



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

23.04.2025 - ORE 9.00

PALAZZO DOSSETTI - AULA MAGNA

PRESIDENTE	Marcello Tedeschi	
VICE PRESIDENTE	Nicoletta Cavazza	
<i>Componente (segretaria)</i>	Cristina Guardiano	
<i>Componente</i>	Ilaria Baghi	
<i>Componente</i>	Veronica Gabrielli	
<i>Componente</i>	Silvia Grappi	collegata da remoto
<i>Componente</i>	Fabrizio Montanari	
<i>Ospite</i>	Giovanna Galli	
<i>Ospite</i>	Marcello Pellacani	
<i>Supplente</i>	Silvia Cacchiani	
<i>Supplente</i>	Arianna Lazzini	collegata da remoto
<i>Supplente</i>	Federico Montanari	collegato da remoto

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 2

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 11

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 4

ORE 9.00 AULA MAGNA

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	178596	L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DI UN'AZIENDA CINESE: IL CASO LENOVO E I FUTURI APPROCCI ALL'ESPANSIONE GLOBALE CON L'AUSILIO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	BAGHI	
2	162534	STRATEGIE PER L'ATTRAZIONE DEGLI FDI IN AFRICA: IL SENEGAL COME MODELLO DI SVILUPPO ECONOMICO SECONDO IL PIANO VISION 2050	BAGHI	

Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
3	174335	PHYGITAL CUSTOMER EXPERIENCE: FRAMEWORK, TECNOLOGIE E SFIDE PER I BRAND	TEDESCHI	
4	185513	LE REAZIONI DEI CONSUMATORI ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE INTEGRATA NEI PRODOTTI DI CONSUMO: PRINCIPI TEORICI E STRATEGIE COMUNICATIVE	GABRIELLI	BAGHI
5	167882	L'IMPATTO SOCIALE DELLO SPORT: DALL'INDIVIDUO ALLA COLLETTIVITÀ	MONTANARI	
6	181262	LA STIMA DEL POTENZIALE DI MERCATO, LA PREVISIONE DELLA DOMANDA E DELLE VENDITE: IL CASO SACMI IMOLA	GALLI	GRAPPI
7	178573	IL COWORKING COME NUOVA MODALITÀ LAVORATIVA IN EUROPA E IN ITALIA: FOCUS SULLA DIMENSIONE RURALE	MONTANARI	
8	183966	GESTIONE STRATEGICA DEL CUSTOMER CHURN ATTRAVERSO NUOVE TECNOLOGIE DI DATA ANALYSIS E ARTIFICIAL INTELLIGENCE	TEDESCHI	
9	173692	ALGORITMI DI PERSUASIONE: COME L'IA PUÒ INFLUENZARE LE SCELTE DEI CONSUMATORI	CAVAZZA	
10	183133	ANTECEDENTI PSICOLOGICI E SOCIALI DEI COMPORTAMENTI PRO-AMBIENTALI	CAVAZZA	
11	185833	L'IMPATTO DELLA SENTIMENT ANALYSIS NELLE STRATEGIE DI MARKETING: MODELLI PREDITTIVI E DEEP LEARNING PER L'OTTIMIZZAZIONE DELLA VALUE PROPOSITION E DELLE PERFORMANCE AZIENDALI SUL MERCATO	TEDESCHI/PELLACANI	
12	182002	COWORKING E AMBIENTE: PRATICHE GREEN NEGLI SPAZI COLLABORATIVI DELL'EMILIA-ROMAGNA	MONTANARI	
13	174220	IL FAI-DA-TE NELLA SOCIETÀ POSTMODERNA: ANALISI DI UN FENOMENO IN EVOLUZIONE	TEDESCHI	

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
14	174195	LA COMUNICAZIONE DEI BRAND GLOBALI NEI MERCATI ESTERI	BAGHI	

15	181291	AUTENTICITÀ O COMPETENZA? L'IMPATTO DELLA FONTE SULLA PERCEZIONE E SULL'EFFICACIA DEI CONTENUTI TIKTOK	BAGHI	GABRIELLI
16	150190	QUANDO LE MACCHINE PARLANO: LIMITI, DIFFERENZE E CONFRONTO TRA IL LINGUAGGIO DEGLI LLM E QUELLO UMANO	GUARDIANO	
17	181162	IL RAPPORTO TRA IL CONSUMATORE E L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL SETTORE DELL'AUTOMOTIVE	GABRIELLI	BAGHI

Direttore del Dipartimento
Prof. Paolo Di Toma