



**Ανώτατο Εκπαιδευτικό
Ίδρυμα
Πειραιά Τεχνολογικού Τομέα
Τμήμα Ηλεκτρονικών
Μηχανικών Τ.Ε.
Σ.Τ.ΕΦ**

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην προώθηση ηλεκτρονικών προϊόντων – Θετικές, αρνητικές επιπτώσεις

Πτυχιακή Εργασία

**Φοιτητές: Σβετοσλάβ Τζίνσκι, ΑΜ:39649
Σταυρούλα Βροντάκη, ΑΜ: 39024**

Επιβλέπων Καθηγητής

**Απόστολος Κοκκόσης
Λέκτορας**



**Piraeus University Of
Applied Sciences Department
Of Electronics Engineering**

The use of social media in promoting electronic products - positive, negative impacts

Degree Thesis

**Students: Svetoslav Dzhinski, Reg Number: 39649
Stavroula Vrontaki, Reg Number: 39024**

Supervisor

**Apostolos Kokkosis
Lecturer**

Περίληψη

Στις μέρες μας η χρήση της τεχνολογίας αναμφίβολα κατέχει ένα σημαντικό κομμάτι του χρόνου των ανθρώπων ημερησίως. Η εύκολη πρόσβαση και η πληθώρα των μέσων και υπηρεσιών που είναι διαθέσιμα στο κοινό έχουν εδραιώσει συνήθειες κοινωνικού χαρακτήρα οι οποίες εξελίσσονται ραγδαία επηρεάζοντας ολοένα και περισσότερους τομείς του σύγχρονου ανθρώπου. Σε αυτό σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Παλαιότερα οι πλατφόρμες αυτές κάλυπταν ψυχολογικές, εγωιστικές και κοινωνικές πτυχές του χρήστη. Πλέον έχουν αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να προσφέρουν εργαλεία ψυχαγωγίας, δημιουργικότητας και κάλυψης αναγκών σε προϊόντα και υπηρεσίες. Η επικρατέστερη τάση της εποχής είναι η ανάπτυξη των αγοραπωλησιών μέσω διαδικτύου και ιδιαίτερα μέσω των πλατφόρμων κοινωνικής δικτύωσης. Κατ'αντιστοιχία είναι αναγκαία μία ερευνητική προσέγγιση του φαινομένου και η ανάλυση της τάσης εν γένει που θα προσφέρει μία σφαιρική και ολιστική εικόνα στον αναγνώστη. Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελεί μία παρουσίαση του φαινομένου προώθησης ηλεκτρονικών προϊόντων μέσα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά λοιπόν παρουσιάζοντας τις βασικές έννοιες η προσέγγιση του φαινομένου αυτού ξεκινάει από το υπό μελέτη μέσο με το οποίο αλληλεπιδρά ο χρήστης και έπειτα οι δράσεις των χρηστών καθαυτές. Παράλληλα παρουσιάζονται τόσο η εξέλιξη που επιτρέπει στους χρήστες να προωθούν προϊόντα διαδικτυακά διαμέσου πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, όσο και οι τάσεις της αγοράς που έχουν δημιουργηθεί από το φαινόμενο αυτό. Έπειτα για να ολοκληρωθεί η παρατήρηση αφού έχουν αναλυθεί οι παραπάνω πτυχές δεν θα μπορούσε να παραλειφθεί και η σκοπιά του χρήστη. Έτσι παρουσιάζεται και πρωτογενής έρευνα για τη ολοκληρωμένη μελέτη της προώθησης ηλεκτρονικών προϊόντων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη σύγχρονη εποχή. Είναι σημαντική η μελέτη των τάσεων και φαινομένων που επικρατούν στην καθημερινότητα με στόχο πάντοτε τόσο την αντικειμενική σκοπιά και κατανόηση της καθημερινότητας, όσο και για την συμβολή στο επιστημονικό έργο.

Abstract

Nowadays the technology usage has, without any doubt, the most important part of the human's everyday life. The easy access and the variety of media and services that are available to the public have established habits with social character mostly, however they are evolving rapidly influencing increasingly affecting the human life of a modern person. Social platforms play an important role in this. Earlier these kind of platforms were covering psychological, selfish and social aspects of the user. Now they have been evolved to such an extent that they offer entertainment, creativity and product-service needs. The prevailing trend of the time is the growth of online trading and especially through social networking platforms. Correspondingly, a research approach to the phenomenon and a trend analysis in general will be needed to provide a holistic image to the reader. This dissertation is a presentation of the phenomenon of promoting electronic products through social networking platforms. By presenting the basic concepts, the approach of this phenomenon starts with the understudy social media that interacts the users acts and the users themselves. Alongside are presented the evolution that allows the users to promote products through social network platforms, as long as the market trends that have been created from this phenomenon. Then to complete the observation after having analyzed the above aspects, the user's perspective could not be omitted. Thus, a primary research is also presented for the complete study of the promotion of electronic products by means of social networking in modern times. It is really important to study the trends and phenomena that prevail in everyday life, aiming at both the objective and the understanding of it as well as the contribution to the scientific work.