



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

07.03.2019 - ore 9.00

Viale Allegri, 9 - Reggio Emilia

AULA MAGNA

**PRESIDENTE
VICE PRESIDENTE**

Marcello Tedeschi
Paolo Di Toma

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

Cinzia Bianchi
Giancarlo Corsi
Nicola Maria Dusi
Elvira Pelle
Federico Montanari

Membro ospite
Membro ospite
Membro ospite
Membro ospite

Giovanna Galli
Maurizio Mercurio
Fabio Muzzio
Massimo Neri

Membro supplente

Nicoletta Cavazza

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 54
Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 14

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

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	103320	RETAIL SHOPPING EXPERIENCE - LA RIVOLUZIONE DEGLI ACQUISTI	RAVAZZONI	ROBERTO
2	99697	LA GESTIONE DELLO SPAZIO ESPOSITIVO NEI PUNTI VENDITA A LIBERO SERVIZIO	RAVAZZONI	ROBERTO
3	97742	L'EVOLUZIONE DEL MARKETING NELL'ERA DIGITALE. L'UTILIZZO DEL DIGITAL SIGNAGE PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA	DI TOMA	PAOLO
4	88642	MARKETING DEL MERCATO BIOLOGICO	TORELLI	FRANCO
5	98410	MOBBING	RINALDINI	MATTEO
6	85167	LE TENTAZIONI PROTEZIONISTICHE NELL'ERA DI TRUMP	FERRETTI	FABRIZIO
7	98373	IL PUNTO VENDITA. ORIGINE, EVOLUZIONE E MULTISENSORIALITÀ	RAVAZZONI	ROBERTO
8	74302	PROFILI DI SVILUPPO DEL MERCATO ITALIANO DEL PETFOOD E DEL PETCARE. IL CASO AZIENDALE "CROCE AZZURRA PADOVA"	RAVAZZONI ROBERTO	BORGATO MARIA
9	95227	MOTIVARE LE RISORSE UMANE. STRUMENTI DELL'ORGANIZZAZIONE E SODDISFAZIONE DELLE PERSONE	MARIANI	MICHELE
10	102087	IL MARKETING SENSORIALE	GABRIELLI	VERONICA
11	97382	CUSTOMER SATISFACTION	TORELLI	FRANCO
12	102758	PROFILI DI SVILUPPO DEL DIGITAL MARKETING NEL SETTORE DELLA MODA	RAVAZZONI	ROBERTO
13	92021	L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE E LA TEORIA DEI NUDGE: COMPRENDERE E INDIRIZZARE I MISBEHAVING	MARIANI	MICHELE
14	92703	UNA PROSPETTIVA D'IMPRESA SOSTENIBILE: L'ECONOMIA CIRCOLARE DALLO SPRECO AL VALORE	TORELLI	FRANCO
15	98207	ASSISTENZA FISCALE. IL CASO CNA SERVIZI	PATTARO	ANNA FRANCESCA
16	90446	IL PRODUCT PLACEMENT NEL CINEMA	MARIANI	MICHELE
17	89043	DISOCCUPAZIONE E CRESCITA ECONOMICA: ANALISI DELL'IMPATTO DELLA DISOCCUPAZIONE SULLE VARIABILI ECONOMICHE IN ITALIA	FERRETTI	FABRIZIO
18	97119	RELIGIONE & MARKETING: QUANDO IL SACRO INCONTRA IL PROFANO	GABRIELLI	VERONICA
19	97889	MARKETING INTERNO: L'EMPLOYER BRANDING E LA "GUERRA DEI TALENTI"	TORELLI	FRANCO
20	97777	MARKETING MUSEALE: CASO STUDIO CSAC	GALLI	GIOVANNA
21	102581	LA GESTIONE DEL VALORE DEL BRAND, LA BRAND EQUITY	TORELLI	FRANCO
22	101299	L'AMMINISTRAZIONE DELLE ORGANIZZAZIONI DI VOLONTARIATO ALLA LUCE DELLA RIFORMA DEL TERZO SETTORE	DI TOMA	PAOLO
23	82291	INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI NEL NUOVO MILLENNIO: IL RUOLO DELLA DIGITALIZZAZIONE	RAVAZZONI	ROBERTO
24	101740	MARKETING ESPERIENZIALE E SENSORIALE: L'INFLUENZA DELLA MUSICA SUL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO	GALLI	GIOVANNA
25	102237	INFLUENCER MARKETING: PRESENTE E FUTURO DELLA COMUNICAZIONE DI BRAND	GABRIELLI	VERONICA
26	101410	I QUOTIDIANI NELL'INDUSTRIA DELLA COMUNICAZIONE	VEZZANI	PAOLA
27	102081	IL MARKETING AI GIORNI NOSTRI	GABRIELLI	VERONICA

28	84485	IL SETTORE MODA DOPO L'AVVENTO DI INTERNET	RAVAZZONI	ROBERTO
29	97687	LA LEGALITÀ: IL CASO FATTURAZIONE ELETTRONICA	TORELLI	FRANCO
30	98155	ORGANIZZAZIONE E PIANIFICAZIONE DI UN EVENTO: IL CASO CRAZY PEOPLE	RAVAZZONI	ROBERTO
31	100870	DOMANDA ED OFFERTA DEI BENI CULTURALI: I MUSEI E LA LORO ORGANIZZAZIONE IN ITALIA	FERRETTI	FABRIZIO
32	101293	MARKETING ESPERIENZIALE E CARATTERISTICHE DEL PUNTO VENDITA	GABRIELLI	VERONICA
33	104251	IL DESIGN THINKING PER LA CREAZIONE DI VALORE NELL'INNOVAZIONE	TORELLI	FRANCO
34	102775	ESPERIENZA DI STAGE: CENNI SU TASSAZIONE LAVORO DIPENDENTE E ANALISI MANAGEMENT DI IMPRESA	PATTARO	ANNA FRANCESCA
35	80084	IL MARKETING NEL MONDO VITIVINICOLO - PRODUZIONE, COMMERCIALIZZAZIONE, DISTRIBUZIONE E PSICOLOGIA	MARIANI	MICHELE
36	89149	SHARING ECONOMY: EVOLUZIONE ED EFFETTI SUL SISTEMA ECONOMICO E SOCIALE	MARIANI	MICHELE
37	96928	L'IRRAZIONALITÀ DELLA SCELTA: ECONOMIA COMPORTAMENTALE E APPLICAZIONI DI MARKETING	FERRETTI	FABRIZIO
38	103449	L'IMPRESA FAMILIARE, LO SVILUPPO DEL GRUPPO VERONESI	DI TOMA	PAOLO
39	101094	DAL BRAND AL LOVEMARK: VIAGGIO TRA MENTE E CUORE	GABRIELLI	VERONICA
40	102626	IL MARKETING TURISTICO: IL CASO DI REGGIO EMILIA	TORELLI	FRANCO
41	98216	GREEN BUILDING, DALLE ABITAZIONI CON STRUTTURA IN LEGNO ALLA LOTTA ALL'INQUINAMENTO	RAVAZZONI	ROBERTO
42	71158	IL RUOLO DELLA MOTIVAZIONE SULLA PERFORMANCE DEGLI INDIVIDUI NELLE ORGANIZZAZIONI MODERNE	MARIANI	MICHELE
43	109810	PASSARE EFFICACEMENTE DAL LAVORO INDIVIDUALE AL LAVORO IN COPPIA. STUDIO DI UN CASO PRATICO NEL CANOTTAGGIO AGONISTICO	MONTANARI	FABRIZIO
44	79407	BUSINESS DELLE ATTIVITÀ CRIMINALI ORGANIZZATE	TORELLI	FRANCO
45	98014	L'IMPORTANZA DEL PREZZO NELLE SCELTE D'ACQUISTO	MARIANI	MICHELE
46	97898	IL CONTRATTO DI AGENZIA	IOCCA	MARIA GRAZIA
47	100707	L'AGENZIA PUBBLICITARIA E LA PIANIFICAZIONE DEI MEDIA	GABRIELLI	VERONICA
48	101891	IL CONTROLLO DIREZIONALE	DI TOMA	PAOLO
49	103286	QUANDO LA MUSICA DIVENTA MARKETING: LA LORO PERFETTA SINERGIA NEL SOUND BRANDING	GABRIELLI	VERONICA
50	88897	MIGLIORARE IL LUOGO DI LAVORO ATTRAVERSO LA MOTIVAZIONE	MARIANI	MICHELE
51	88874	LA POLITICA ECONOMICA ITALIANA, GLI ANNI '80 E LA CRESCITA DEL DEBITO PUBBLICO	FERRETTI	FABRIZIO
52	55499	LA PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE: FATTORI INDIVIDUALI E SOCIALI CHE INFLUENZANO LE SCELTE DI ACQUISTO	GRAZIANI	ANNA RITA
53	81987	ECONOMIA COMPORTAMENTALE: L'INFLUENZA DEI FATTORI SOCIALI E PSICOLOGICI SUL COMPORTAMENTO ECONOMICO	FERRETTI	FABRIZIO
54	91867	L'OMNISCANALITÀ	RAVAZZONI	ROBERTO

**Corso di Laurea in
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	102728	IL POTERE DELLE STORIE. IL RUOLO DELLO STORYTELLING NELLA PUBBLICITÀ E IL CASE STUDY APPLE	MONTANARI	FEDERICO
2	92410	L'EVOLUZIONE DELLA CUCINA: DALLA TECNOLOGIA AL NUOVO MODELLO DI CONVIVIALITÀ	MONTANARI	FEDERICO

3	97915	LA VERTIGINE DELLA VISIONE. UN'ANALISI SEMIOTICA DELLA CONVERGENZA TRA ESPERIENZA MEDIALE DELLE TV SERIES E DEI SOCIAL NETWORK	MONTANARI FEDERICO	VITI SILVIA
4	91416	"INSTAGRAMMABILE". IL TURISMO VISIVO ALLA PROVA DI INSTAGRAM	RAZZOLI	DAMIANO
5	101623	MARKETING COMUNICATIVO: ANALISI E SVILUPPO DEL BRAND MSG	IANI	CRISTINA
6	83023	GLI ADOLESCENTI E L'INFLUENZA DEI MASS-MEDIA SULL'IMMAGINE DI SÈ	GRAZIANI	ANNA RITA
7	90738	DA CANTERBURY ALLA LOMELLINA, UN PROGETTO INSOLITO	LEMME	GIULIANO
8	102205	INTERFACCIA UOMO-MACCHINA NELLA GUIDA AUTONOMA	IANI	CRISTINA
9	100964	SÈ, RELAZIONI SOCIALI E SOCIAL MEDIA	CAVAZZA	NICOLETTA
10	100751	"UN NUOVO ALLEATO", IL RUOLO SVOLTO DALLA MAFIA IN SICILIA DURANTE LA SECONDA GUERRA MONDIALE	LA BELLA GIANNI	CARRETTIERI MIRCO
11	97301	ORALITÀ, SCRITTURA E STAMPA. ANALISI SULLE DINAMICHE E GLI EFFETTI SOCIALI E INDIVIDUALI DALLA MEMORIA AL LIBRO STAMPATO	CEVOLINI	ALBERTO
12	102483	LA COMUNICAZIONE E LA PROPAGANDA GRAFICA DEL VENTENNIO FASCISTA	LA BELLA GIANNI	CARRETTIERI MIRCO
13	102916	LE INTERFACCE CONVERSAZIONALI	FURINI	MARCO
14	100154	CRISI AMBIENTALE: IL WEB E IL MARKETING NON CONVENZIONALE COME STRUMENTI STRATEGICI PER UNA NUOVA COMUNICAZIONE AMBIENTALE	MONTANARI	FEDERICO

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli

ORE 10.30				
Corso di Laurea Magistrale in				
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	105341	LA SELEZIONE DEL PERSONALE BASATA SULLE COMPETENZE	NERI	
Corso di Laurea Magistrale in				
PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA				
2	114552	SOCIAL MEDIA MARKETING: COME LE AZIENDE UTILIZZANO LA COMUNICAZIONE ONLINE	MUZZIO	
3	114400	STARBUCKS: DAL PIANO DI COMUNICAZIONE AL SUCCESSO GLOBALE	MUZZIO	
Corso di Laurea Magistrale in				
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
4	114935	STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE E COUNTRY OF ORIGIN EFFECT, ANALISI DEL MADE IN ITALY. IL CASO: MADE IN MARCHE FOOD & BEVERAGE	GALLI	TEDESCHI
5	115275	CUSTOMER BASED BRAND EQUITY E DESTINATION BRAND: IL CASO DELLA COSTIERA AMALFITANA	GALLI	TEDESCHI
Corso di Laurea Magistrale in				
PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA				
6	104993	GUERRILLA MARKETING: FOCUS SUL TRIBAL MARKETING	MERCURIO	
Corso di Laurea Magistrale in				
ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
7	79647	L'INNOVAZIONE NEI MODELLI DI BUSINESS: IL CASO SATISPAY	DI TOMA	

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli