

2026-02

User-Generated
 (UGC) Content
 on Instagram:
 A Study on
 the Impact of
 Influencer
 Marketing on
 Brand Perception
 and Purchase
 Intentions

© 2026

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of the author.

<http://hdl.handle.net/11728/13522>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository



Σχολή Οικονομικών Διοίκησης και Πληροφορικής

**Ο ρόλος του User-Generated Content (UGC) στην
καταναλωτική εμπειρία μετά την αγορά στον τομέα των
καλλυντικών στο Instagram: Αντίληψη αυθεντικότητας,
εμπιστοσύνης, μείωση γνωστικής ασυμφωνίας και πηγή
πληροφόρησης**

Αλ Μουχτασέπ Χανίν

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Κόντης Αλέξιος-Πατάπιος

Φεβρουάριος/2026



Σχολή Οικονομικών Διοίκησης και Πληροφορικής

Ο ρόλος του User-Generated Content (UGC) στην καταναλωτική εμπειρία μετά την αγορά στον τομέα των καλλυντικών στο Instagram: Αντίληψη αυθεντικότητας, εμπιστοσύνης, μείωση γνωστικής ασυμφωνίας και πηγή πληροφόρησης

Διπλωματική εργασία η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση Μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφου

Αλ Μουχτασέπ Χανίν

Μέλη της επιτροπής: Δρ. Μαρία Π. Ντουμή, Δρ. Σοφοκλής Σκούλτσος

Φεβρουάριος/2026

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Χανίν Αλ Μουχτασέπ, 2026

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Πανεπιστημίου Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Κατάλογος Πινάκων/Διαγραμμάτων.....	v
Πρόλογος και ευχαριστίες.....	vii
Περίληψη	viii
Abstract.....	x
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή.....	1
1.1 Παρουσίαση Προβληματικής.....	1
1.2 Στόχος Διπλωματικής Εργασίας.....	2
1.3 Καινοτομία της Διπλωματικής Εργασίας.....	3
1.4 Ερευνητικά Ερωτήματα και Υποθέσεις	3
1.5 Επισκόπηση Μεθοδολογίας	4
Κεφάλαιο 2: Θεωρητική Θεμελίωση / Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	4
2.1. Εισαγωγή στην Έννοια του UGC και του Instagram.....	4
2.2. Ο Ορισμός του Ταξιδιού του Πελάτη και το Ερευνητικό Κενό στον Ρόλο του UGC στην Μετααγοραστική Φάση.....	5
2.3. Χαρακτηριστικά του UGC	6
2.3.1 Η Αυθεντικότητα του UGC και η Ανεμπορική Φύση του.....	6
2.3.2 Η Ειλικρίνεια του UGC.....	6
2.3.3 Η Ποιότητα του UGC	7
2.3.4 Η Αξιοπιστία του UGC	7
2.3.5 Ο Ενημερωτικός Χαρακτήρας του UGC	8
2.3.6. Η Αλληλεπίδραση των Χρηστών στο UGC	8
2.4 Η Επίδραση των Χαρακτηριστικών του UGC στην Εμπιστοσύνη προς τη Μάρκα	9
2.5 Διαφορετικοί τύποι UGC στη βιομηχανία καλλυντικών.....	10
2.6 Σύνθεση Βιβλιογραφίας και Ερευνητικό Κενό-Πρώτο Ερευνητικό Ερώτημα	10
2.7 Η Επίδραση του UGC στη Γνωστική Ασυμφωνία και στη Σιγουριά του Πελάτη.....	11
2.7.1 Η Θεωρία της Γνωστικής Ασυμφωνίας.....	11
2.7.2 Η Αβεβαιότητα στη Βιομηχανία καλλυντικών.....	12
2.7.3 Ο Ρόλος του UGC στη Μείωση της Γνωστικής Ασυμφωνίας	12
2.7.4 Μείωση της Αβεβαιότητας μέσω της Έκθεσης στο Διαδίκτυο	13
2.8 Σύνθεση Βιβλιογραφίας και Ερευνητικό Κενό-Δεύτερο Ερευνητικό Ερώτημα.....	14
2.9 Η Χρήση του UGC ως Πηγή Πληροφόρησης.....	15
2.9.1 Η Τεχνολογική Εξέλιξη και οι Αλλαγές στον Τρόπο με τον Οποίο Καταναλωτές Αναζητούν Πληροφορίες.....	15
2.9.2 Ο Ρόλος του UGC ως Πηγή πληροφόρησης στη Διαμόρφωση Αντιλήψεων	15
2.9.3 Γενεακές διαφορές στην Αναζήτηση Πληροφοριών στο Instagram.....	16
2.9.4 Ο Ρόλος του UGC ως Πηγή Πληροφόρησης στο Στάδιο της Προαγοράς.....	16

- Κοινωνικο-οικονομική αξιολόγηση επενδύσεων και πολιτικών (Α' τόμος) .
- Περιβάλλον και βιώσιμη ανάπτυξη .
- Σύγχρονη πολιτική και διακυβέρνηση .
- Συγκριτική πολιτική και διακυβέρνηση (3η εκδ., Γ. Ε. Χρηστίδης, Μετφρ.) .
- Διαχείριση έργων πληροφορικής (2η ελληνική επανέκδ.) .

ñ! !.

- Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση στην Ελλάδα: Επιτυχίες, προβλήματα και ο δρόμος προς τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

0) & 11 ú !.3 .

ύ .

- Public policymaking: An introduction
- An introduction to the policy process: Theories, concepts, and models of public policy making
- An introduction to the policy process: Theories, concepts, and models of public policy making
- Principles of Geographical Information Systems

- Public Policy Analysis (6th edition)

- Understanding public policy
- Implementing public policy: An introduction to the study of operational governance
- Agendas, alternatives, and public policies
- Agendas, alternatives and public policies
- Geographic information science and systems
- Real-time data analytics for smart cities
- Theories of the policy process
- Digital transformation in European public services: Complexities, challenges, and good practices
- GIS and evidence-based policy making

ñ! !.

- Water leakage detection using remote sensing, field spectroscopy and GIS in semiarid areas of Cyprus
- Agenda setting in public policy
- Encyclopedia of public policy

- ~~XXXXXX~~ Digital transparency and the usefulness for open government. ~~XXXX~~
~~XXXX~~ ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~
- ~~XXXX~~ The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, ~~XXXX~~ ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~
- ~~XXXX~~ A review on GIS in irrigation and water management. ~~XXXX~~ ~~XXXX~~
~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~ ~~XXXX~~
- ~~XXXXXX~~ Integrated flood hazard mapping in the framework of the E.U. directive on the assessment and management of flood risks. Fresenius Environmental Bulletin, ~~XXXX~~
~~XXXX~~
[XXXX](#) ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~
- ~~XXXX~~ Multisource spatial data integration for use cases. ~~XXXX~~
~~XXXX~~ ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~
- ~~XXXX~~ The politics of policy design. EURO Journal on Decision Processes, ~~XXXX~~
~~XXXX~~ ~~XXXX~~
[XXXX](#) ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~
- ~~XXXXXX~~ GIS constructed water monitoring network system via IoT for smart water management. ~~XXXX~~
~~XXXX~~ ~~XXXX~~
~~XXXX~~ ~~XXXX~~
[XXXX](#), ~~XXXX~~ ~~XXXX~~
- ~~XXXXXX~~ Four very basic ways to think about policy in implementation science. ~~XXXX~~
~~XXXX~~
[XXXX](#) ~~XXXX~~ ~~XXXX~~ ~~XXXX~~, ~~XXXX~~

