



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

**Dipartimento di Comunicazione  
ed Economia**

**COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA**

**11.12.2024**

**PRESIDENTE**

Marcello Tedeschi

**VICE PRESIDENTE**

Silvia Grappi

*Componente (segretaria)*

Ilaria Baghi

*Componente*

Maria Grazia Iocca

*Componente*

Federico Montanari

*Componente*

Leonardo Pompa

*Componente*

Francesco Silvestri

*Ospite*

Pierpio Cerfogli

*Ospite*

Alessandro Savoia

*Ospite*

Anna Chiara Scapolan

*collegata a distanza*

*Ospite*

Riccardo Ferretti

*collegato a distanza*

*Supplente*

Fabrizio Ferretti

*Supplente*

Isabella Morlini

*collegata a distanza*

*Supplente*

Roberto Ravazzoni

*collegato a distanza*

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Digital Marketing: 9

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 43

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 24

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 4

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 4

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 3

**TURNO 1: ORE 9.30 AULA MAGNA****Corso di Laurea in  
DIGITAL MARKETING**

<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
1	165448	ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING	FABIO	MUZZIO
2	165443	APPLICAZIONI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL DIGITAL MARKETING DELLA MODA: UN'ANALISI INNOVATIVA	SILVIA GRAPPI	STEFANO SUSI
3	165774	INNOVAZIONE E CRESCITA NEL SETTORE DELLA MODA E DELL'ABBIGLIAMENTO PERSONALIZZATO: IL RUOLO DEL MARKETING DIGITALE PER GIBI	FABIO	MUZZIO
4	143086	PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI SITI WEB ED E-COMMERCE TRAMITE I MODERNI STRUMENTI VISUALI E IL LANCIO	SILVIA	GRAPPI
5	166577	SOCIAL MEDIA E PRIVACY: ANALISI DEL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI NEL CONTESTO DIGITALE	MARIA GRAZIA	IOCCA
6	166556	INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ NEL PACKAGING: IL CASO DI EASYSNAP TECHNOLOGY E LA MIA ESPERIENZA DI TIROCINIO	SARA	CARIA
7	164677	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E DEMOCRATIZZAZIONE DELLA CREATIVITÀ: LA NUOVA ERA DEL MARKETING DIGITALE E DEL BUSINESS	SILVIA GRAPPI	BRUNO LENZI
8	169517	ACCESSIBILITÀ WEB DAI PRINCIPI ALLA PRATICA: UN PROGETTO DI INCLUSIVITÀ DIGITALE	SILVIA GRAPPI	GIANCARLO D'ANCICCO
9	165765	IL FONDO SOVRANO NORVEGESE: IL RISCHIO D'INVESTIMENTO E IL RISCHIO OPERATIVO	PAOLA	VEZZANI

**Corso di Laurea in  
MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA**

<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
10	154186	EVOLUZIONI DELL'E-COMMERCE: DECIFRARE IL NUOVO COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DELLA GENERAZIONE Z	PAOLO	LASAGNI
11	154275	GUERRILLA MARKETING PER LA SENSIBILIZZAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	FRANCO	TORELLI
12	132912	LA BANCASSICURAZIONE IN CREDEMVITA: UN'ANALISI DI PROCESSI E INNOVAZIONE	PAOLO	LASAGNI
13	165329	REBRANDING PER UN NUOVO POSIZIONAMENTO COMPETITIVO	ROBERTO RAVAZZONI	ILARIA BAGHI
14	165327	DIVERSITÀ E INCLUSIONE NELLA CULTURA ORGANIZZATIVA: IMPATTI, SFIDE E OPPORTUNITÀ	MATTEO	RINALDINI
15	148480	PRODUZIONE E MERCATO DELL'ACETO: UN VIAGGIO ALL'INTERNO DELL'ACETAIA SAN GIACOMO	FABRIZIO	FERRETTI
16	158243	L'IMPORTANZA DELL'AESTHETIC NELLE DECISIONI DI MARKETING	ELISA	FABBI
17	166288	COMUNICAZIONE INCLUSIVA: L'IMPATTO SUI GRUPPI MINORITARI	MARGHERITA	GUIDETTI

18	121676	IL MARKETING SOSTENIBILE: STRATEGIE, OPPORTUNITÀ E SFIDE PER LE AZIENDE NEL CONTESTO GLOBALE	PAOLO	DI TOMA
19	154013	L'ESPORTAZIONE DI PRODOTTI ALIMENTARI ITALIANI NEGLI USA	ANNA FRANCESCA	PATTARO
20	170391	COMUNICAZIONE PERSUASIVA PER RIDURRE IL CONSUMO DI CARNE	NICOLETTA	CAVAZZA
21	169987	GESTIONE DELL'OVERTOURISM: AMSTERDAM E BARCELONA A CONFRONTO	FABRIZIO	FERRETTI
22	165708	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT E COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	PAOLO	DI TOMA
23	144857	LA STANDARDIZZAZIONE NEL CONTESTO DELLA GLOBALIZZAZIONE: EFFETTI SULLE PRESTAZIONI AZIENDALI	MARCELLO	TEDESCHI
24	158484	L'IMPATTO DELLA FINANZA AGEVOLATA SULLE PMI ITALIANE: ANALISI DI UN CASO DI SUCCESSO	PAOLO	LASAGNI
25	154062	SOSTENIBILITÀ E RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA: COME LE IMPRESE POSSONO INTEGRARE PRATICHE SOSTENIBILI NEL LORO PROGETTO DI BUSINESS	ANNA FRANCESCA	PATTARO
26	154130	E-COMMERCE: DALLA NASCITA A SCENARI FUTURI	ROBERTO	RAVAZZONI

## TURNO 2: ORE 9.50 AULA MAGNA

<b>Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
1	169976	LA FUNZIONE DEL MARKETING NEL FASHION SYSTEM	ROBERTO	RAVAZZONI
2	170383	OTTIMIZZAZIONE DELL'ESPERIENZA UTENTE NELL'E-COMMERCE: SOLUZIONI AL PARADOSSO DELLA SCELTA	MICHELE	MARIANI
3	134114	STEREOTIPO DEL TURISTA	NICOLETTA	CAVAZZA
4	108641	L'IMPATTO MACROECONOMICO DELLA TRANSIZIONE ENERGETICA, UNA NUOVA SFIDA PER LE POLITICHE DI BILANCIO EUROPEE	FRANCESCO	SILVESTRI
5	170242	L'ADATTAMENTO DELLE MARCHE COMMERCIALI AI NUOVI PROFILI DI CONSUMO: IL CASO CONAD	ROBERTO	RAVAZZONI
6	153946	TETRA PAK'S NEW GH2 PRODUCT, AN INNOVATIVE IDEA THAT IMPLEMENTS THE SUSTAINABLE BUSINESS MODEL OF THE COMPANY	PAOLO	DI TOMA
7	164886	METODI E STRATEGIE PER AFFRONTARE L'OVERLOAD COGNITIVO NEL MARKETING	MICHELE	MARIANI
8	165939	SOSTENIBILITÀ E INGANNI: UN'ANALISI DEL FENOMENO DEL GREENWASHING NELLE PRATICHE AZIENDALI	FRANCO	TORELLI
9	170099	SOCIAL MEDIA MARKETING E BRAND AWARENESS: COME LE PIATTAFORME SOCIAL INFLUENZANO LA PERCEZIONE DEL MARCHIO	PAOLO	LASAGNI
10	165947	CULTURA ORGANIZZATIVA E BENESSERE AZIENDALE: STRATEGIE DI WELFARE DAI MODELLI CLASSICI ALLE SOLUZIONI CONTEMPORANEE	MATTEO	RINALDINI

11	170390	LA MARCA COMMERCIALE COME LEVA DI FIDELIZZAZIONE: IL CASO COOP ALLEANZA 3.0	ROBERTO	RAVAZZONI
12	113470	I SISTEMI ERP E LA GESTIONE DEL CAMBIAMENTO	PAOLO	DI TOMA
13	165692	LA CRITICA KEYNESIANA ALLA TEORIA CLASSICA: UN'ANALISI DELLA TEORIA GENERALE DELL'OCCUPAZIONE, DELL'INTERESSE E DELLA MONETA	FRANCESCO	SILVESTRI
14	145909	IL PARADOSSO DELLA SCELTA E IL RETAIL MARKETING DEI BENI BANALI	MARGHERITA	GUIDETTI
15	170393	LE STRATEGIE DI MERCATO NEL SETTORE DEL FASHION LUXURY: IL CASO FEAR OF GOD	ROBERTO	RAVAZZONI
16	147349	PER UN'ECONOMIA DEL BENE COMUNE	FRANCESCO	SILVESTRI
17	166552	MARKETING ESPERIENZIALE: L'UTILIZZO DELLE PERCEZIONI SENSORIALI NEGLI EVENTI	MARCELLO	TEDESCHI
18	170231	I CENTRI URBANI EUROPEI E LE SFIDE DELLA GLOBALIZZAZIONE. UN CASO DI STUDIO: LA CITTÀ DI TERNI	ROBERTO	RAVAZZONI
19	154270	ORGANIZZAZIONE E BENESSERE DEI LAVORATORI NEL SETTORE AEREO	LEONARDO	POMPA
20	145900	SVILUPPO E PROCESSI GESTIONALI DI UN'IMPRESA COMMERCIALE FOCALIZZATA SULL'IMPORTAZIONE	ANNA FRANCESCA	PATTARO
21	170224	L'APPROCCIO COMUNICATIVO E DI MARKETING DI SELETTI S.P.A. ALLA MILANO DESIGN WEEK 2024: UN'ANALISI DAL CAMPO	ILARIA	BAGHI
22	144128	SHARING ECONOMY: PERCHÉ CONDIVIDERE È IL FUTURO	MATTEO	RINALDINI
23	170096	IL MADE IN ITALY SUGLI SCAFFALI AMERICANI: EATALY E LA RIVOLUZIONE DEL GROCERY	ROBERTO	RAVAZZONI
24	170394	LE STRATEGIE DI DISTRIBUZIONE NEL SETTORE DEL LUSSO	ROBERTO	RAVAZZONI
25	165696	STRATEGIE DI MARKETING BASATE SUI LIMITI DELLA RAZIONALITÀ UMANA	MARCELLO	TEDESCHI
26	154163	LA DISTRIBUZIONE DIGITALE DELLA MUSICA	ROBERTO	RAVAZZONI

### TURNO 3: ORE 10.15 AULA MAGNA

<b>Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
1	166050	NEUROBRANDING: COME CREARE BRAND DI SUCCESSO ATTRAVERSO IL NEUROMARKETING	ILARIA	BAGHI
2	170038	DAL TAVOLO DA DISEGNO ALLO SCHERMO: ZEROCALCARE E L'ESPANSIONE TRANSMEDIALE DELLA NARRAZIONE	DAMIANO	RAZZOLI
3	165129	IL DIRITTO ALL'OBLIO E LA GESTIONE DELLE INFORMAZIONI PERSONALI ONLINE	MARCO	MARIANI
4	130264	SOCIAL MEDIA, MARKETING E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: COME L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE INFLUENZA LA FIGURA DEL CLIENTE	MARCO	FURINI
5	165548	PROPAGANDA DI GUERRA: STRATEGIE DI MANIPOLAZIONE E DI PERSUASIONE NEI CONFLITTI	FABIO	MUZZIO
6	166053	SOSTENIBILITÀ E GREEN MARKETING: IL CASO PATAGONIA CON LA CAMPAGNA "DON'T BUY THIS JACKET"	ILARIA	BAGHI

7	102295	OLTRE IL CLICK. SEMIOTICA DELLA FOTOGRAFIA SPORTIVA E COMUNICAZIONE VISIVA	RUGGERO	RAGONESE
8	155168	INTELLIGENZA ARTIFICIALE, LAVORO E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	ANNA CHIARA	SCAPOLAN
9	165553	DAL SOGNO DEMOCRATICO ALL'INCUBO NAZISTA: L'IMPATTO DELLA PROPAGANDA SULLA SOCIETÀ TEDESCA	FABIO	MUZZIO
10	170040	NEL PAESAGGIO MEDIALE. SPUNTI DI RICERCA TRA IMMAGINI, CINEMA E ANTROPOLOGIA	FEDERICO MONTANARI	GIACOMO TAGLIANI
11	154850	STILE ED ETICA PUNK NELLA SOVVERSIONE DELLA CULTURA DOMINANTE	FEDERICO	MONTANARI
12	173850	MODA E IMMAGINE: L'EVOLUZIONE DELLA CULTURA VISUALE TRA CINEMA, FOTOGRAFIA E INNOVAZIONE	FEDERICO	MONTANARI
13	158087	LA CORRETTA SCELTA DEL TESTIMONIAL NEL MARKETING PUBBLICITARIO	ILARIA	BAGHI
14	155209	I NOMADI DIGITALI	ANNA CHIARA	SCAPOLAN
15	165546	DIGITAL HUMANITIES E SPORT. UN PROTOTIPO DI ARCHIVIO ONLINE PER LA STORIA DELLA FERRARI IN F1	GIACOMO	TAGLIANI
16	165847	L'EVOLUZIONE DEL MADE IN ITALY: IL CONTRIBUTO DI GIORGIO ARMANI E GIANNI VERSACE NEL CONTESTO STORICO DEGLI ANNI '70-'80 IN ITALIA	GIANNI	LA BELLA
17	166051	INNOVAZIONE SENZA FILI: IL CONTRIBUTO DI GUGLIELMO MARCONI ALLA RIVOLUZIONE DELLE RADIOCOMUNICAZIONI	MATTEO	RINALDINI
18	154545	IL RAPPORTO TRA INFLUENCER E LE AUTORITÀ INDIPENDENTI. ANALISI DEL CASO SPECIFICO FERRAGNI-BALOCCO	MARCO	MARIANI
19	164730	DA "AI CONFINI DELLA REALTÀ" A "BLACK MIRROR": ANALISI DEGLI ASPETTI SOCIALI IN DUE PRODOTTI TELEVISIVI	FABIO	MUZZIO
20	165547	LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA COME LEVA STRATEGICA DI INNOVAZIONE	MATTEO	RINALDINI
21	165138	IL RUOLO DEI BIG DATA E DELLA RICERCA DI MARKETING NEL SOSTEGNO ALLE DECISIONI AZIENDALI	MARCELLO	TEDESCHI
22	165544	L'EVOLUZIONE DEL GIORNALISMO CON L'AVVENTO DEL DIGITALE: IL CASO DI TELETRICOLORE	FABIO	MUZZIO
23	154601	IL LINGUAGGIO EFFICACE PER UNA COMUNICAZIONE PERSUASIVA: IL CASO GUINNESS "WHEELCHAIR BASKET COMMERCIAL"	MONICA ALEXANDRINA	IRIMIA
24	185452	DA BARBIE A POVERE CREATURE: RAPPRESENTAZIONI FEMMINILI E FEMMINISMO NEL CINEMA	FEDERICO	MONTANARI

**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	174578	L'IMPRENDITORIA INNOVATIVA, LE FATTISPECIE E IL SISTEMA DI FINANZIAMENTO: LE START UP INNOVATIVE E LE P.M.I INNOVATIVE	IOCCA	
2	182085	L'ORGANIZZAZIONE NELLE FORZE DI POLIZIA	SCAPOLAN	
3	185772	COME CREARE E GESTIRE UNA STARTUP IN ITALIA NELL'ERA DELLA GLOBALIZZAZIONE	BAGHI	
4	178528	L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE E IL MODELLO DI UPPSALA: CARATTERISTICHE E APPLICAZIONI DEL MODELLO NEL MARKETING INTERNAZIONALE	BAGHI	

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

5	178598	TIPOLOGIE DI FINANZIAMENTO BANCARIO: OPERAZIONI DI BREVE E MEDIO-LUNGO TERMINE	CERFOGLI	
---	--------	--	----------	--

**TURNO 5: ORE 11.45 AULA D0.2 (ex Aula 1)****Corso di Laurea Magistrale in  
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
6	182662	IL SISTEMA PENSIONISTICO ITALIANO E L'IMPORTANZA DELLA PREVIDENZA COMPLEMENTARE	FERRETTI	
7	174159	LA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE ATTRAVERSO IL BILANCIO D'ESERCIZIO: IL CASO DANDELION SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	SAVOIA	
8	178438	L'INFLUENZA DEL PRODUCT PLACEMENT CINEMATOGRAFICO SUI CONSUMATORI	TEDESCHI	

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

9	162542	IL BOOM DELLA PRIVATE LABEL: INQUADRAMENTO GENERALE E IL CASO JS	BAGHI	
10	178230	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E PERSONALIZZAZIONE NEL MARKETING: GLI EFFETTI DELLA CAMPAGNA SPOTIFY WRAPPED	BAGHI	GRAPPI
11	174340	IL CICLO DI VITA DEL PRODOTTO NEL MERCATO DEL LUSO: STRATEGIE COMUNICATIVE E INNOVAZIONI TECNICHE DI OMEGA	BAGHI	

Direttore del Dipartimento  
Prof. Paolo Di Toma