



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 7 - ESAMI DI LAUREA

17.04.2019 - ore 09.00

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

PRESIDENTE
VICE PRESIDENTE

Giuliano Lemme
Nicoletta Cavazza

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

Glen Michael Alessi
Ilaria Baghi
Giancarlo Corsi
Maria Grazia Iocca
Arianna Lazzini

Membro supplente

Anna Rita Graziani

Laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 16

ORE 09.00
Corso di Laurea Magistrale in
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	115160	SVIZZERA E UNIONE EUROPEA: CHIAVE DI LETTURA PER UN'ASIMMETRIA INFORMATIVA	LEMME	IOCCA
2	114478	ANALISI INCENTIVI PER LA MOBILITÀ ELETTRICA	LEMME	BAGHI
3	115363	PASSATO, PRESENTE E FUTURO: IL MONDO DELL'E-COMMERCE	LEMME	
4	113844	LA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN TRA SFIDE E OPPORTUNITÀ. INDAGINE SULLE PRINCIPALI APPLICAZIONI: DAI BITCOIN ALLA SUPPLY CHAIN	LEMME	CORSI
5	104970	FACEBOOK, GOOGLE E AMAZON: I COLOSSI DELL'INDUSTRIA DIGITALE E I PROBLEMI CON L'ANTITRUST DELL'UNIONE EUROPEA	LEMME	
6	114473	EVOLUZIONE ECONOMICO-NORMATIVA DELLE SOCIETÀ DI CALCIO PROFESSIONISTICHE: IL FINANCIAL FAIR PLAY E IL CASO AS ROMA SPA	LEMME	
7	113632	DIRITTO E PRATICHE GESTIONALI NEL SETTORE CALCISTICO	LEMME	
8	115170	GLOBALIZZAZIONE, MERCATO E IMPRESE: FOCUS SU MULTINAZIONALI E PMI	LEMME	
9	114475	LA DESERTIFICAZIONE COMMERCIALE DEI CENTRI STORICI: UN FENOMENO DA CONTRASTARE	LEMME	
10	114477	L'INTRODUZIONE DI UNA NUOVA VARIABILE NEL PROCESSO DECISIONALE: IL VALORE SAR NELL'ACQUISTO DI UN NUOVO SMARTPHONE	LEMME	
11	114770	IL MARKETING BANCARIO E L'ADATTAMENTO ALL'ERA DIGITALE: SERVIZI RIVOLUZIONARI PER PRIVATI, FAMIGLIE E IMPRESE	LEMME	
12	115175	LA NUOVA FRONTIERA DEL MARKETING, IL TRANSPERSONALE. UNO STUDIO APPROFONDITO DELLE SFACCETTATURE DEL MARKETING	LEMME	
13	114958	L'INFLUENCER MARKETING, LA PUBBLICITÀ OCCULTA SU INSTAGRAM E IL PROBLEMA DELLA REGOLAMENTAZIONE GIURIDICA IN ITALIA DI TALE NUOVA FORMA DI PUBBLICITÀ	LEMME	
14	115088	AGGIRARE IL CODICE DEL CONSUMO ATTRAVERSO I DIGITAL INFLUENCER: IL CASO ALITALIA - LUFTHANSA	LEMME	
15	95249	EXCHANGE TRADED FUND: EFFETTI SULLA LIQUIDITÀ E SULLA VOLATILITÀ NELLE AZIONI SOTTOSTANTI	LEMME	
16	105194	PRIVACY E SOCIAL MEDIA: UN FOCUS SULLA REGOLAMENTAZIONE EUROPEA	LEMME	

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli