



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

**Dipartimento di Comunicazione
ed Economia**

COMMISSIONE 3 - ESAMI DI LAUREA

04.03.2021 ore 14.00

Seduta di laurea telematica

PRESIDENTE

Nicoletta Cavazza

VICE PRESIDENTE

Veronica Gabrielli

Membro effettivo (segretario)

Fabrizio Montanari

Membro effettivo

Francesco Poggi

Membro effettivo

Margherita Guidetti

Membro effettivo

Anna Rita Graziani

Membro effettivo

Monica Alexandrina Irimia

Membro ospite

Ilaria Baghi

Membro supplente

Cristina Guardiano

Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 14

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: 4

Laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 2

GRUPPO 1: ORE 14.00

Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE			
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore
1	114221	IL LINGUAGGIO POLITICO DI SILVIO BERLUSCONI NEI MESI DELLA "DISCESA IN CAMPO"	GIANNI LA BELLA
2	124441	LA MUSICA TRAP: TRA SPAZIO E ILLUSIONE	DAMIANO RAZZOLI
3	117741	LUCI E OMBRE NELL'ERA DIGITALE: LA TECNOLOGIA PERSUASIVA E IL DILEMMA DEI SOCIAL NETWORK	MARCO FURINI
4	117844	I NUTELLA BISCUITS: ANALISI DI UN SUCCESSO FRA MARKETING E SEMIOTICA	RUGGERO RAGONESE
5	121104	ISTITUZIONI CULTURALI E COVID-19: LA DIGITALIZZAZIONE DELL'ARTE PERFORMATIVA NEL CASO DI 1 METER CLOSER	DAMIANO RAZZOLI
6	117218	LA RELAZIONE CON L'IMMAGINE NELLA STRUTTURA DELLA LINGUA DIGITALE	CRISTINA GUARDIANO
7	122595	VIAGGIO NEL FANTASTICO MONDO DI HARRY POTTER: ANALISI SEMIOTICA DI UN SUCCESSO	CINZIA BIANCHI
8	124513	LE TECNICHE DELLA PERSUASIONE NELLA PUBBLICITÀ SOCIALE: UNO STUDIO PILOTA DI EFFICACIA NEL CAMPO DELLA TUTELA DA COVID-19	FEDERICO RICCI
9	118675	I SOCIAL MEDIA E IL LORO RUOLO NEL SETTORE DELLA MODA	MARCO FURINI
10	117581	GLI HATERS E L'EVOLUZIONE DELL'ODIO ONLINE	GIANCARLO CORSI
11	109060	L'ITALIA DEI PARTITI E LA CRISI DELLA PRIMA REPUBBLICA	GIANNI LA BELLA
12	102864	IL SERVIZIO DI STATO CIVILE AI TEMPI DEL CORONAVIRUS: OPERATIVITÀ SMART NELL'ATTESA DI UN DESIGN DIGITALE	DAMIANO RAZZOLI
13	54688	IL MODELLO ASSICURATIVO E LA SFIDA DEI BIG DATA. UNO STUDIO DI CASO: ALLIANZ BONUS DRIVE	ALBERTO CEVOLINI
14	123161	DALL'ITALIANO ALL'E-TALIANO: COME LA RIVOLUZIONE DIGITALE HA MODIFICATO LA NOSTRA LINGUA	CRISTINA GUARDIANO

GRUPPO 2: ORE 14.30

Corso di Laurea in ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	135718	IL CONSUMO DELLE IMMAGINI E IL RUOLO SOCIALE DELLA MARCA: DALLA VETRINA AL VIRAL MARKETING	BAGHI	
2	137648	LE RISPOSTE DELLE AZIENDE E DEI CONSUMATORI ALLE CRISI REPUTAZIONALI DELLE IMPRESE	BAGHI	
Corso di Laurea in PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
3	135087	IL PACKAGING COME STRUMENTO DI MARKETING SOSTENIBILE	BAGHI	
4	134859	NORME E BUONE PRATICHE PER UNA COMUNICAZIONE IN OTTICA DI GENERE. LA BATTAGLIA DI DOVE PER UNA RAPPRESENTAZIONE PIÙ REALE DELLE DONNE ALL'INTERNO DELLA PUBBLICITÀ	BAGHI	
5	136998	IL MARKETING OLFATTIVO COME STRUMENTO DEL CONSUMATORE	BAGHI	
6	126365	L'ACCETTAZIONE DI ELETTRODOMESTICI INNOVATIVI: UNO STUDIO SULLO STRUMENTO DI COTTURA SOUS-VIDE	CAVAZZA	GRAZIANI
Corso di Laurea in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
7	138076	NEOFobia ALIMENTARE E CRITERI DI SCELTA DEI CIBI	CAVAZZA	GUIDETTI
8	135746	IL BRAND POSITIONING E LA SUA TRADUZIONE OPERATIVA NELLA STRATEGIA OCEANO BLU: IL CASO YELLOW TAIL	GABRIELLI	
9	126065	IL DIGITAL MARKETING NELL'IMPRESA SPORTIVA CONTEMPORANEA	GABRIELLI	

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli