



# UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

## Dipartimento di Comunicazione ed Economia

### COMMISSIONE 5 - ESAMI DI LAUREA

**23.04.2025 - ORE 15.00**

**PALAZZO DOSSETTI - AULA MAGNA**

<b>PRESIDENTE</b>	Massimo Neri	
<b>VICE PRESIDENTE</b>	Silvia Cacchiani	
<i>Componente (segretaria)</i>	Margherita Guidetti	
<i>Componente</i>	Nicola Maria Dusi	
<i>Componente</i>	Marco Furini	
<i>Componente</i>	Michele Mariani	
<i>Componente</i>	Federico Montanari	collegato da remoto
<i>Ospite</i>	Fabio Muzzio	collegato da remoto
<i>Ospite</i>	Nicoletta Cavazza	
<i>Supplente</i>	Silvia Grappi	collegata da remoto
<i>Supplente</i>	Anna Chiara Scapolan	

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: 15

## ORE 15.00 - AULA MAGNA

<b>Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	<b>Controrelatrice/Controrelatore</b>
1	185555	DESIGN INCLUSIVO ED EMOZIONI: L'IMPATTO DELL'ACCESSIBILITÀ SULLE ESPERIENZE MUSEALI	MARIANI	
2	162683	L'EVOLUZIONE DEL PACKAGING: L'INTEGRAZIONE DELLA REALTÀ AUMENTATA PER UNA NUOVA USER EXPERIENCE	MARIANI	
<b>Corso di Laurea Magistrale in PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	<b>Controrelatrice/Controrelatore</b>
3	168642	L'IDENTITÀ VISIVA OLTRE IL LOGO: L'IMPATTO DEGLI ELEMENTI SMASHABLE NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	MUZZIO	
4	184593	L'INFLUENZA AL TEMPO DEI SOCIAL: ANALISI SPERIMENTALE TRA INFLUENCER REALI E VIRTUALI	MUZZIO/CAVAZZA	GUIDETTI
5	178531	GLI INGREDIENTI DI DIGITAL MARKETING PER IL SETTORE RISTORATIVO. IL CASO "ALL'ANTICO VINAIO"	MUZZIO	
6	173063	COME L'IRONIA E L'HUMOR HANNO CAMBIATO LA COMUNICAZIONE - IL CASO TAFFO	MONTANARI	
7	181601	LA COMUNICAZIONE DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA NELLA FASHION INDUSTRY	MUZZIO	
8	154630	MODA OUTDOOR E SOSTENIBILITÀ. IL CASO LA SPORTIVA	MUZZIO	
9	185560	OPPORTUNITÀ O FALLIMENTO? COME PERCEPIAMO GLI EVENTI NEGATIVI E PERCHÉ	GUIDETTI	MARIANI
10	178591	TENDENZE DI MODA E MARKETING: IL RUOLO DEL PRODUCT PLACEMENT NELLE SERIE TV CONTEMPORANEE. IL CASO EMILY IN PARIS	MUZZIO	
11	173047	UX E UI DESIGN PER I SITI WEB: ASPETTI TEORICI, CARATTERISTICHE E TENDENZE	MUZZIO	
12	173041	LA COMUNICAZIONE DEI MUSEI NELL'ERA DIGITALE: STRATEGIE, INNOVAZIONI E IL RUOLO DEGLI INFLUENCER	MUZZIO	
13	162911	ALLUVIONE AI TEMPI DEL DIGITALE. ANALISI SEMIOTICA E LINGUISTICA DELLA COMUNICAZIONE TRA ISTITUZIONI E CITTADINI IN SITUAZIONI DI CRISI	MONTANARI/COMANDINI	CACCHIANI
14	178495	LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA E IL CASO LEGO	MUZZIO	
15	183492	OLTRE L'OVERTOURISM: STRATEGIE DI TURISMO SOSTENIBILE IN BASILICATA	MUZZIO	
16	184269	LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA NELLA MODA: ANALISI DELLE NUOVE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE FRA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE	MONTANARI	
17	171479	IL RUOLO DEL MARKETING NEL SUCCESSO AL BOX OFFICE: ANALISI COMPARATIVA DI DUE CASI	MUZZIO	

**Direttore del Dipartimento  
Prof. Paolo Di Toma**