UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

16.04.2019

Viale Allegri, 9 - Reggio Emilia
AULA MAGNA

PRESIDENTE	Riccardo Ferretti
VICE PRESIDENTE	Paola Vezzani
Membro effettivo	Paolo Di Toma
Membro effettivo	Maria Cristiana Martini
Membro effettivo (segretario)	Francesca Pancotto
Membro effettivo	Roberto Ravazzoni
Membro effettivo	Marcello Tedeschi
Membro supplente	Alberto Cevolini
Membro supplente	Fabrizio Ferretti
Membro supplente	Elvira Pelle

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 56
Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 38
Laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 6

ORE 9.00

Corso di Laurea in

MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	100781	IL CONTROLLO STRATEGICO DELLE IMPRESE: LA BALANCED SCORECARD	DI TOMA	PAOLO
2	102238	GLI INDIVIDUI: CHIAVE DEL SUCCESSO ORGANIZZATIVO	MONTANARI	FABRIZIO
3	97875	LA COMUNICAZIONE DI MARKETING COME MEZZO PER INFLUENZARE IL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE	GABRIELLI	VERONICA
4	97266	STRATEGIE DI INTEGRAZIONE TRA CANALE DI VENDITA OFFLINE E ONLINE. LA RECENTE ESPERIENZA DI DIFFUSIONE TESSILE	RAVAZZONI	ROBERTO
5	100777	LA CUSTOMER EXPERIENCE TRA PERCEZIONI E COINVOLGIMENTO EMOZIONALE	RAVAZZONI	ROBERTO
6	102752	SOCIAL COMMERCE E COMPORTAMENTO D'ACQUISTO. GLI EFFETTI DEL DIGITAL SULLA FIDUCIA DEL CONSUMATORE	TORELLI	FRANCO
7	100806	E-COMMERCE COME STRUMENTO DI MARKETING. LO SVILUPPO DEL RETAIL TRA NEGOZIO FISICO E STORE ONLINE: IL CASO THE NORTH FACE	GABRIELLI	VERONICA
8	79436	IL WEB MARKETING APPLICATO ALL'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI	LASAGNI	PAOLO
9	91412	IL RUOLO DEL SETTORE AGROALIMENTARE SULL'ECONOMIA ITALIANA, UN PUNTO DI FORZA	FERRETTI	FABRIZIO
10	97994	ANDAMENTO DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA IN ITALIA	FERRETTI	FABRIZIO
11	103445	LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA NEL MONDO DELL'EQUITAZIONE	GABRIELLI	VERONICA
12	90670	FILIERA PRODUTTIVA DEGLI PNEUMATICI: PROCESSI, ORGANIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE	NERI	MASSIMO
13	98230	L'IMMAGINE NELLA COMUNICAZIONE VISIVA: IL LINGUAGGIO FOTOGRAFICO E IL VISUAL MARKETING	MARIANI	MICHELE
14	74025	IL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT E L'IMPORTANZA STRATEGICA DEL MARKETING DEGLI ACQUISTI	TORELLI	FRANCO
15	102631	SISTEMI MONETARI INTERNAZIONALI E ATTACCHI SPECULATIVI: IL CASO GEORGE SOROS	PANCOTTO	FRANCESCA
16	103453	NBA: COME FUNZIONA IL MERCATO DEL BASKET NEGLI USA	FERRETTI	FABRIZIO
17	100078	MARKETING TURISTICO: VERSO UN TURISMO PIÙ SOCIAL	GALLI	GIOVANNA
18	101850	WEB MARKETING & E-COMMERCE: LO STATO DELL'ARTE E IL CASO MULAC COSMETICS	RAVAZZONI	ROBERTO
19	100958	LA SPONSORIZZAZIONE COME IMPORTANTE MEZZO DI COMUNICAZIONE IN AMBITO SPORTIVO	GALLI	GIOVANNA
20	84803	LA CONTABILITÀ ANALITICA NELLE AZIENDE DI PRODUZIONE SU COMMESSA. IL CASO COLOSIO SRL	LAZZINI	ARIANNA
21	101673	L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI MARKETING DA TRADIZIONALE A DIGITALE	GABRIELLI	VERONICA
22	97522	L'EVOLUZIONE DELL'E-COMMERCE NEI MODELLI DI SOCIAL SHOPPING: IL CASO SPIIKY S.R.L.	NERI	MASSIMO
23	88576	LA MOTIVAZIONE DALLE PRIME TEORIE STORICHE ALL'ANALISI CONTEMPORANEA	MARIANI	MICHELE
24	99990	LA CULTURA ORGANIZZATIVA E IL CASO DELL'EVERYTHING STORE DI AMAZON	MONTANARI	FABRIZIO
25	103040	IL PROJECT MANAGEMENT, VARIABILI D'IMPATTO SULLA PERFORMANCE DEI LAVORI SU PROGETTO E SULLA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE	NERI	MASSIMO

26	89340	LA COMUNICAZIONE INTERNA CREAZIONE DI VALORE NELL'IMPRESA START-UP, GESTIONE NELLE FASI DI SVILUPPO E CRISI	GABRIELLI	VERONICA
27	93624	DALL'ILLUMINISMO AL CREATIVISMO. "IL DIRITTO È LA NORMA CHE LA SOCIETÀ DEL MARKETING CHIEDE"	LEMME	GIULIANO
28	79629	LA STATISTICA APPLICATA ALLA GESTIONE DI UNA RETE VENDITA. ANALISI DELLA GESTIONE DI UNA RETE VENDITA ITALIA DEL SETTORE CERAMICO	TORELLI	FRANCO
29	103043	IL FUTURO DEL RETAIL NELL'ERA DIGITALE	RAVAZZONI	ROBERTO
30	92652	IL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE NEL SETTORE CALZATURIERO	MARIANI	MICHELE
31	79600	COME IL PACKAGING INFLUENZA IL PROCESSO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE	TEDESCHI	MARCELLO
32	83522	LA COMUNICAZIONE NEL MARKETING INDUSTRIALE: IL SETTORE DELLA COMPONENTISTICA PER MACCHINE AGRICOLE	RAVAZZONI	ROBERTO
33	88727	L' OPERATORE CUSTOMER SERVICE IN MARAZZI GROUP E LE TECNICHE DI COMUNICAZIONE UTILIZZATE IN ERA DIGITALE	GABRIELLI	VERONICA
34	111452	L'IMPORTANZA DELL'AMMINISTRAZIONE PER LA CRESCITA DI UN'IMPRESA	VIGNUDELLI	LEOPOLDO
35	103639	QUADRO DI UN'UCRAINA EUROPEA	FERRETTI	FABRIZIO
36	102382	LA STAMPA: IERI, OGGI E DOMANI. IL PASSAGGIO DAL CARTACEO AL DIGITALE	RINALDINI	MATTEO
37	84219	NEGOZIAZIONE E COMPONENTE CULTURALE: COME LA CULTURA DI APPARTENENZA AGISCE SULLE RELAZIONI COMMERCIALI	MARIANI	MICHELE
38	97333	AZIENDE B2B NEL MONDO DIGITALE: IL CASO MONARI PALLETS S.R.L.	GABRIELLI	VERONICA
39	103666	NETFLIX A 360°: ANALISI DEL FENOMENO DIGITALE E DELL'EVOLUZIONE AUDIOVISIVA	RINALDINI	MATTEO
40	103141	LA COMUNICAZIONE NEL LATO OSCURO DI INTERNET IN ITALIANO E INGLESE	ALESSI	GLEN MICHAEL
41	55382	EVOLUZIONE DELLA STRATEGIA E PIANO STRATEGICO DI BUSINESS	DI TOMA	PAOLO
42	81037	GLI STRUMENTI DEL COMMUNICATION MIX E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE IN UN'IMPRESA DI SERVIZI: L'AUTOSCUOLA	NERI	MASSIMO
43	102043	FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE NELL'E-COMMERCE. CASO AMAZON	RAVAZZONI	ROBERTO
44	46318	RUOLO DELLE APP NEL DIGITAL MARKETING	LASAGNI	PAOLO
45	83196	MACHINE LEARNING AND BIG DATA ANALYSIS TO PREDICT MARKET TRENDS AND CONSUMERS BEHAVIOR	TORELLI	FRANCO
46	88700	TRA INNOVAZIONI TECNOLOGICHE E STRATEGIE COMUNICATIVE: EVENTO LANCIO DINAMICO LAMBORGHINI AVENTADOR SVJ	GABRIELLI	VERONICA
47	83698	AUTONOMIA FINANZIARIA DEGLI ENTI LOCALI. LE ENTRATE COMUNALI: CARATTERISTICHE E MODALITA' DI RISCOSSIONE	PATTARO	ANNA FRANCESCA
48	103451	IL MARKETING ESPERIENZIALE	GABRIELLI	VERONICA
49	55287	LA PROTEZIONE CIVILE: L'ADATTAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE NELL'ATTIVITÀ DEL SERVIZIO NAZIONALE	DI TOMA	PAOLO
50	84898	LA MANUTENZIONE DEGLI ASCENSORI NELL'ERA DELL'IOT	MARIANI	MICHELE

AVVISO IMPORTANTE: I LAUREANDI DEL SECONDO TURNO POTRANNO ENTRARE IN AULA MAGNA SOLO AL TERMINE DEL PRIMO TURNO, A PARTIRE DALLE ORE 10.30

ORE 10.30

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	103443	CONTENT MARKETING: UNA NUOVA FORMA DI COMUNICAZIONE E UN'OPPORTUNITÀ PER LE PMI	DI TOMA	PAOLO
2	51831	IL RISK MANAGEMENT NEL SETTORE UTILITY	DI TOMA	PAOLO
3	102502	E-COMMERCE: ORIGINI STORICHE, SCELTE E PRINCIPI OPERATIVI, STRATEGIE DI MARKETING	GABRIELLI	VERONICA
4	101307	EXECUTION GOVERNANCE: SCEGLIERE IL MIGLIOR MODO DI COMUNICARE LA STRATEGIA AZIENDALE AD OGNI LIVELLO ORGANIZZATIVO	DI TOMA	PAOLO
5	88739	INTERNET E STARTUP: UN NUOVO MODELLO ORGANIZZATIVO E IMPRENDITORIALE	RINALDINI	MATTEO
6	104155	RELAZIONE DI TIROCINIO PRESSO B.S. MANUFACTURING S.R.L.	PATTARO	ANNA FRANCESCA

Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
7	59233	SOCIAL MEDIA IN FAMIGLIA: PAURE E INCOMPRENSIONI TRA ADULTI E ADOLESCENTI NELLA CULTURA DIGITALE	RAZZOLI	DAMIANO
8	102869	LEADERSHIP. TEORIA TRASFORMAZIONALE E CONDIZIONI DI EFFICACIA IN AMBITO ORGANIZZATIVO	GRAZIANI	ANNA RITA
9	79648	COMUNICAZIONE AZIENDALE NELL'ERA DEL WEB 2.0. ANALISI SEMIOTICA DEI CASI APPLE E GOOGLE E PROGETTAZIONE DI UNA CAMPAGNA COMUNICATIVA	MONTANARI	FEDERICO
10	97327	MARKETING NON CONVENZIONALE FRA SPREADABLE MEDIA E GUERRILLA: UNO SGUARDO SOCIOSEMIOTICO	MONTANARI	FEDERICO
11	98599	CRISI O NUOVI INIZI DELLA MODA? DAL MONDO DELLE RIVISTE AI NUOVI SPAZI DI PUBBLICITÀ E VENDITA	MONTANARI	FEDERICO
12	70838	IL COLORE NELLA SOCIETÀ E CULTURA OCCIDENTALE. UNO SGUARDO SIMBOLICO - SEMIOTICO	MONTANARI	FEDERICO
13	102467	NEWS DISCOURSE IN ENGLISH: FOCUS ON NEWS VALUES	ALESSI	GLEN MICHAEL
14	103896	UN NUOVO MODO DI FARE SCUOLA. LA BELLEZZA, LA CREATIVITÀ E L'INNOVAZIONE DELLE NUOVE TECNOLOGIE COME STRUMENTO DI APPRENDIMENTO E DI PARTECIPAZIONE ATTIVA	MONTANGERO	MANUELA
15	102113	ANTIPUB E SUBVERTISING. TATTICHE DI RESISTENZA URBANA CONTRO LA PUBBLICITÀ NEGLI SPAZI PUBBLICI	MONTANARI	FEDERICO
16	100106	MÉTISSAGE CULTURALE: DE/COSTRUZIONE DELL'IDENTITÀ NAZIONALE	MONTANARI	FEDERICO
17	100264	ARTE, CULTURA E MULTIMEDIALITÀ NEL CONTESTO EUROPEO	MONTANARI	FEDERICO
18	97933	LE VIE IN ROSA. SGUARDO SEMIOTICO SULLA COSTITUZIONE DEL FEMMINILE ALL'INTERNO DEI TESTI	RAGONESE	RUGGERO

19	108693	MAPPE MULTIMEDIALI: L'ESPERIENZA DELLE IMMAGINI SONORE IN "REGGIOLO IN CUFFIA"	MONTANARI	FEDERICO
20	91509	L'IMPATTO DEI SOCIAL MEDIA NEL TURISMO: UN'ANALISI SOCIO-SEMIOTICA	MONTANARI	FEDERICO
21	101291	DIGITAL STORYTELLING: ORIGINE E CAMPI DI APPLICAZIONE	CALABRESE	STEFANO
22	97482	STORYTELLING: L'EVOLUZIONE DELL'ARTE DI RACCONTARE STORIE DALLE ORIGINI ALL'EPOCA MODERNA	MONTANARI	FEDERICO
23	49182	LA GRANDE GUERRA RACCONTATA ATTRAVERSO L'EVOLUZIONE DELLA PROPAGANDA	MONTANARI	FEDERICO
24	102109	LE LINGUE DEGLI ITALIANI E IL PICCOLO SCHERMO: TRACCE DI REGIONALITÀ NEI PROGRAMMI D'INTRATTENIMENTO TELEVISIVI DI IERI E DI OGGI	GUARDIANO	CRISTINA
25	102189	LA MUSICA NELL'ERA DIGITALE: DALLA NASCITA DEL CD ALLO STREAMING	MONTANARI	FEDERICO
26	101942	SE SON STORY FIORIRANNO. IL DIGITAL STORYTELLING COME STRATEGIA COMUNICATIVA	RAGONESE	RUGGERO
27	93117	AGGRESSIVITÀ E VIOLENZA NEI VIDEOGIOCHI	CAVAZZA	NICOLETTA
28	97498	LA DISTORSIONE DELLA COMUNICAZIONE: IL CASO DI RUSSIA E UCRAINA	MONTANARI	FEDERICO
29	103305	I MISTERI DI ROMA. ZAVATTINI E L'EVOLUZIONE DEL FILM INCHIESTA	DUSI	NICOLA MARIA
30	100236	DISNEYLAND: LA MAGIA ALLA PORTATA DEL REALE. ANALISI DEI MECCANISMI DI COMUNICAZIONE E IMMERSIVITÀ DEI PARCHI TEMATICI PIÙ FAMOSI AL MONDO	CALABRESE	STEFANO
31	91853	I MISTERI DI ROMA: L'INCHIESTA NELL'ORDINARIO E IL CORAGGIO DI ZAVATTINI NEI GIOVANI REGISTI	DUSI	NICOLA MARIA
32	104439	LORENZA MAZZETTI: DA K A TOGETHER PER RACCONTARE GLI 'ESTRANEI', NEL CINEMA E NON SOLO	DUSI	NICOLA MARIA
33	83828	GLI EFFETTI DELLA PERSUASIONE E DELLA MANIPOLAZIONE NELLA PUBBLICITÀ E NEI SOCIAL NETWORK: COME SCOPRIRE L'INGANNO	IANI	CRISTINA
34	98649	L'ANALISI DEL VERO, UN'INCHIESTA ZAVATTINIANA: IL CASO DE "I MISTERI DI ROMA"	DUSI	NICOLA MARIA
35	91016	ROCK PER L'AFRICA. UNO SGUARDO SOCIO-SEMIOTICO SULLE FORME DI SOLIDARIETA' CONTEMPORANEE	MONTANARI	FEDERICO
36	97164	LA COMUNICAZIONE SUL WEB DI IMPACT HUB: ANALISI DELLE SCELTE LINGUISTICHE IN INGLESE	ALESSI	GLEN MICHAEL
37	83656	IL CALCIO AI TEMPI DEI SOCIAL MEDIA: IL CASO INTER	MONTANARI	FEDERICO
38	92749	DAL DATO AL VALORE ECONOMICO. L'IMPATTO DELLA MODA NELL'ERA DELLE PIATTAFORME DIGITALI	MONTANARI	FEDERICO
39	80096	IL FENOMENO DELL'EWOM: COME IL PASSAPAROLA ONLINE HA INFLUENZATO LE DECISIONI DI CONSUMO	CAVAZZA	NICOLETTA
40	79422	COSA SONO LE NUOVE GUERRE? ANALIZZARE I CONFLITTI DEL XXI SECOLO	LA BELLA	GIANNI
41	102929	WHEN THE SCANDAL KNOCKS: COME COMUNICARE IN LINGUA INGLESE NEL CASO DI UNA CRISI AZIENDALE	ALESSI	GLEN MICHAEL
42	82710	IL GRUPPO PANINI: STORIA DEL MITO E STRATEGIE DEL MERCATO ITALIA	GUARDIANO	CRISTINA
43	97013	LO SVILUPPO MORALE NEI BAMBINI E ADOLESCENTI	GRAZIANI	ANNA RITA
44	100167	L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE DEI NEGOZI DI MODA CON L'AVVENTO DEL FAST FASHION. COME LE PICCOLE IMPRESE DIFENDONO IL MERCATO DALLE GRANDI CATENE E DAL WEB	MONTANARI	FEDERICO

ORE 11.30

Corso di Laurea Magistrale in

MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	114211	UTILIZZO DEI DATI SATELLITARI COME STRUMENTO SOCIOECONOMICO: ANALISI SUL TERRITORIO NAZIONALE ITALIANO	PANCOTTO	DI TOMA
2	105151	STRATEGIE DI PRODUCT MANAGEMENT NEL SETTORE FARMACEUTICO	RAVAZZONI	
3	114339	ROBO ADVISOR, L'EVOLUZIONE DELLA CONSULENZA FINANZIARIA: DESCRIZIONE E CONFRONTO DI QUESTI NUOVI OPERATORI EMERGENTI DAL FENOMENO FINTECH	VEZZANI	
4	113640	GLI ECOSISTEMI DIGITALI AI TEMPI DEI BIG DATA	RAVAZZONI	
5	112230	FAMILY BUSINESS: L'IMPORTANZA E L'INFLUENZA DEL SOCIOEMOTIONAL WEALTH NELL'ATTIVITÀ D'IMPRESA	DI TOMA	
6	115083	L'AMBIDEXTERITY NELLE PMI: IL CASO DI UNA PMI REGGIANA	DI TOMA	

Direttore del Dipartimento

Prof.ssa Giovanna Galli