



Τεχνολογικό  
Πανεπιστήμιο  
Κύπρου

Σχολή Καλών και  
Εφαρμοσμένων Τεχνών

**Πτυχιακή εργασία**

**‘Ψηφιακό μάρκετινγκ: Η συμβολή του Instagram στις  
σύγχρονες επιχειρήσεις’**

**Παναγιώτης Κωνσταντίνου**

**Λεμεσός, Απρίλιος 2020**



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

Πτυχιακή εργασία

‘ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ  
INSTAGRAM ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ’

του Παναγιώτη Κωνσταντίνου

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Αντρέας Λαγός

Λεμεσός, Απρίλιος 2020

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Παναγιώτης Κωνσταντίνου, 2020

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέπων επιτηρητή της πτυχιακής εργασίας μου Δρ. Αντρέα Λαγό για την βοήθεια και πληροφορίες που μου παρείχε κατά την διάρκεια της έρευνάς μου. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συμμετέχοντες για τον χρόνο που αφιέρωσαν για τις συνεντεύξεις αυτό το δύσκολο διάστημα που επικρατεί με την πανδημία, έτσι ώστε να μπορεί να υλοποιηθεί η παρούσα μελέτη.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τον τελευταίο καιρό η άνοδος των κοινωνικών μέσων δικτύωσης αποτελεί μια πραγματικότητα η οποία έχει επηρεάσει όχι μόνο την καθημερινότητα των ανθρώπων αλλά σε κάποιο βαθμό και τις επιχειρηματικές ρουτίνες και δραστηριότητες. Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το ζήτημα της χρήσης του Instagram ως εργαλείο μάρκετινγκ για τις σύγχρονες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο. Η εργασία χωρίζεται σε δύο ενότητες, όπου η πρώτη περιλαμβάνει το θεωρητικό πλαίσιο, δηλαδή την ανασκόπηση ερευνών που έχουν διεξαχθεί γύρω από το μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, της συμπεριφοράς των χρηστών, τα πλεονεκτήματα που προσφέρει αυτό το νέο είδος μάρκετινγκ και τις προκλήσεις για τις εταιρείες στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μάρκετινγκ και η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει την έρευνα και την ανάλυση αυτής. Η έρευνα έγινε μέσω συνεντεύξεων που έδωσαν 11 επιχειρηματίες, οι οποίοι ερωτήθηκαν σχετικά με τη χρήση του Instagram και των υπολοίπων μέσων κοινωνικής δικτύωσης που κάνουν στα πλαίσια του μάρκετινγκ, καθώς και τις προοπτικές που εκτιμούν ότι έχουν και θέματα που εφαρμόζουν στην πρακτική εφαρμογή από τους ίδιους.

**Λέξεις κλειδιά:** Instagram, Facebook, Κοινωνικά Μέσα Δικτύωσης, Μάρκετινγκ

## **ABSTRACT**

Recently, the rise of Social Media is a fact that has affected not only people's daily lives but to some extent their business routines and activities. This paper addresses the issue of using Instagram as a marketing tool for modern businesses operating in Cyprus. The paper is divided into two separate sections, which the first includes the theoretical framework, i.e. the review of research conducted around marketing through Social Media, user behavior, the benefits of this new type of marketing and the challenges for companies in the use of Social Media marketing and the second part includes research and its analysis. The research was conducted through interviews with 11 entrepreneurs, who were asked about the use of Instagram and other Social Media in the context of their marketing, as the prospects and issues related to their practical application.

**Keywords:** Instagram, Facebook, Social Media, Marketing