



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 2 - ESAMI DI LAUREA

07.03.2025

PRESIDENTE

Marcello Tedeschi

VICE PRESIDENTE

Paola Vezzani

Componente (segretario)

Domenico Rocco Cambrea

Componente

Ilaria Baghi

Componente

Veronica Gabrielli

Componente

Arianna Lazzini

Componente

Anna Francesca Pattaro

Ospite

Roberto Ravazzoni

collegato a distanza

Ospite

Pierpio Cerfogli

Ospite

Viviana De Giorgi

collegata a distanza

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 Digital Marketing: 3

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 17

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 7

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 6

ORE 9.30 AULA D1.4 (ex Aula 3)

Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
1	185594	ECONOMIA CIRCOLARE E SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE MODA: IL CASO LIU JO	LAZZINI	
2	174394	L'UTILIZZO DELL'INVIDIA COME STRUMENTO DI EMOTIONAL MARKETING	RAVAZZONI	
3	182449	COMUNICARE L'ESCLUSIVITÀ: STRATEGIE PUBBLICITARIE E NUOVI TREND DI COMUNICAZIONE NEI LUXURY BRAND	TEDESCHI	
4	169668	IL CUSTOMER DELIGHT NELLE AUTOMOBILI A GUIDA AUTONOMA: UN'INDAGINE SPERIMENTALE	GABRIELLI	BAGHI
5	178227	START-UP E PMI: UN'ANALISI ATTRAVERSO IL CICLO DI VITA AZIENDALE CON CASI STUDIO	CERFOGLI	
6	181809	SOSTENIBILITÀ E LEGAME CON IL TERRITORIO: COME IMPATTA UN MESSAGGIO LANCIATO DA UN LOCAL O GLOBAL BRAND SULLE ASPETTATIVE, PERCEZIONI E COMPORTAMENTI FUTURI DEI CONSUMATORI	BAGHI	GABRIELLI
Corso di Laurea Magistrale in ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
7	150179	STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE E MARKETING DELL'IMPRESA MODA RESPONSABILE: IL CASO PATAGONIA	BAGHI	
8	172857	I KPI COME OUTPUT DI PROCESSO: IL CASO COOPSERVICE	PATTARO	LAZZINI
9	166632	LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI ITALIANE: TEORIE, STRUTTURE E FUNZIONAMENTO DEL SETTORE PUBBLICO	PATTARO	
10	163151	LA PRODUZIONE RISICOLA NELL'UNIONE EUROPEA. DESCRIZIONE E ANALISI STATISTICA DELL'IMPATTO DELLE VARIABILI CLIMATICHE	DE GIORGI	CAMBREA
11	167990	CO-CEOS E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: COME LA LEADERSHIP COLLEGIALE INFLUISCE SULLE EMISSIONI DELLE IMPRESE QUOTATE	CAMBREA	VEZZANI
12	161287	LE INTERAZIONI TRA LE ISTITUZIONI PUBBLICHE E ANALISI ECONOMICA-FINANZIARIA NELLO SPORT	PATTARO	
13	185982	STRATEGIE DI MARKETING E INNOVAZIONE. IL CASO APPLE COME UN MODELLO DI SUCCESSO GLOBALE	BAGHI	

ORE 12.00**Corso di Laurea in
MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	124290	DONNE E MANAGEMENT: UN'ANALISI DELL'EVOLUZIONE DELLA FIGURA MANAGERIALE E DELLE SFIDE DI GENERE	ANNA FRANCESCA	PATTARO

ORE 12.30 AULA MAGNA**Corso di Laurea in
DIGITAL MARKETING**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	142707	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E COPYRIGHT: OPPORTUNITÀ E LIMITI DELLA CREAZIONE DI CONTENUTI	ARIANNA	LAZZINI
2	165605	CONTENT MARKETING E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: L'USO DELL'IA PER OTTIMIZZARE LA CREAZIONE DI CONTENUTI DI VALORE	SILVIA GRAPPI	BRUNO LENZI
3	165013	MARKETING SENSORIALE: ANALISI DELLA STIMOLAZIONE DEI CINQUE SENSI MEDIANTE STRUMENTI DI NEUROMARKETING PER LO SVILUPPO DI BRAND STRATEGIES NEL SETTORE FOOD & BEVERAGE	SILVIA GRAPPI	STEFANO SUSI

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
4	169983	ANALISI DEI CONTRATTI DI SUBAPPALTO DEGLI APPALTI PUBBLICI: UN CASO STUDIO DELLA SCUOLA PIZZIGONI DI MILANO	FRANCESCA	BENATTI
5	154351	L'IMPATTO DELL'ECONOMIA CIRCOLARE SUL MERCATO: LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E LE B CORPORATION	ANNA FRANCESCA	PATTARO
6	164888	L'IMPATTO DELLE AGENZIE DI RATING SULLA CRISI FINANZIARIA DEL 2008 E LE PROSPETTIVE DI RIFORMA	FRANCESCO	SILVESTRI
7	130719	SISTEMI INFORMATICI E STRATEGIE DI MARKETING DIGITALE NELLA GESTIONE D'IMPRESA - ESPERIENZA DI TIROCINIO PRESSO AZIENDA GRAFICA DEL TERRITORIO	MASSIMO	NERI
8	153997	INNOVARE PER COMPETERE: L'IMPATTO DI CLOUD E IA NELLE STRATEGIE DI MARKETING E VENDITA NEL CANALE IT	ROBERTO	RAVAZZONI

9	129977	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE. LA PIU' GRANDE MINACCIA E OPPORTUNITA' CHE L'UOMO ABBIA MAI AVUTO NELLO STESSO MOMENTO	PAOLO	LASAGNI
10	170111	L'ECOSISTEMA DELLA CATENA DISTRIBUTIVA: IL RUOLO DEL TRADE MARKETING IN ABOCA	ROBERTO	RAVAZZONI
11	154147	L'UTILIZZO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEI PROCESSI PRODUTTIVI: DALLA CATENA DI MONTAGGIO DI FORD AD OGGI. IL CASO DELLA FORD MOTOR COMPANY	MATTEO	RINALDINI
12	170232	LE MANIPOLAZIONI DI BILANCIO	ANNA FRANCESCA	PATTARO
13	135155	LEAN SALES	ANNA FRANCESCA	PATTARO
14	153971	PROCESSO TELEMATICO NEL SETTORE GIUSTIZIA. INFORMATIZZAZIONE E DIGITALIZZAZIONE. ANALISI E PROSPETTIVE	PAOLO	LASAGNI
15	165709	CONSUMI E PANDEMIA: CAMBIAMENTI NEL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO E NUOVE SFIDE PER LE AZIENDE	FRANCO	TORELLI
16	165705	LA SOVRAESPOSIZIONE DIGITALE: COME PROTEGGERE I GIOVANI DA UNA MINACCIA SILENZIOSA	FRANCO	TORELLI
17	153984	EVOLUZIONE E FUTURO DEI SOCIAL MEDIA	PAOLO	LASAGNI
18	165332	CONTENT MARKETING NELL'ERA DELL'AI GENERATIVA	FABIO	MUZZIO
19	144887	RELAZIONE SUL TIROCINIO EXTRA - UNIVERSITARIO SVOLTO PRESSO STUDIO PROFESSIONALE ANTICHI & BERTOLANI	ARIANNA	LAZZINI

Direttore del Dipartimento
Prof. Paolo Di Toma