



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

07.03.2025

PRESIDENTE

Vanni Codeluppi

VICE PRESIDENTE

Marco Furini

Componente (segretario)

Massimiliano Panarari

Componente

Cinzia Bianchi

Componente

Nicola Maria Dusi

Componente

Anna Rita Graziani

Componente

Michele Mariani

Ospite

Maurizio Mercurio

collegato a distanza

Ospite

Fabio Muzzio

collegato a distanza

Ospite

Ilaria Purificato

Ospite

Alessandra Sardu

collegata a distanza

Ospite

Alice Venturini

Supplente

Silvia Cacchiani

collegata a distanza

Supplente

Nicoletta Cavazza

collegata a distanza

Supplente

Maria Cristiana Martini

collegata a distanza

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 11

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 14

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 3

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: 9

ORE 9.00 AULA MAGNA

Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	158206	L'EVOLUZIONE DEI SOCIAL MEDIA E IL RUOLO DI INSTAGRAM NELLO STORYTELLING AZIENDALE	ILARIA	BAGHI
2	165128	UN APPROCCIO INTERDISCIPLINARE AL PROBLEMA DELL'HATE SPEECH: UN FENOMENO ANCORA OGGI POCO RICONOSCIUTO SIA NEL MONDO ONLINE SIA NEL MONDO OFFLINE	MARCO	MARIANI
3	170178	LA NASCITA DI UN NUOVO CONTENUTO AUDIOVISIVO UNICO NEL SUO GENERE: I FASHION FILMS	MASSIMO	NERI
4	147813	IL DESIGN INTERATTIVO: EVOLUZIONE, CONTAMINAZIONI E APPLICAZIONI DALLA DEFINIZIONE DI BILL MOGGRIDGE ALL'ARTE, LA PUBBLICITÀ E LA PEDAGOGIA CONTEMPORANEA	FEDERICO	MONTANARI
5	170180	NEUROMARKETING E COMUNICAZIONE VISIVA: IL CASO TIFFANY & CO	ELISA	FABBI
6	170054	IL MARKETING ESPERIENZIALE NEGLI EVENTI MUSICALI: IL CASO DEL PAELLAS BE LIVE FESTIVAL	ILARIA	BAGHI
7	154864	HYBRID MEDIA: LA NUOVA FRONTIERA DEL MARKETING CONTEMPORANEO	ILARIA	BAGHI
8	170177	L'EVOLUZIONE DELLE LEVE DEL MARKETING MIX NELL'ERA DELLA DIGITALIZZAZIONE	ILARIA	BAGHI
9	159032	COMUNICAZIONE E CONSUMISMO: IL RUOLO DELLA PUBBLICITÀ DURANTE IL MIRACOLO ECONOMICO ITALIANO	GIANNI	LA BELLA
10	173755	DALL'ALGORITMO ALLA PASSERELLA: IL RUOLO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA COMUNICAZIONE E NELLA MODA	FEDERICO	MONTANARI
11	166352	MODA SOSTENIBILE: STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER PROMUOVERE COMPORTAMENTI GREEN	ILARIA	BAGHI
12	154700	DIFFAMAZIONE ONLINE: LA TUTELA DELL'ONORE NELL'ERA DIGITALE	MARCO	MARIANI
13	170056	COCO CHANEL E L'EMANCIPAZIONE FEMMINILE: MODA COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE SOCIALE	GIANNI	LA BELLA
14	136032	LA STORIA SIAMO NOI: PODCAST E MEMORIE	MARCO	FURINI
Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	170102	LA NEUROPLASTICITÀ COME MECCANISMO DI RESILIENZA AI TRAUMI PSICOLOGICI	MICHELE	MARIANI
2	170108	STAKEHOLDER ENGAGEMENT - SOCIAL MEDIA: IL CASO STUDIO AMABILE	ARIANNA	LAZZINI
3	170553	STUDIO E ANALISI DEL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE ATTRAVERSO LA SEGMENTAZIONE	FRANCO	TORELLI
4	170226	NEURONI A SPECCHIO E SINESTESIA: UNA NUOVA PROSPETTIVA SULL'EMPATIA E LA PERCEZIONE CONDIVISA	MICHELE	MARIANI

5	134140	DALLO SCHERMO AL CUORE DEL CONSUMATORE: L'IMPATTO DEGLI INFLUENCER NEL MARKETING DIGITALE	FRANCO	TORELLI
6	142416	PMI E TECNOLOGIE 4.0 NEL NOSTRO SISTEMA INDUSTRIALE	PAOLO	LASAGNI
7	143059	ANALISI DEL SUCCESSO DELLA MARCA COMMERCIALE IN ITALIA: IL CASO SPESOTTI	ROBERTO	RAVAZZONI
8	165700	FAST FASHION TRA CRISI E CAMBIAMENTO: L'INFLUENZA DELLE PRATICHE ESG E IL CASO INDITEX	FRANCO	TORELLI
9	153975	L'OMNISCANALITÀ COME VANTAGGIO COMPETITIVO: SFIDE E OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE DEL XXI SECOLO	ANDREA	MELIOLI
10	169980	CIRCULAR ECONOMY AND RIGHT TO REPAIR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR A SUSTAINABLE FUTURE, A EUROPEAN PERSPECTIVE	FRANCESCO	SILVESTRI
11	169979	L'APPLICAZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE: UN CASO DI STUDIO DELL'AGENZIA BLUELINK	PAOLO	LASAGNI

ORE 09.45 AULA D1.1 (ex Aula 2)

**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	178433	GLI ACCORDI DI INTEGRAZIONE REGIONALE	SARDU	
2	183831	IL COINVOLGIMENTO DELLE PARTI SOCIALI NEL LAVORO DIGITALE TRA LEGGE E CONTRATTAZIONE: STRUMENTI E PROSPETTIVE PER LA TUTELA DEI LAVORATORI	PURIFICATO	PANARARI
3	161366	INVESTMENT FACILITATION FOR DEVELOPMENT: STRATEGIE, IMPATTI E PROSPETTIVE	SARDU	

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
4	178149	IL GENDER GAP NELLE SCELTE DI INVESTIMENTO: L'AVVERSIONE E L'APERTURA AL RISCHIO NELLE DECISIONI DI ACQUISTO DI PRODOTTI FINANZIARI	GRAZIANI	MARIANI
5	172417	SERVICE EXPERIENCE DESIGN, CREAZIONE DEL VALORE E APPLICAZIONI NEL MERCATO CERAMICO INTERNAZIONALE	MARIANI	

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
6	178509	I TRAILER CINEMATOGRAFICI NELL'ERA POSTMEDIALE	DUSI	BIANCHI
7	178094	IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLA GESTIONE DELLE CRISI AZIENDALI. IL CASO CHIARA FERRAGNI - BALOCCO	MUZZIO	
8	185623	WEB MARKETING SU TWITCH: DALL'ANALISI DELLE STRATEGIE AL RUOLO DEI CONTENT CREATORS	CODELUPPI	

9	174144	L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE NEL DESIGN D'INTERNI: IL CASO CASSINA	MERCURIO	
10	178245	MARKETING IMMERSIVO: IL POTENZIALE DEL METAVERSO E DEGLI INFLUENCER VIRTUALI PER LE CAMPAGNE PUBBLICITARIE	MUZZIO	
11	173230	LA STORIA DELLA PUBBLICITÀ: EVOLUZIONE E CAMBIAMENTO NEL TEMPO	CODELUPPI	
12	154641	L'EVOLUZIONE DELLE STRATEGIE DI MARKETING. L'INSTANT MARKETING E IL CASO TAFFO PER NON MORIRE DI NOIA	MUZZIO	
13	181487	DENTRO IL MALESSERE OBBLIGATORIO DELLA MODA: UNO SGUARDO SEMIOTICO	BIANCHI/VENTURINI	PANARARI
14	185558	IPER-DOCUMENTAZIONE E FUTURO, UNO STUDIO INTERGENERAZIONALE DEGLI EFFETTI DEI SOCIAL MEDIA SULLA PERCEZIONE DEL FUTURO	FURINI	MARIANI

Direttore del Dipartimento

Prof. Paolo Di Toma