



**UNIMORE**  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

**Dipartimento di Comunicazione  
ed Economia**

**COMMISSIONE 1A - ESAMI DI LAUREA**

**12.10.2017 - ore 9.00**

**Viale Allegri, 9 - Reggio Emilia  
AULA MAGNA**

**PRESIDENTE**  
**VICE PRESIDENTE**

Massimo Neri  
Paola Vezzani

*Membro effettivo*  
*Membro effettivo (segretario)*  
*Membro effettivo*

Glen Michael Alessi  
Cinzia Bianchi  
Riccardo Ferretti

*Membro supplente*

Matteo Rinaldini

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 45  
Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 12

**ORE 9.00**  
**Corso di Laurea in**  
**MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA**

<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatore</b>
1	91932	IL FOOD MARKETING E L'ANALISI DEI FORNITORI DI EATALY	RAVAZZONI
2	91648	IL BUDGET COME STRUMENTO DI PIANIFICAZIONE E CONTROLLO: EVOLUZIONE STORICA. APPLICAZIONE NELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE DI SERVIZI	LAZZINI
3	76828	ORIENTAMENTO AL CONSUMATORE E CUSTOMER SATISFACTION INDEX	TORELLI
4	100373	GESTIONE DELLE SOCIETÀ DI CALCIO: AUMENTARE I RICAVI ATTRAVERSO LA VALORIZZAZIONE DEL BRAND	TORELLI
5	83342	I SERVIZI BANCARI NELL'ERA DEL FINTECH	VEZZANI
6	74676	IL PROCESSO DECISIONALE DEL CONSUMATORE NELL'E-COMMERCE, UN CONFRONTO FRA REALE E VIRTUALE	MARIANI
7	79774	BUSINESS MODEL BY POLISISTEM	GALLI
8	89358	INFLUENCER MARKETING: UN NUOVO MODO DI FARE COMUNICAZIONE	MARIANI
9	90525	LE STRATEGIE DI MARKETING ALL'INTERNO DEI SOCIAL MEDIA: IL SOCIAL MEDIA MARKETING	GABRIELLI
10	79297	WEB MARKETING 2.0. LA STRATEGIA DIGITALE NELL'ERA DEI SOCIAL NETWORKS	GABRIELLI
11	91908	CONSUMER BEHAVIOUR DALL'APPRENDIMENTO AL MARKETING CONCEPT: L'INFLUENZA DEL CONDIZIONAMENTO CLASSICO E OPERANTE	MARIANI
12	78854	IL GREEN MARKETING E LA SUA APPLICAZIONE NEL SETTORE AUTOMOTIVE: IL CASO TOYOTA	TORELLI
13	78863	LA POLITICA AZIENDALE DEL CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY: IL CASO SANOFI	TORELLI
14	91237	FOOD MARKETING: COMUNICARE CON GUSTO	TORELLI
15	79266	IL MARKETING CHE ATTRAIE NELL'ERA DIGITALE	MARIANI
16	91909	VINCERE CON I CONTENUTI NELL'ERA 2.0	GABRIELLI
17	91771	DECISIONI E ACQUISTI D'IMPULSO	MARIANI
18	90491	INTELLIGENZA ARTIFICIALE: LA NUOVA RIVOLUZIONE INDUSTRIALE	MARIANI
19	79560	LA VALUTAZIONE DELLE IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI NEL BILANCIO DELLE AZIENDE	DI TOMA
20	90023	TECNICHE OPERATIVE E DI INDAGINE SULLA GDO: IL CASO CATANIA	TORELLI
21	81652	MATRICE DELLE COMPETENZE, MAPPATURA E PROGRAMMAZIONE DELLA FORMAZIONE ALLA LUCE DEL NUOVO CONTRATTO DEI METALMECCANICI	NERI
22	90714	TEORIA DEL PROSPETTO E PROMOZIONI: COME LA COMUNICAZIONE INFLUENZA LE DECISIONI	MARIANI
23	88896	STORYTELLING: IL POTERE DELLE STORIE NEL MARKETING	MARIANI
24	91863	IL CONTRIBUTO DELLO SMART WORKING ALLA FLESSIBILITA' DELLE ORGANIZZAZIONI	DI TOMA
25	90731	LA RETE COMMERCIALE IN UN MERCATO DIVISO TRA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E BUSINESS TO BUSINESS: IL CASO AZIENDALE OMSI SRL	GALLI
26	66377	NEUROMARKETING E NEUROSHOPPING: NUOVI STRUMENTI NEL FUTURO DEL MARKETING	RAVAZZONI
27	91887	MARKETING NON CONVENZIONALE	GABRIELLI
28	90737	IL MARKETING ESPERIENZIALE E SENSORIALE: INSIEME PER CREARE UN'ESPERIENZA UNICA E NUOVA NEL CONCEPT STORE. IL CASO LUSH	GABRIELLI
29	73362	IL SUPERMERCATO DEL FUTURO: VERSO L'INNOVAZIONE TRA AUTOMAZIONE E TRADIZIONE	MARIANI

30	88187	SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: IN BILICO TRA LE RELAZIONI INTER-ORGANIZZATIVE E LA GESTIONE DELL'OPERATIVITÀ AZIENDALE	LAZZINI
31	88902	IL BRAND RED BULL TRA LE STRATEGIE DI SPONSORIZZAZIONE ED IL MARCHIO	IOCCA
32	75093	REBRANDING: CAMBIARE PER MIGLIORARE. IL CASO CREATIVITY DAY	GABRIELLI
33	83648	LA COMUNICAZIONE NON CONVENZIONALE NEL SETTORE VITIVINICOLO: IL CASO VINITALY	TORELLI
34	88893	L'EXPORT DEI PRODOTTI FRESCHI NEL MERCATO EUROPEO	GALLI
35	79997	VISUAL MARKETING "UN'IMMAGINE VALE PIÙ DI MILLE PAROLE"	MARIANI
36	89099	STRATEGIE DI CRESCITA E IL CASO LACOTE SRL	NERI
37	88680	UN GRANDE OBIETTIVO PER USCIRE DALLA PROPRIA ZONA DI COMFORT. L'IMPORTANZA DEI PROCESSI MOTIVAZIONALI	MARIANI
38	91745	IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE DOPO LA CRISI ECONOMICA DEL 2008	FERRETTI FABRIZIO
39	91728	EVOLUZIONE DEL FRANCHISING NEL TEMPO. STORIA DEL SUCCESSO IN ITALIA	FERRETTI FABRIZIO
40	88491	LIMITI E OPPORTUNITÀ ALL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI: IL CASO LELLA BALDI	DI TOMA
41	93261	LA COMUNICAZIONE DIGITALE ED IL PROGETTO E-COMMERCE DI LACOTE S.R.L	NERI
42	71325	LA COMUNICAZIONE ALL'INTERNO DI UN CONTACT CENTER - SERVIZIO CLIENTI	GABRIELLI
43	92299	STUDIO SULLA DOCUMENTAZIONE RELATIVA ALL'I.T.S. (INTELLIGENT TRANSPORTATION SYSTEM)	TORELLI
44	78979	DIGITAL MARKETING NEL TURISMO	TORELLI
45	92733	LO SCENARIO EVOLUTIVO DELLE PRIVATE LABEL NELLA DISTRIBUZIONE MODERNA	RAVAZZONI
<b>Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE</b>			
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatore</b>
1	92990	DRONI: IL PROGRESSO DALL'AMBITO MILITARE AI PROTOTIPI PER DIFFONDERE CONNETTIVITÀ	FURINI
2	93571	PAUL STRAND E CESARE ZAVATTINI: GLI OCCHI E L'ANIMA DI UN PAESE	DI FRANCESCO
3	91770	IL VELO, PROCESSI DI IDENTIFICAZIONE	ESPOSITO
4	29980	MOTORVALLEY: ANALISI DEL MUSEO AZIENDALE E DEL TERRITORIO ATTRAVERSO LA MAPPA DEDICATA	MONTANARI FEDERICO
5	88420	IL CONCETTO DI "MEDIUM DELLA COMUNICAZIONE" IN NIKLAS LUHMANN E MARSHALL MCLUHAN: UN'INDAGINE EMPIRICA SUI SOCIAL MEDIA	CEVOLINI
6	93277	SOCIAL MEDIA MARKETING: STRATEGIE USATE DALLE AZIENDE PER CONDURRE IL PROPRIO BUSINESS SU TWITTER	FURINI
7	79524	LA COMUNICAZIONE POLITICA DEI NON POLITICI DI PROFESSIONE. IL CASO SEMIOTICO DI BEPPE GRILLO	MONTANARI FEDERICO
8	88903	LA COMUNICAZIONE VISIVA NELLA PROMOZIONE DEL TERZO SETTORE IN ITALIA – CASI STUDIO	MONTANARI FEDERICO
9	89344	THE BUSINESS OF SELF-HELP. HOW THE SELF-HELP EVOLVED FROM A MERE LITERATURE GENRE INTO A MULTI-BILLIONAIRE BUSINESS AND HOW IT IMPACTS OUR LIVES TODAY. IL BUSINESS DEL SELF-HELP, OVVERO COME IL SELF-HELP SI È EVOLUTO DA UN SEMPLICE GENERE LETTERARIO A UN BUSINESS MULTIMILIONARIO E L'IMPATTO CHE HA SULLE NOSTRE VITE OGGI	LEMME
10	88239	COSTRUZIONE SOCIALE DEL CORPO FEMMINILE	GRAZIANI
11	83747	LA DICOTOMIA DELLA FIGURA FEMMINILE NELL'ERA DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE E COMMERCIALE	MONTANARI FEDERICO
12	90499	LA COMUNICAZIONE VOLTA ALLA PROMOZIONE DELLA SALUTE: GLI EFFETTI DELLE CAMPAGNE ANTIFUMO SUI CONSUMATORI	IANI

**Direttore del Dipartimento  
Prof.ssa Maria Cristiana Martini**