΝΙΚΈΣ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΊΗΣΗΣ | Α. ΚΑΒΟΥΡΑ |
| ΛΑΠΠΑ | ΜΑΡΙΑ | 2094 | ΠΑΙΔΙ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ | Α. ΚΑΒΟΥΡΑ |
| ΒΟΥΛΔΗ | ΕΥΠΡΑΞΙΑ | 97/181 | ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΓΙΟΓΚΑΣ | Α. ΚΑΒΟΥΡΑ |
| ΜΠΟΛΟΥ | ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ | 94/194 | NATION BRANDIHG. TO BRAND NAME ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΑ ΧΡΟΝΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ | Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ |
| ΓΙΑΛΛΕΛΗ | ΙΩΑΝΝΑ | 5256 | BRANDING ΤΟΠΟΥ | Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ |
| ΚΑΡΑΧΑΝΙΔΗ | ΣΟΦΙΑ | 11080 | ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΛΑΝΣΑΡΙΣΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ. (CASE STUDY) | Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ |
| ΛΕΚΚΑΣ | ΑΝΔΡΕΑΣ-ΑΛΚΗΣ | 6157 |  | Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ |
| ΚΟΥΡΟΥΠΗΣ | ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ | 9004 |  | Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ |

**E-mail ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΩΝ:**

Π. ΓΙΑΝΝΑΣ: prodyannas@puas.gr

Α. ΚΑΒΟΥΡΑ:nkavoura@uniwa.gr

Α. ΓΙΟΒΑΝΗΣ: agiovanis@uniwa.gr

Ε. ΣΑΜΑΝΤΑ: isamanta@uniwa.gr

Κ. ΒΑΣΙΛΙΚΟΠΟΥΛΟΥ: katerina4@hotmail.com

Σ. ΒΑΡΕΛΑΣ: sotirisvarelas@gmail.com