UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 2A - ESAMI DI LAUREA

19.7.2018 - ore 10.30

Viale Allegri, 9 - Reggio Emilia
AULA D2.2

PRESIDENTE	Veronica Gabrielli
VICE PRESIDENTE	Fabrizio Montanari
Membro effettivo	Cinzia Bianchi
Membro effettivo (segretario)	Fabrizio Ferretti
Membro effettivo	Federico Montanari
Membro effettivo	Matteo Rinaldini
Membro effettivo	Anna Chiara Scapolan
Membro supplente	Cristina Guardiano
Membro supplente	Anna Francesca Pattaro
Membro supplente	Paola Vezzani
Membro ospite	Alberto Cevolini
Membro ospite	Mauro Salvador

Laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 3
Laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 5
Laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 1

ORE 10.30 Corso di Laurea Magistrale in ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
N.	**Matricola**	**Titolo della tesi**	**Relatore**	**Controrelatore**
1	104943	IL RUOLO DELLE CAPABILITIES AZIENDALI NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI	SCAPOLAN	
2	96951	INTERNAZIONALIZZAZIONE E PMI: TRA TEORIA E REALTÀ EMPIRICA	SCAPOLAN	
3	102424	INTERNAZIONALIZZAZIONE E GESTIONE DELLE RISORSE UMANE, IL RUOLO DEGLI EXPATRIATES NELLA PICCOLA E MEDIA IMPRESA: IL CASO COPROMEC SRL	SCAPOLAN	
Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
4	108918	LE DETERMINANTI DELLA CREATIVITÀ INDIVIDUALE NEGLI SPAZI COLLABORATIVI	SCAPOLAN/MONTANARI FABRIZIO	RINALDINI
5	94637	DIGITAL MARKETING: LA PROMOZIONE DELLA COMUNICAZIONE E DELL'IMMAGINE AZIENDALE ATTRAVERSO I SOCIAL MEDIA	GABRIELLI	
6	103935	LAVORO E RADICAMENTO NEI LUOGHI D'INNOVAZIONE APERTA: IL CASO DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA	SCAPOLAN/MONTANARI FABRIZIO	RINALDINI
7	103642	IL BRAND NAME IN CINA: UNA QUESTIONE CULTURALE	GABRIELLI	
8	103920	LA RIVOLUZIONE TELEVISIVA: DALLA TV VIA CAVO ALLA VISIONE IN STREAMING. IL CASO NETFLIX	GABRIELLI	
Corso di Laurea Magistrale in PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA				
9	101235	IL VIRAL DNA 2.0 E L'EVOLUZIONE DELL'IDENTITÀ DI MARCA. IL CASO SOLOCACAO	SALVADOR	MONTANARI FEDERICO
Corso di Laurea Magistrale in PUBBLICITA', EDITORIA E CREATIVITA' D'IMPRESA				
10	68930	L'OPERA D'ARTE COME FORMA DI COMUNICAZIONE. UN'ANALISI STORICO SOCIOLOGICA DEI METODI ESPOSITIVI. COLLEZIONE MASSIMO SOPRANI, UNA VETRINA SUL WEB.	CEVOLINI/MONTANARI FEDERICO	BIANCHI

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Maria Cristiana Martini

UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 2B - ESAMI DI LAUREA

19.7.2018 - ore 14.30

Viale Allegri, 9 - Reggio Emilia
AULA D0.1 (ex Aula 1)

PRESIDENTE	Paola Vezzani
VICE PRESIDENTE	Anna Chiara Scapolan
Membro effettivo	Cinzia Bianchi
Membro effettivo	Federico Montanari
Membro effettivo (segretario)	Anna Francesca Pattaro
Membro supplente	Veronica Gabrielli
Membro supplente	Matteo Rinaldini

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 38
Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 17

ORE 14.30
Corso di Laurea in
MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore
1	103791	ANALISI DEL MERCATO AGROALIMENTARE BIOLOGICO E DEI COSTI DI PRODUZIONE	FERRETTI FABRIZIO
2	97380	LA SCELTA DEL CONSUMATORE: IN CHE MODO LA PUBBLICITÀ INFLUISCE SU DI ESSA	GABRIELLI
3	92813	SPERANZA E DESOLAZIONE: FUGA DEGLI SPETTATORI DAGLI STADI	FERRETTI FABRIZIO
4	88927	IL MARKETING ESPERIENZIALE: IL RUOLO DELLE EMOZIONI	MARIANI
5	92440	L'EFFETTO PIGMALIONE SUL POSTO DI LAVORO	MARIANI
6	101679	BLOCKCHAIN AND CRYPTOCURRENCIES IMPACT FOR THE TRADING OF THE FUTURE AND DIGITAL MARKETING	TORELLI
7	97880	LA CONCILIAZIONE VITA-LAVORO IN UNA PROSPETTIVA DI GENERE	RINALDINI
8	101750	IL FENOMENO INFLUENCER: DALL'ENDORSEMENT AL PERSONAL BRANDING. IL CASO CHIARA FERRAGNI	GABRIELLI
9	90669	IL MARKETING EDITORIALE: IL CASO HARRY POTTER	GALLI
10	96944	PERSONE, EMPOWERMENT E COMUNICAZIONE – I TRE FATTORI STRATEGICI PER IL FUTURO DELLE AZIENDE VINCENTI: CASO LYONDELLBASELL INDUSTRIES	MARIANI
11	100852	MODA 2.0: NUOVI PARADIGMI DIGITALI	MARIANI
12	101397	DAL VINILE A SPOTIFY. COME SI E' ADATTATO IL MERCATO DISCOGRAFICO ALLA MUSICA"LIQUIDA"	GABRIELLI
13	97203	LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE NEL MERCATO DEL PRÊT-À-PORTER E IL CASO BURBERRY	GALLI
14	90689	MARKETING IMMOBILIARE: STRUMENTI E STRATEGIE APPLICATI AL SETTORE IMMOBILIARE	MARIANI
15	102646	DALL'IDEA ALL'IMPRESA – CREAZIONE DI UN BRAND - COME SI COSTRUISCE UN'IMPRESA E SI GENERA VALORE	TORELLI
16	102583	PROPAGANDA DEL TERRORISMO JIHADISTA: STRUMENTI E PRODOTTI DELLA COMUNICAZIONE TARGATA ISIS	TORELLI
17	91861	INNOVAZIONE SOCIALE: COME LE INIZIATIVE SOCIALI CONTRIBUISCONO AL BENESSERE DELLA SOCIETÀ	LAZZINI
18	82093	L'ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY: CIBO E VINO	GABRIELLI
19	93349	INSTAGRAM MARKETING - INSTAGRAM COME STRUMENTO DI PROMOZIONE	GALLI
20	90782	STARTUP: FROM "START" TO "UP", ANALISI DEI CONTESTI DI CRESCITA DI UNA STARTUP ATTRAVERSO UN CASO STUDIO, SMARTWEAR.	GALLI
21	102625	GLOBALIZZAZIONE, DISEGUAGLIANZE E CRISI DELLA DEMOCRAZIA	TORELLI
22	97838	DAL CONTRATTO DI VENDITA AL COMMERCIO ELETTRONICO. EVOLUZIONE NORMATIVA, ASPETTI E PROBLEMATICHE	IOCCA
23	101964	INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER IL MARKETING: SCENARI E CASI APPLICATIVI	MARIANI
24	97725	INFLUENZE DEI FATTORI MOTIVAZIONALI SULLA JOB EMBEDDEDNESS IN CONTESTI ORGANIZZATIVI	MONTANARI FABRIZIO
25	92031	L'AUTOMOBILE ELETTRICA: TREND DI MERCATO E IMPATTO ECONOMICO E SOCIALE	TORELLI

26	92726	LO SVILUPPO DELL'E-COMMERCE: IL CASO ASOS	RAVAZZONI
27	81482	CRISIS MANAGEMENT: LA RISPOSTA ALLA CRISI	GABRIELLI
28	101503	COUNTRY EFFECT, UN'INDAGINE ESPLORATIVA	GALLI
29	82338	MARKETING E SPONSORIZZAZIONI NEL SETTORE SPORTIVO	GABRIELLI
30	97451	CRISI AZIENDALI E STRUMENTI PER IL RISANAMENTO	DI TOMA
31	93331	SHARING ECONOMY E CROWDFUNDING: UN NUOVO MODO DI FARE IMPRESA	MARIANI
32	78754	BUSINESS PLAN: RIPOSIZIONAMENTO DI UN BUSINESS IN FASE DI MATURITÀ ATTRAVERSO I MARKETPLACE. INTERNAZIONALIZZAZIONE, MIGLIORAMENTO DEI FLUSSI FINANZIARI E AUMENTO DELLE MARGINALITÀ. CASE HISTORY LYRA BEARING S.R.L.	LAZZINI
33	88879	IL PRIMING: EFFETTI DELL'ATTENZIONE SUI COMPORTAMENTI DI CONSUMO	MARIANI
34	102442	STRATEGIC ANALYSIS OF ZARA (INDITEX GROUP) - ANALISI STRATEGICA DI ZARA (INDITEX GROUP)	TORELLI
35	90734	MODELLI MATEMATICI APPLICATI ALLA FARMACOVIGILANZA	DE PRETIS
36	100439	IL MARKETING DEGLI INFLUENCER: CASO STUDIO CHIARA FERRAGNI	GABRIELLI
37	97477	MARKETING E PSICOLOGIA APPLICATA: INDURRE STATI PSICOLOGICI POSITIVI NEI CONSUMATORI ATTRAVERSO L'ATMOSPHERIC, VARIABILE STRATEGICA DEL RETAILING MIX	CAVAZZA
38	84167	IL MARKETING NEI SETTORI B2B	TEDESCHI

Corso di Laurea in
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore
1	84054	ANALISI ED EVOLUZIONE DELLA PIRATERIA MUSICALE	FURINI
2	97479	LA PERSUASIONE NELL'ERA DIGITALE	IANI
3	54603	PRODUCT PLACEMENT CINEMATOGRAFICO NEL MONDO DELLA MODA. COME UN ACCESSORIO PUÒ DIVENTARE ICONICO	MONTANARI FEDERICO
4	97941	LA COMUNICAZIONE DEL RISCHIO. CONFORMITÀ PSICO-COGNITIVA DEL KID ALLA LUCE DEL NUOVO REGOLAMENTO UE 1286/2014	IANI
5	91726	IL SIMBOLISMO DEL COLORE ROSA NEL FILM "GRAN BUDAPEST HOTEL" DI WES ANDERSON	RAGONESE
6	92316	VIRAL VIDEO - ANALISI E PROTOTIPO	RAZZOLI
7	100120	ANALISI SEMIOTICA DI UNA CRISI: IL CASO CATALANO	MONTANARI FEDERICO
8	93058	"SMART CITY": SICUREZZA E PRIVACY	FURINI
9	90456	FARSI PUBBLICITÀ: AUTORAPPRESENTAZIONE DI UN MARCHIO TRA SEMIOTICA E STORYTELLING	RAGONESE
10	102112	FASHION BRANDS NELL'ERA DIGITALE. VERSO LA NUOVA COMUNICAZIONE	RAZZOLI
11	89465	CYBERBULLISMO: NUOVE FORME DI VIOLENZA ONLINE	IANI
12	89326	CESARE ZAVATTINI POETA E SCENEGGIATORE: DAL POEMETTO "TONI" ALLO SCENEGGIATO "LIGABUE"	DI FRANCESCO

13	91417	EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA IN CHIAVE STRATEGICA NELLE PMI: UN'ANALISI DEL CONTESTO TREVIGIANO	GABRIELLI
14	97963	L'ENTE CHE COMUNICA: L'ESPERIENZA DELLA CUSTOMER SATISFACTION DEGLI UTENTI DELL'URP DEL COMUNE DI REGGIO EMILIA	BAGHI
15	100162	EDHOMOOD: PROGETTARE LA COMUNICAZIONE IN UN CENTRO D'ACCOGLIENZA PER MINORI STRANIERI NON ACCOMPAGNATI (MSNA)	RAZZOLI
16	97738	FEMMINISMO 2.0: WOMEN EMPOWERMENT TRA DENUNCIA SOCIALE E FEMVERTISING	MONTANARI FEDERICO
17	73070	LA CREAZIONE DI VALORE ATTRAVERSO L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE - CATALOGO SALL 2018	GALLI

Direttore del Dipartimento

Prof.ssa Maria Cristiana Martini