



**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

| <b>Corso di Laurea Magistrale in<br/>ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI</b> |                  |  |                           |                                       |
|---|------------------|--|---------------------------|---------------------------------------|
| <b>N.</b>   | <b>Matricola</b> | <b>Titolo della tesi</b>   | <b>Relatrice/Relatore</b> | <b>Controrelatrice/Controrelatore</b> |
| 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              |                                       |
| <b>Corso di Laurea Magistrale in<br/>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> |
| 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**

| <b>N.</b> | <b>Matricola</b> | <b>Titolo della tesi</b>   | <b>Relatrice/Relatore</b> | <b>Controrelatrice/Controrelatore</b> |
|-----------|------------------|--|---------------------------|---------------------------------------|
| 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**