

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΩΝ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΕΑΡΙΝΟΥ ΕΞΑΜΗΝΟΥ 2021-2022

ΑΑ	ΤΙΤΛΟΣ ΠΕ	ΤΙΤΛΟΣ ΠΕ ΑΓΓΛΙΚΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΟΙΤΗΤΩΝ (2 ή 3)	ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ
1	Οι Απόψεις των διευθυντών ξενοδοχείων σχετικά με την εισαγωγή νέων γαστρονομικών προϊόντων στα ξενοδοχεία της Κρήτης	The Opinions of hotel managers on the introduction of new gastronomic products in the hotels of Crete	2 ή 3	ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
2	Οι Απόψεις των διευθυντών ξενοδοχείων σχετικά με την εισαγωγή νέων γαστρονομικών προϊόντων στα ξενοδοχεία της Κρήτης	The Opinions of hotel managers on the introduction of new gastronomic products in the hotels of Crete	2 ή 3	ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
3	Απόψεις και Αντιλήψεις Ντόπιων Κατοίκων για Πολιτιστικούς Πόρους στο Ηράκλειο	Local Residents' Attitudes and Perceptionsn for Cultural Heritage Resources in Heraklion	2 ή 3	ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
4	Μέτρηση Ικανοποίησης Επισκεπτών στη Κρήτη	Visitors' Satisfaction Measurement in Crete	2 ή 3	ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
5	Ανάλυση Τουριστικής Αγοράς Εργασίας στην Κρήτη (1990 - 2020	Tourism Job Market Analysis in Crete (1990 - 2020	2	ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
6	Η φιλική προς τα κατοικίδια εμπειρία φιλοξενίας στην Ελλάδα	The pet friendly hospitality experience in Greece	1 ή 2	ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
7	Τα βήματα κατάστρωσης ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου	Business Plan: How to guide	2	ΓΑΡΕΦΑΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
8	Ευκαιρίες χρηματοδότησης για καινοτόμες νεοφυείς επιχειρήσεις	Funding opportunities for innovative start-ups	2	ΓΑΡΕΦΑΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
9	Απόψεις φοιτητών τμημάτων τουριστικής διοίκησης για την απασχόληση και την επαγγελματική σταδιοδρομία στο εξωτερικό	Students' perceptions of employability and career prospects abroad	2	ΔΗΜΟΥ ΕΙΡΗΝΗ
10	Το Ηράκλειο και η Θεσσαλονίκη ως προορισμοί ψηφιακών νομάδων	Digital Nomad destinations: The case of Heraklion and Thessaloniki	2	ΔΗΜΟΥ ΕΙΡΗΝΗ
11	Διερεύνηση αναγκών σε ειδικότητες και Δεξιότητες των επιχειρήσεων της ΒΙΠΕ Ηρακλείου	Investigation of needs in specialties and Skills of companies of Heraklion Industrial Area	2	ΚΑΘΑΡΑΚΗΣ ΜΙΧΑΛΗΣ

12	'Η γενιά Z ως πελάτες στον χώρο της φιλοξενίας: οι απόψεις τους για την κλιματική αλλαγή, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον τρόπο ζωής. Αναγκαίες προσαρμογές προκειμένου ο κλάδος της φιλοξενίας να ανταπεξέλθει στις αναδυόμενες ανάγκες τους	Generation Z customers in the hospitality market: their views on climate change, social media involvement and way of life. How should the hospitality industry adapt in order to reflect the emerging needs of these new segments of customers	2	ΚΟΤΤΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ
13	Οι Προτιμήσεις και η Ικανοποίηση των Τουριστών της Κρήτης το 2022	Tourists' Preferences and Satisfaction in Crete on 2022	2 ή 3	ΚΟΥΡΓΙΑΝΤΑΚΗΣ ΜΑΡΚΟΣ
14	Η στάση των πελατών απέναντι στην εταιρική κοινωνική ευθύνη των εταιριών τηλεπικοινωνιών	Customers' attitude towards the corporate social responsibility of the telecommunication sector	3	ΚΟΥΡΓΙΑΝΤΑΚΗΣ ΜΑΡΚΟΣ
15	Η επίδραση των ηλεκτρονικών καθοδηγητών γνώμης στην στάση της γενιάς των millennials	The impact of influencers in millennials' attitude	3	ΚΟΥΡΓΙΑΝΤΑΚΗΣ ΜΑΡΚΟΣ
16	Η στάση των καταναλωτών του Ηρακλείου απέναντι στις εμπορικές εφαρμογές επαυξημένης / εικονικής πραγματικότητας	The attitude of consumers in Heraklion towards virtual / augmented reality applications	2	ΚΟΥΡΓΙΑΝΤΑΚΗΣ ΜΑΡΚΟΣ
17	Διερεύνηση των στάσεων φοιτητών διοίκησης και οικονομίας για τα άτομα με αναπηρία	Attitudes of Business and Tourism Management students for people with physical disabilities	2 ή 3	ΚΡΙΤΣΩΤΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
18	Διερεύνηση των απρεπών συμπεριφορών σε εργαζόμενους σε δημόσιο φορέα	Workplace incivility in a public sector service	2 ή 3	ΚΡΙΤΣΩΤΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
19	Μοντέλο βελτιστοποίησης της εξυπηρέτησης πελατών σε υπηρεσία παροχής υπηρεσιών (υποκατάστημα τράπεζας ή ταχυδρομείο) στο Ηράκλειο	Customer service optimization model. A case of a service facility (bank branch or post office) in Heraklion.	2	ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
20	Μοντέλο βελτιστοποίησης της ανάθεσης πελατών σε μονάδες συστημάτων εξυπηρέτησης. Εφαρμογή στον τομέα του τουρισμού	Customer assignment optimization model in service systems units. An application in the tourism industry.	2	ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
21	Διασυνδεσεις του τουριστικού τομέα με την τοπική οικονομία-η περίπτωση της κρήτης	Interfaces tourism sector to the local economy-the case of crete	2	ΜΟΥΔΑΤΣΟΥ ΑΡΓΥΡΩ
22	Τουριστική ανάπτυξη -προβολή της περιφέρειας κρήτης (ανάλυση κατά νομό)	Tourism development - promotion of the region of crete (analysis by prefecture)	2	ΜΟΥΔΑΤΣΟΥ ΑΡΓΥΡΩ
23	Τουρισμός και Οικολογικό αποτύπωμα	Tourism and ecological impression	2	ΞΑΝΘΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
24	Η εκτόπιση ως συνέπεια της Τουριστικής Ανάπτυξης	Displacement as a consequence of Tourism Development	2	ΞΑΝΘΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

25	Αεροπορικές εταιρείες και Τουρισμός	Airlines and tourism	2	ΞΑΝΘΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
26	Ισοζύγιο πληρωμών και ταξιδιωτικές υπηρεσίες	Balance of payments and travel services	1	ΞΑΝΘΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
27	Διαδικασίες επιλογής ανθρώπινου δυναμικού στις επιχειρήσεις	Process of selecting human resources in companies	2	ΠΑΠΑΣΤΕΦΑΝΑΚΗ ΣΟΦΙΑ
28	Διαδικασίες αξιολόγησης ανθρώπινου δυναμικού στις επιχειρήσεις	Process of evaluating human resources in companies	2	ΠΑΠΑΣΤΕΦΑΝΑΚΗ ΣΟΦΙΑ
29	Η συμβολή του ψηφιακού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων στην πράσινη επιχειρηματικότητα	The contribution of digital business transformation to green entrepreneurship	2	ΡΑΓΑΖΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ
30	Η πρόβλεψη της επιβατικής κίνησης στην ελληνική ακτοπλοΐα	The forecasting of passenger traffic in Greek coastal shipping	2	ΣΙΤΖΙΜΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
31	Μια ποσοτική ανάλυση της ικανοποίησης από τη ζωή των φοιτητών της σχολής οικονομίας και διοίκησης του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.	A quantitative analysis of students' life satisfaction at the School of Management and Economics Sciences (HMU)	2	ΣΙΤΖΙΜΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
32	Εφαρμογές του Νευρομαρκετινγκ στο Λιανικό Εμπόριο	Neuromarketing in Retail Industry	2	ΣΧΟΙΝΙΩΤΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
33	Influencer Marketing στην Ελλάδα	Influencer Marketing in Greece	2	ΣΧΟΙΝΙΩΤΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
34	Υπεύθυνη Επιχειρηματικότητα και Παγκοσμιοποίηση: οι προκλήσεις και το διεθνές πλαίσιο	Responsible entrepreneurship and globalization: the challenges and the international framework	2	ΤΑΛΙΟΥΡΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ
35	Διεθνής οργάνωση και κλιματική αλλαγή: το πεδίο συζήτησης για την αειφόρο ανάπτυξη, οι προκλήσεις και οι ευκαιρίες σε επίπεδο επιχειρηματικότητα	International Organization and climate change: the political discourse for sustainable development, the challenges and the opportunities for business sector	2	ΤΑΛΙΟΥΡΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ
36	Σύμβαση δικαιόχρησης	Franchising	2	ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
37	Σύμβαση διοίκησης επιχείρησης	Management	2	ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
38	Πτώχευση τουριστικών επιχειρήσεων	Bankruptcy of touristic sector businesses	2	ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ
39	Η επιταγή ως μέσο πληρωμής	Check as a means of payment	2	ΤΑΜΙΩΛΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ

40	Το σεξ πουλάει; Διερεύνηση των αντιλήψεων των Ελλήνων καταναλωτών για την σεξουαλικότητα στο μάρκετινγκ προϊόντων και υπηρεσιών	Does sex sell? Investigation of Greek consumers' perceptions of sexuality in the marketing of products and services	2	ΤΡΙΧΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
41	Οι επιπτώσεις του Ρωσο-ουκρανικού πολέμου στον τουρισμό της Κρήτης	The impact of the Russia-Ukraine war on tourism in Crete	2	ΤΡΙΧΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
42	Στάσεις και αντιλήψεις των Ελλήνων τουριστών για τη χρήση ρομπότ στην τουριστική και ξενοδοχειακή βιομηχανία	Attitudes and perceptions of Greek tourists about the use of robots in the tourism and hotel industry	2	ΤΡΙΧΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
43	Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλεία επικοινωνίας των Ευρωπαϊκών αεροπορικών εταιρειών. Μία συγκριτική ανάλυση πριν και μετά την πανδημία του COVID-19.	Social media as a communication tool for European airlines. A comparative analysis before and after the COVID-19 pandemic.	2	ΤΡΙΧΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ