

Πιθανά θέματα διπλωματικών εργασιών: Δάνος Παπαδόπουλος

Product Design:

1) Ηλεκτροκίνητο αυτοκίνητο.

Το πετρέλαιο θα σωθεί. Είναι θέμα χρόνου, περίπου μέχρι το 2050. Το σημερινό αυτοκίνητο δεν έχει μέλλον.

Το Ηλεκτρικό Αυτοκίνητο (ΗΑ) χρησιμοποιεί την [ηλεκτρική ενέργεια](#) που αποθηκεύεται σε επαναφορτιζόμενες συστοιχίες συσσωρευτών. Τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα χρησιμοποιούν [ηλεκτρικούς κινητήρες](#) αντί των [μηχανών εσωτερικής καύσης](#) (ΜΕΚ).

Αντιθέτως, τα αυτοκίνητα που χρησιμοποιούν και τα δύο (ηλεκτρικές μηχανές και ΜΕΚ) καλούνται [υβριδικά αυτοκίνητα](#) και συνήθως δεν θεωρούνται καθαρά ΗΑ. Τα αυτοκίνητα με τις μπαταρίες που μπορούν να φορτιστούν και να χρησιμοποιηθούν χωρίς ΜΕΚ καλούνται «βυσματωτά» ηλεκτρικά οχήματα, και είναι καθαρά ΗΑ, ενώ δεν καταναλώνουν καύσιμα. Τα ΗΑ είναι συνήθως [αυτοκίνητα](#), ελαφριά φορτηγά, ποδήλατα, ηλεκτρικά μηχανικά [δίκυκλα](#), μικρά οχήματα γκολφ, ανυψωτικά (forklifts) και παρόμοια. Τα ΗΑ ήταν μεταξύ των αυτοκινήτων που εμφανίστηκαν από τις πρώτες μέρες της αυτοκίνησης και έχουν υψηλότερο συντελεστή ενεργειακής απόδοσης από όλα τα αυτοκίνητα εσωτερικής καύσης.

Σχεδιασμός ενός Modular Electric Kit Car, fun car, baggie κλπ.

2) Μπάνιο, ο τόπος των ονείρων.

Πως θα μπορούσε να σχεδιαστεί ένα μπάνιο για να μεταμορφωθεί σε χώρο απόλαυσης, ψυχαγωγίας, ανακούφισης, συνάντησης, επικοινωνίας κλπ;

3) Yacht: Διαδραστικά συστήματα για εφαρμογή σε σκάφη αναψυχής και αγώνων θαλάσσης.

Τι χρειάζονται τα πληρώματα κάτω από ειδικές έως δυσμενείς συνθήκες;

Συστήματα επικοινωνίας, ασφάλειας, και τι άλλο; Τι υπάρχει, τι θα μπορεί να σχεδιαστεί;

4) Δημόσιος χώρος

Public Design : Πλατεία, παιδική χαρά, πεζόδρομος, στάσεις metro/ τραμ/ λεωφορείου, δημόσια parking μεγάλης χωρητικότητας για δίκυκλα ή άλλα εναλλακτικά μέσα μετακίνησης. Ο δημόσιος χώρος μετακίνησης ανήκει πρώτα απ' όλα στο αυτοκίνητο. Ο λίγος χώρος που απομένει πρέπει να επεκταθεί για να μη χαθεί κάποτε τελείως. Η υπεροχή του αυτοκινήτου πρέπει να υποχωρήσει, και η θέση του πεζού να αναβαθμιστεί.

5) ATM

Αυτόματη παροχή χρημάτων, και άλλων υπηρεσιών τράπεζας χωρίς προσωπικό, σε 24ωρη βάση.

Το ζητούμενο είναι ένα σύστημα με μεγάλες πιθανότητες βελτίωσης του σημερινού ATM, προς τα μέσα και προς τα έξω. Το μέσα εννοεί τα σημεία τομής προς την τράπεζα, και το έξω εννοεί τον χώρο, ασφάλεια του πελάτη, απλοποίηση της πλοήγησης κα.

6) Σχεδιασμός ποδηλάτου με ιδιότητες σαν πραγματική εναλλακτική λύση, πχ ηλεκτρο-υποστηριγμένο υβρίδιο για την αποσυμφόρηση των αστικών κέντρων.

7) Στερεά ή φουσκωτά σκάφη θαλάσσης σε άμεση συνεργασία με κατασκευαστές.

8) Κινητός εξοπλισμός σπιτιού.

Από sidecar για barbeque, κινητή κουζίνα, μέχρι μέρη του εσωτερικού αρχιτεκτονικού χώρου (λειτουργικός τοίχος).

Εννοεί έπιπλα σαν αντικείμενα δυνατότητας πολλαπλής διαμόρφωσης του χώρου, με προσανατολισμό το μικρό σπίτι και τους περιορισμούς του.

9) Σκουπίδια και Recycling.

Πως μπορούμε να μετατρέψουμε τον χώρο των κάδων απορριμμάτων σε χώρο συνάντησης, επικοινωνίας και ευχαρίστησης;

Ένα environment με τα σκουπίδια απ' τη μια, και το cafe και εστιατόριο από την άλλη σαν αρμονική συμβίωση αντιθέσεων;

10) Τα στοιχεία της φύσης

Νερό, αέρας, φωτιά, γη. Κάθε τίτλος ανοίγει αρκετούς υποτίτλους (θέματα). Πχ Αέρας= αιολικά συστήματα, Φωτιά= ηλιακά συστήματα κα.

11) Container.

Ένας κενός χώρος διαστάσεων 12μ X 2,3μ X 2,7μ. Μετακινούμενος και ενταγμένος σε ένα τεράστιο σύστημα μεταφορών. Σε τι άλλο θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε το αντικείμενο αυτό και το σύστημα του;

11) Bauhaus – Memphis.

Μια θεωρητική εργασία. Η σοβαρότητα συναντά την ανατροπή της. Δύο κινήματα στην αρχή και το τέλος του 20^{ου} αιώνα. Είναι το Memphis η συνέχεια του Bauhaus και η συμπλήρωση του, ή ο αντίποδας και εκτελεστής του;

Θέματα Branding.

1) Εταιρική ταυτότητα και σχεδίαση ενός συγκεκριμένου project.

Παρόμοια εργασία με αυτήν του αντίστοιχου μαθήματος, με πολύ μεγαλύτερη έρευνα σε βάθος, κριτική επισκόπηση, πρόταση μεθόδου έρευνας και σχεδίασης. Αξιολογούνται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτής της διαδικασίας, τόσο για την εταιρεία ή τον οργανισμό, όσο και για τους καταναλωτές και καταλήγουν σε μια στρατηγική πρόταση και στη συνέχεια σε ένα case study μιας υπαρκτής ή μη εταιρίας.