



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

24.07.2024

PRESIDENTE

Nicoletta Cavazza

VICE PRESIDENTE

Vanni Codeluppi

Componente (segretaria)

Anna Rita Graziani

Componente

Nicola Maria Dusi

Componente

Maria Grazia Iocca

Componente

Isabella Morlini

Componente

Anna Francesca Pattaro

Ospite

Fabio Muzzio

collegato da remoto

Ospite

Alessandro Savoia

Ospite

Stefano Susi

Supplente

Massimo Neri

Supplente

Massimiliano Panarari

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Digital Marketing: 19

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 40

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 18

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 1

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 2

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 5

TURNO 1: ORE 9.00 AULA MAGNA

Corso di Laurea in DIGITAL MARKETING				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	165437	IL FENOMENO DEGLI INFLUENCER NELL'ERA DIGITALE	SILVIA	GRAPPI
2	165453	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA AL DIGITAL MARKETING	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
3	165767	PIANIFICAZIONE STRATEGICA, BRANDING E ANALISI SUI COMPETITORS. CASO DI STUDIO SUL LANCIO DELL'E-COMMERCE DALLARA	SILVIA	GRAPPI
4	166000	SINERGIA TRA AUDIOVISIVO E DATA SCIENCE: INNOVAZIONI E PROSPETTIVE	MARCO	FURINI
5	165442	STARTUP E INNOVAZIONE: L'IMPORTANZA DEGLI INCUBATORI NELL'ECOSISTEMA IMPRENDITORIALE	FABIO / CLAUDIO	MUZZIO / VENEZIA
6	165773	VITANOVA COUTURE: LA CREAZIONE DEL FASHION BRAND E L'IMPLEMENTAZIONE DELLA STRATEGIA DI MARKETING DIGITALE CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
7	165016	IL SUPPORTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL DIGITAL MARKETING	FABIO	MUZZIO
8	166570	MODELLARE LE STRATEGIE AZIENDALI ATTRAVERSO I DATI: CONNESSIONE TRA TEORIA E BEST PRACTICE	SILVIA	GRAPPI
9	165770	L'IMPATTO DEL DIGITAL MARKETING SUL SETTORE CALZATURIERO: STUDIO DELLE STRATEGIE DI FIDELIZZAZIONE E CUSTOMER CARE	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
10	166142	INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA FASHION INDUSTRY: APPLICAZIONI PER RENDERE IL SETTORE PIÙ SOSTENIBILE	SILVIA / PAOLO	GRAPPI / CONFORTINI
11	166145	EXPLORING THE IMMERSIVE COSMOS: EXTENDED REALITIES AS DRIVERS FOR MARKETING EXPERIENCE AND BUSINESS INNOVATION	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
12	165772	SOSTENIBILITÀ APPLICATA ALL'E-COMMERCE E AL DIGITAL MARKETING: STRATEGIE E VANTAGGI PER LA REALIZZAZIONE DI UN BUSINESS RESPONSABILE	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
13	165997	LEAD GENERATION ATTRAVERSO IL SOCIAL ADVERTISING	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
14	166554	L'EVOLUZIONE DELLA PROFILAZIONE NEL WEB: UNA NUOVA ERA SENZA COOKIE DI TERZA PARTE	SILVIA / STEFANO	GRAPPI / SUSI
15	165193	MIDI, L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA ALLA GENERAZIONE DI MUSICA	MARCO	FURINI
16	165989	PRODUCT PLACEMENT IN FILM E SERIE TV	MARCO	FURINI
17	166001	STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E SOCIAL MEDIA: IL TIROCINIO IN HEROESTUDIO	SILVIA	GRAPPI
18	165452	L'UNIVERSITÀ COME ATTORE NELLA NASCITA DELLE STARTUP - UN CONFRONTO TRA ITALIA E NORVEGIA	FABIO / CLAUDIO	MUZZIO / VENEZIA

19	165769	L'USO DEL CRM E DELLA MARKETING AUTOMATION IN PREPARAZIONE AL SALONE DEL MOBILE DI MILANO: CASO CALLIGARIS	SILVIA	GRAPPI
Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
20	154399	GUERRILLA MARKETING	ROBERTO	RAVAZZONI
21	148505	STRATEGIE DI MARCA DELLA GDO	ROBERTO	RAVAZZONI
22	158587	IL MARKETING ESPERIENZIALE: IL SUCCESSO DEL VISUAL MERCHANDISING NEI PUNTI VENDITA OBI	PAOLO	DI TOMA
23	154328	ANALISI DEI BENEFICI DELLE SOCIETÀ COOPERATIVE NEL CONTESTO CONTEMPORANEO: ESPERIENZA DI TIROCINIO PRESSO LA SOCIETÀ COOPERATIVA COOP. TEMPO LIBERO	ANNA FRANCESCA	PATTARO
24	165330	IL COMMERCIO EQUO E SOLIDALE: FAIR TRADE, ANALISI DEL CONTESTO E STUDIO DEL CASO "ALTROMERCATO"	FRANCO	TORELLI
25	173826	SETTIMANA CORTA E IL SUO IMPATTO SUL WORK-LIFE BALANCE	MATTEO	RINALDINI
26	170110	SPONSORIZZAZIONE NEL CALCIO: UN'ANALISI DEI CONTRATTI TRA BRAND DI LUSO E SQUADRE DI CALCIO	FRANCESCA	BENATTI
27	154101	IL RUOLO DEL CONSUMATORE NELLA CREAZIONE DEL SERVIZIO AL TEMPO DEL "COVID"	FRANCO	TORELLI
28	153957	PREVENZIONE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO. LA GESTIONE DEI RISCHI: IL RISCHIO ERGONOMICO. IL CASO DELL'AZIENDA DONALDSON ITALIA S.R.L.	MATTEO	RINALDINI
29	141784	COME È CAMBIATO IL RETAIL A SEGUITO DELLA DIGITALIZZAZIONE: RETAIL 4.0	ROBERTO	RAVAZZONI

TURNO 2: ORE 9.30 AULA MAGNA

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	135733	L'IMPORTANZA DEL DATA MANAGEMENT NEL PROCESSO DECISIONALE AZIENDALE	PAOLO	DI TOMA
2	158187	L'ESPERIENZA DI TIROCINIO E L'ANALISI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA DI SALUMIFICIO MEC PALMIERI S.P.A.	PAOLO	LASAGNI
3	165317	PROCESSO DI REBRANDING: IL CASO PROBIOS	VERONICA	GABRIELLI
4	166119	LE DONNE NELLA PUBBLICITÀ: DALLA DISCRIMINAZIONE ALL'EMPOWERMENT FEMMINILE	LEOPOLDO	VIGNUDELLI
5	170384	STRATEGIE DI BRANDING E DISPARITÀ: UN'ANALISI DELL'ACCESSO LIMITATO AI PRODOTTI COSMETICI PER LE DONNE NERE	PAOLO	LASAGNI
6	158545	INNOVAZIONE COME STRUMENTO DI DIFFERENZIAZIONE: INTEGRAZIONE DELLA FUNZIONE COMUNICATIVA E IMPATTO PROFESSIONALE IN UNO STUDIO LEGALE E TRIBUTARIO	MASSIMO	NERI

7	154001	L'IMPORTANZA DELLA CULTURA ORGANIZZATIVA PER AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO: METODOLOGIA DELLE 5S	FABRIZIO	MONTANARI
8	154319	START UP E FINTECH: UNA STORIA DI INNOVAZIONE ITALIANA, IL CASO SATISPAY	ANNA FRANCESCA	PATTARO
9	165704	IL MARCHIO D'IMPRESA: LEGISLAZIONE E RAPPORTI CON GLI ALTRI SEGNI DISTINTIVI	LEOPOLDO	VIGNUDELLI
10	161565	SOUND BRANDING: NUOVE OPPORTUNITÀ NELLA COMUNICAZIONE DI MARCA	MARCELLO	TEDESCHI
11	154361	LA CULTURA ORGANIZZATIVA E LE DINAMICHE RELATIVE AD UN POSSIBILE CAMBIAMENTO CULTURALE	FABRIZIO	MONTANARI
12	165702	IMPATTO SOCIALE ED ECONOMICO DELLO SMART WORKING	MATTEO	RINALDINI
13	159844	ALTA MODA: L'ARTIGIANATO NELL'ERA DELLA DIGITALIZZAZIONE	PAOLO	LASAGNI
14	158245	L'ANALISI DI BILANCIO NEL SETTORE COSMETICO: IL CASO VERALAB	PAOLO	DI TOMA
15	147443	COMUNICAZIONE DI GENERE E GENDER MARKETING: IL CASO DI TIM ITALIA	FRANCO	TORELLI
16	165322	NAVIGARE VERSO IL FUTURO: IL MODELLO ORGANIZZATIVO TEAL TRA TEORIA E PRATICA	LEONARDO	POMPA
17	154360	ANALISI DEI SISTEMI DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO E DELLE STRATEGIE DI MARKETING APPLICABILI ALLE PMI	ANNA FRANCESCA	PATTARO
18	132618	LE STRATEGIE DI MARKETING NELLA RACCOLTA FONDI NON PROFIT ATTRAVERSO L'EVOLUZIONE TECNOLOGICA	MATTEO	RINALDINI
19	147537	IL COMPORTAMENTO ORGANIZZATIVO E I PROCESSI DECISIONALI IN TEC-EUROLAB	FABRIZIO	MONTANARI
20	159758	L'EVOLUZIONE DEL MERCATO AGRICOLO IN PERIODO DI CRISI: GLI EFFETTI SUL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO E SULL'E-COMMERCE	FRANCO	TORELLI
21	154124	COME AFFRONTARE IL TURNOVER E MIGLIORARE L'IMPEGNO DEI DIPENDENTI. IL CASO DI UN'AZIENDA DI ALLESTIMENTO FIERISTICO	FABRIZIO	MONTANARI
22	146350	IL MARKETING AUTOMOTIVE	ROBERTO	RAVAZZONI
23	154074	DIGITAL REPUTATION MANAGEMENT	LEONARDO	POMPA
24	174687	INDUSTRIA 5.0 E LE SUE APPLICAZIONI NEI FASHION LUXURY BRANDS: IL CASO GUCCI	PAOLO	LASAGNI
25	154756	MARKETING ESPERIENZIALE NEL MERCATO DEL LUSO	FRANCO	TORELLI

TURNO 3: ORE 10.00 AULA MAGNA

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	130583	IL GRUPPO CREDEM E LE COMPAGNIE CREDEMVITA E CREDEMASSICURAZIONI; LA COMUNICAZIONE, SVILUPPO TECNOLOGICO E DIGITALE	PAOLO	LASAGNI
2	143156	IL COMMERCIO ONLINE DI ARTICOLI RELIGIOSI E ARTE SACRA: IL CASO HOLYART	PAOLO	LASAGNI
3	158470	COMUNICAZIONE AZIENDALE E SOCIAL MEDIA: IL RUOLO CRUCIALE DEGLI INFLUENCER	PAOLO	LASAGNI

4	57838	GREENWASHING: CASI E CONSEGUENZE	MICHELE	MARIANI
5	147212	L'IMPATTO DEI SOCIAL MEDIA SULLA SALUTE MENTALE: UN'ANALISI DELL'INTERAZIONE TRA IDENTITÀ VIRTUALE E REALE	MICHELE	MARIANI
Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
6	129076	LIBRI E LETTORI NELL'ERA DELLE PIATTAFORME SOCIAL	FABIO	MUZZIO
7	154882	EMBARGO AMERICANO A CUBA: CAUSE, EFFETTI E POSSIBILI SCENARI FUTURI	GIANNI	LA BELLA
8	154536	LA NASCITA E L'EVOLUZIONE DEI SOCIAL NETWORK, YOUTUBE E L'IMPATTO DELLA COMUNICAZIONE NELLE RETI SOCIALI: IL CASO CLIOMAKEUP	ILARIA	BAGHI
9	154446	INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA: TEXT-TO-IMAGE, TEXT-TO-VIDEO E IMPLICAZIONI ETICHE, SOCIALI E GIURIDICHE	MARCO	FURINI
10	165137	PERCHÉ MANGIAMO QUELLO CHE MANGIAMO: IL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO LEGATO AL CONSUMO DI CIBO BIOLOGICO	ANNA RITA	GRAZIANI
11	173819	LO SVILUPPO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL PANORAMA MEDIATICO CONTEMPORANEO E I SUOI POSSIBILI EFFETTI SUL FUTURO	FEDERICO	MONTANARI
12	165849	IL MARKETING ESPERIENZIALE: L'EVENTO COME STRUMENTO DI MARKETING	ILARIA	BAGHI
13	148223	EFFICACIA E NECESSITÀ DELLA COMUNICAZIONE PER LO SVILUPPO DI STRATEGIE DI BRANDING PERSONALIZZATO: STUDIO DEL CASO GIBI	FABIO	MUZZIO
14	154728	LA SOSTENIBILITÀ NEI BRAND DI LUSO. CASE STUDIES: GUCCI E DIOR	ILARIA	BAGHI
15	154827	SOTTOPONTE: FABULAZIONE, RIGENERAZIONE E AUDIENCE DEVELOPMENT ATTRAVERSO LE ARTI PERFORMATIVE	DAMIANO	RAZZOLI
16	147159	RACCONTARE FAVOLE. FIABE E PUBBLICITÀ: UN'ANALISI SEMIOTICA	RUGGERO	RAGONESE
17	154537	SOCIAL MEDIA: TRA LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E DISCORSI D'ODIO	MARCO	MARIANI
18	170034	EVOLUZIONE DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE: DAL PASSATO, AL PRESENTE E ALLA PROSPETTIVA FUTURA	CRISTINA	GUARDIANO
19	165554	MARKETING E TURISMO	ILARIA	BAGHI
20	154992	L'EVOLUZIONE DELLA DISTRIBUZIONE TELEVISIVA IN ITALIA: GLI EFFETTI SOCIALI SUI MINORI E L'AVVENTO DEL DIGITALE	FABIO	MUZZIO
21	154499	ALMARECRUITING™: IL SUCCESSO E LE STRATEGIE COMUNICATIVE DI ALMAGROUP	FEDERICO	MONTANARI
22	154514	LA COSTRUZIONE DEL REGIME FASCISTA DAL 1925 AL 1928	GIANNI	LA BELLA
23	136020	RECENSIONI ONLINE, L'INFLUENZA SULLA DECISIONE DELL'UTENTE NEL SETTORE DEL TURISMO	MICHELE	MARIANI

TURNO 4: ORE 10.45 AULA D0.2 (ex Aula 1)**Corso di Laurea Magistrale in
ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
1	173435	IL FENOMENO DELLE SMART CITIES: LA REALTÀ DI TORINO E PARIGI A CONFRONTO	PATTARO	

**Corso di Laurea Magistrale in
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
2	173090	L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SULL'ECONOMIA ITALIANA: SFIDE E OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE.	SAVOIA	

**Corso di Laurea Magistrale in
PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
3	174165	LA FAMIGLIA NELLA PUBBLICITÀ TRA STEREOTIPO E REALTÀ.	CODELUPPI	
4	181489	DA UN SOGNO AL MITO: LA NASCITA DI LAMBORGHINI E LA SUA STRATEGIA TRANSMEDIALE NEL MERCATO DEL LUSO	MUZZIO	
5	174530	STORYTELLING NARRATIVO PER LE IMPRESE: IL CASO L'ORÉAL E NUOVA PUBBLICITÀ	MUZZIO	
6	169314	CSR E IMPRESE DELLA MODA: TUTTO QUELLO CHE LE ETICHETTE NON DICONO. ANALISI DEI MARCHI H&M, ZARA, UNIQLO	MUZZIO	
7	161185	L'IMPATTO DEL BRANDED CONTENT SULL'ENGAGEMENT DEI CONSUMATORI: ANALISI E CASI STUDIO	MUZZIO	

**Corso di Laurea Magistrale in
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
8	146844	MODELLI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE PER INFORMARE E COINVOLGERE: LO STUDIO DEL BRAND E LO STORYTELLING	MUZZIO	

Direttrice del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli