



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 3 - ESAMI DI LAUREA

11.12.2024

PRESIDENTE

Vanni Codeluppi

VICE PRESIDENTE

Cinzia Bianchi

Componente (segretaria)

Monica Alexandrina Irimia

Componente

Veronica Gabrielli

Componente

Ruggero Ragonese

Componente

Damiano Razzoli

Componente

Giacomo Tagliani

Ospite

Domenico Rocco Cambrea

Ospite

Maurizio Mercurio

Ospite

Fabio Muzzio

collegato da remoto

Supplente

Margherita Guidetti

Supplente

Nicola Maria Dusi

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 1

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 15

TURNO 1: ORE 14.00 AULA D1.5 (ex Aula 4)**Corso di Laurea Magistrale in
PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITÀ D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
1	185667	DARE LE ALI AL MARKETING: COME RED BULL HA RIVOLUZIONATO LE STRATEGIE DI MARKETING NON CONVENZIONALE	MUZZIO	
2	181266	SOUND BRANDING E ASMR: NUOVE FRONTIERE PER L'ENGAGEMENT SENSORIALE DEL CONSUMATORE	MUZZIO	
3	184268	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E MARKETING: L'IMPATTO DELL'AI SUL CUSTOMER JOURNEY	MUZZIO	
4	178556	NEUROMARKETING ED EMOZIONI: COME INDAGARE LA MENTE DEL CONSUMATORE ED ANTICIPARE LE SUE DECISIONI DI ACQUISTO	MUZZIO	
5	184475	IL REBRANDING E LA NUOVA STRATEGIA COMUNICATIVA DI TAVERNELLO	MUZZIO	
6	182008	L'EVOLUZIONE DELLA PUBBLICITÀ NELLA MODA: DAI MEDIA TRADIZIONALI AL DIGITALE	MERCURIO	
7	162549	L'IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL SOCIAL MEDIA MARKETING	MERCURIO	
8	173347	STRATEGIE DI DISTRIBUZIONE NEL SETTORE SANITARIO B2B : IL RUOLO DEL DIVULGATORE SCIENTIFICO E L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE DELLE AZIENDE FARMACEUTICHE	MERCURIO	

TURNO 2: ORE 15.30 AULA D1.5 (ex Aula 4)**Corso di Laurea Magistrale in
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
1	174223	LA SOSTENIBILITÀ NELLA MODA CONTEMPORARY E LA SENSIBILITÀ DEL CONSUMATORE FINALE	CAMBREA	

**Corso di Laurea Magistrale in
PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITÀ D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
2	161166	COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ: UN IMPERATIVO PER IL CAMBIAMENTO SOCIALE, AMBIENTALE ED ECONOMICO	MERCURIO	
3	173400	OLTRE L'INVOLUCRO: UN'ANALISI SEMIOTICA DEL PACKAGING COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE	BIANCHI	
4	181490	IMPATTO DELL'E-COMMERCE SULLE ABITUDINI DI CONSUMO NEL SETTORE AUTOMOTIVE: TESLA E IL MODELLO DI VENDITA DIRETTA	CODELUPPI	
5	185569	LUSSO PER TUTTI: IL VALORE DELL'ESCLUSIVITÀ IN UN MONDO PIÙ ACCESSIBILE	CODELUPPI	
6	183462	BEAUTY FOR ALL: ANALISI SU DIVERSITÀ E INCLUSIONE NELL'INDUSTRIA COSMETICA	TAGLIANI	RAGONESE
7	183491	IL PERSONAL BRANDING NELL'ERA DIGITALE: STRATEGIE IDENTITARIE E CONTENUTI WEB	TAGLIANI	

8	184062	COME IL DIGITALE HA RIVOLUZIONATO IL MONDO DELL'INFORMAZIONE: NUOVE PIATTAFORME, NUOVI LINGUAGGI E NUOVI CONTENUTI	TAGLIANI	
---	--------	--	----------	--

Direttore del Dipartimento
Prof. Paolo Di Toma