



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 7 - ESAMI DI LAUREA

24.04.2025 - ORE 14.30

PALAZZO DOSSETTI - AULA MAGNA

PRESIDENTE

Riccardo Ferretti

VICE PRESIDENTE

Arianna Lazzini

Componente (segretario)

Domenico Rocco Cambrea

Componente

Roberto Cavicchioli

Componente

Giancarlo Corsi

Componente

Anna Rita Graziani

Componente

Maria Cristiana Martini

Ospite

Sergio Alessandrini

collegato da remoto

Ospite

Pierpio Cerfogli

Ospite

Paolo Di Toma

Ospite

Damiano Razzoli

Ospite

Christian Stocchi

Supplente

Vanni Codeluppi

Supplente

Monica Alexandrina Irimia

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: 12

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

ORE 14.30 - 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	173278	LA SOCIOLOGIA DELLE ORGANIZZAZIONI NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE. MANAGEMENT E DINAMICHE GESTIONALI, SFIDE E OPPORTUNITÀ	CORSI	
2	185547	LO SVILUPPO DEL WELFARE IN ITALIA E IL RUOLO DEI COMUNI: COSTI, FINANZIAMENTI ED EFFICIENZA DEI SERVIZI	ALESSANDRINI	
Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
3	183904	LA QUOTAZIONE IN BORSA TRA OPPORTUNITÀ E CRITICITÀ: EVOLUZIONE DEI MERCATI AZIONARI ITALIANI E IL CASO DELLE IMPRESE EMILIANO-ROMAGNOLE	FERRETTI	
4	181293	L'ACCESSO AI FINANZIAMENTI SOSTENIBILI PER LE PMI: OSTACOLI, OPPORTUNITÀ E STRATEGIE	CERFOGLI	
5	171403	IL VALORE DELLA SOSTENIBILITÀ: L'IMPRESA TRA RESPONSABILITÀ E INNOVAZIONE	MARTINI	
6	178344	COMPRARE O NON COMPRARE UN'AUTO ELETTRICA? UNA ANALISI DEI FATTORI PSICOSOCIALI, ECONOMICI E AMBIENTALI CHE PROMOUOVO E OSTACOLANO LA SCELTA DI UN VEICOLO ELETTRICO	GRAZIANI	
7	178148	QUANDO UN MESSAGGIO POLITICO DIVENTA VIRALE: L'UTILIZZO DEI MEME IN POLITICA E GLI EFFETTI SULLA GENERAZIONE Z	GRAZIANI	CORSI
8	184478	RETAIL INVESTMENT STRATEGY: IMPATTI E PROSPETTIVE PER GLI INVESTITORI AL DETTAGLIO NEL MERCATO FINANZIARIO EUROPEO	FERRETTI	
9	161111	SOSTENIBILITÀ, BANCA E IMPRESA: ANALISI DEI FLUSSI NORMATIVI, CREDITO E RISCHI	LAZZINI	FERRETTI
10	183563	LA LEADERSHIP EMPATICA: COME L'INTELLIGENZA EMOTIVA DETERMINA IL SUCCESSO AZIENDALE	GRAZIANI	
11	181765	LA REGOLAMENTAZIONE DELLA PUBBLICITÀ DEI PRODOTTI E DEI SERVIZI FINANZIARI	FERRETTI	
12	173042	OLTRE LA RESPONSABILITÀ SOCIALE DELLE IMPRESE: IL BRAND ACTIVISM E L'IMPATTO DELLA COMUNICAZIONE SULLA PERCEZIONE DEI CONSUMATORI	MARTINI	LAZZINI
13	174504	AUMENTI DI CAPITALE IPERDIULITIVI CON CASO MONTEPASCHI	FERRETTI	
14	167921	CAPACITÀ DINAMICHE, MODELLO DI BUSINESS E PERFORMANCE: IL CASO MAXIMA S.P.A.	DI TOMA	CAMBREA

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
15	181265	BEAUTY & FOOD: COME LE AZIENDE COMUNICANO I COSMETICI ISPIRATI AL MONDO DEL CIBO	STOCCHI	
16	185518	FOMO: ANALISI DEL FENOMENO TRA COMPORTAMENTI SOCIALI, MARKETING E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE	STOCCHI	
17	185531	LAVORARE CON IL FUTURO NELL' ERA DELL' ANTROPOCENE: UN'INDAGINE SULLA PERCEZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ E IL RUOLO DELLE ORGANIZZAZIONI	RAZZOLI	GRAZIANI
18	178231	NUOVE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE NELL'ERA POST-DIGITALE: IL CASO DITTA ARTIGIANALE	STOCCHI	

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