ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ - 2025

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: Πάνου Βάια-Ευαγγελία…………………………………………..**

**ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ: 9983202100101…………………………….**

**ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 6940506322………………………………….**

**ΕΜΑΙΛ: valiapanou02@gmail.com…………………………………………………………….**

**Προτεινόμενος τίτλος πτυχιακής** (σύντομος και σαφής)

**Η βιωσιμότητα ως εργαλείο επικοινωνιακής στρατηγικής: Η περίπτωση του H&M στην Ελλάδα**

**Περιγραφή της ερευνητικής πρότασης** (σκοπός της πτυχιακής, προκλήσεις και στόχοι. Συνολικά έως 200 λέξεις.

 Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναδείξει τη χρησιμότητα της βιωσιμότητας ως εργαλείο της επικοινωνιακής στρατηγικής των επιχειρήσεων, αναλύοντας διαφορετικές μεθόδους και τακτικές που έχουν χρησιμοποιηθεί. Για την καλύτερη και πιο εξειδικευμένη ανάλυση των στρατηγικών, θα χρησιμοποιηθεί συγκεκριμένα το παράδειγμα του H&M στο Ελλάδα, στο οποίο θα βασιστεί και το ερευνητικό μέρος.

**Προτεινόμενη Μεθοδολογία Έρευνας**. Ερευνητικά ερωτήματα (2 με 3 ερευνητικά ερωτήματα), μέθοδος προσέγγισης του θέματος (ποσοτική, ποιοτική, ανάλυση περιεχομένου, έρευνα δράση, κλπ.), δείγμα, ενδεικτικό εργαλείο συλλογής δεδομένων.

**Ερευνητικά ερωτήματα:**

**Α)** Κατά πόσο η βιωσιμότητα χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις ως εργαλείο επικοινωνιακής στρατηγικής και πώς συμβάλλει στις πωλήσεις;

**Β)** Κατά πόσο οι καταναλωτές δημιούργησαν θετική εικόνα για την εταιρεία και αύξησαν τις αγορές τους, εξαιτίας αυτών των στρατηγικών;

**Μέθοδος προσέγγισης:** Ποσοτική έρευνα-ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού & ανοιχτού τύπου με το εργαλείο Google Forms

**Δείγμα:** Γυναίκες και Άντρες 18-40

**Ενδεικτική βιβλιογραφία** μελέτης αναφορικά με το θέμα. Τουλάχιστον πέντε βασικές αναφορές για μελέτη .

1. Defining Strategic Communication (Kirk Hallahan, Derina Holtzhausen, et. Al,2007).
2. Μέθοδοι Κοινωνικής Έρευνας-Alan Bryman (2017)
3. Sustainability. Retrieved from: [Sustainability | United Nations](https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability#:~:text=In%201987%2C%20the%20United%20Nations,to%20meet%20their%20own%20needs.%E2%80%9D)
4. Greenwashing. Retrieved from: [Greenwashing – the deceptive tactics behind environmental claims | United Nations](https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/greenwashing#:~:text=By%20misleading%20the%20public%20to,delay%20concrete%20and%20credible%20action.)
5. TUTEN L. TRACY, SOLOMON R. MICHAEL (2016). SOCIAL MEDIA MARKETING