



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 4 - ESAMI DI LAUREA

14.04.2021 ore 14.30

Seduta di laurea telematica

PRESIDENTE

Marco Furini

VICE PRESIDENTE

Cinzia Bianchi

Membro effettivo (segretario)

Leopoldo Vignudelli

Membro effettivo

Silvia Cacchiani

Membro effettivo

Paolo Colombo

Membro effettivo

Nicola Maria Dusi

Membro effettivo

Matteo Rinaldini

Membro effettivo

Andrea Sciandra

Membro ospite

Maria Barberio

Membro ospite

Giuliano Lemme

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 27

Laureandi del corso di laurea triennale in Scienza della Comunicazione: 17

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: 4

GRUPPO 1: ORE 14.30

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	70301	STUDIO DI FATTIBILITÀ E PROGETTAZIONE D'IMPRESA - UNA CASA FAMIGLIA CON CENTRO DIURNO DEDICATO AGLI ANZIANI	ARIANNA	LAZZINI
2	123438	L'ASCESA DEL GAMBLING ONLINE	PAOLO	LASAGNI
3	117606	IL BUSINESS MODEL E LA SUA GESTIONE STRATEGICA: IL CASO ZARA	PAOLO	DI TOMA
4	122469	LA PUBBLICITÀ E IL COVID-19: IN CHE MODO IL VIRUS HA CONTAGIATO ANCHE LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	VERONICA	GABRIELLI
5	125301	IL RUOLO DEL POPULISMO NELLA CRESCITA E DIFFUSIONE DELLE TEORIE DEL COMLOTTO INERENTI AL COVID-19	MARGHERITA	GUIDETTI
6	123114	SCHEMA PONZI & NETWORK MARKETING: ANALOGIE E DIFFERENZE	MATTEO	RINALDINI
7	117133	BLOCKCHAIN E DISTRIBUTED LEDGER TECHNOLOGY COME STRUMENTO DI TUTELA DEL "MADE IN ITALY"	ROBERTO	RAVAZZONI
8	121873	INTERNAZIONALIZZAZIONE DEI MERCATI E L'ADATTAMENTO STRATEGICO AL CONTESTO COMPETITIVO ALLARGATO DI G.D S.P.A	MARCELLO	TEDESCHI
9	110411	IL COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI ATTRAVERSO LE DIMENSIONI CULTURALI DI HOFSTED: COME CAMBIA IL MODELLO DI CONSUMO TRA LE DIFFERENTI CULTURE	MARGHERITA	GUIDETTI

GRUPPO 2: ORE 14.45

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	122081	L'IMPATTO DELLE EMOZIONI E DELLE NEUROSCIENZE APPLICATE ALL'ESPERIENZA D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE	VERONICA	GABRIELLI
2	120930	INTRODUZIONE ALLA DATA ECONOMY: IL CASO AMAZON E L'ANTITRUST	FABRIZIO	FERRETTI
3	123794	L'EVOLUZIONE DELL'ADVERTISING ONLINE: LO SVILUPPO DI INSTAGRAM COME STRUMENTO PUBBLICITARIO	PAOLO	LASAGNI
4	124018	IL FENOMENO DEL CO-BRANDING: QUANDO FOOD & BEVERAGE DIVENTANO FASHION, L'UNIONE DI DUE SETTORI	PAOLO	DI TOMA
5	75190	LA RIVOLUZIONE DIGITALE NEL RETAIL STORE	MARCELLO	TEDESCHI
6	121760	CONSUMER BRAND ENGAGEMENT AND INVOLVEMENT NEI CONTESTI DIGITALI	MARCELLO	TEDESCHI
7	98380	COVID-19 E IL SUO IMPATTO NEL MONDO	FABRIZIO	FERRETTI
8	113476	ANALISI DIAGNOSTICA DEL RISCHIO STRUTTURALE ALL'INTERNO DELLE IMPRESE FAMILIARI	ARIANNA	LAZZINI
9	110911	NUOVI PROFILI DI SVILUPPO DEL WEB 3.0 NEL SETTORE AUTOMOTIVE	ROBERTO	RAVAZZONI

GRUPPO 3: ORE 15

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	103293	BILANCIO CONDOMINIALE DOPO LA RIFORMA DEL 2012 E LA SUA GESTIONE DIGITALE	ANNA FRANCESCA	PATTARO
2	118648	IL FRANCHISING COME FORMA DI AFFILIAZIONE E STRATEGIA DI SVILUPPO COMMERCIALE	MARIA GRAZIA	IOCCA
3	123834	BIG DATA E SOCIAL MEDIA MARKETING : UN NUOVO MODO DI FARE BUSINESS NELL'ERA DIGITALE	MATTEO	RINALDINI
4	121026	SPORT E COMUNICAZIONE DIGITALE: L'IMPATTO DEL WEB E DEI SOCIAL MEDIA NELLO SPORT DILETTANTISTICO	PAOLO	LASAGNI
5	117466	TRADE MARKETING E DISTRIBUZIONE B2B: IL CASO MAXIMA S.P.A.	ROBERTO	RAVAZZONI
6	106915	L'IMPATTO DELL'INNOVAZIONE SULLE DINAMICITÀ DEL SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO	PAOLO	DI TOMA
7	104986	FAIRWORKING - NUOVE PROSPETTIVE SU PRODUTTIVITÀ E QUALITÀ DELLA VITA DEI LAVORATORI	MASSIMO	NERI
8	120750	LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E LA COMUNICAZIONE DI MARKETING: IL CASO "SO BEAUTYFOOD" DELL'AZIENDA PINALLI	VERONICA	GABRIELLI
9	117135	B LAB : UNA NUOVA VISIONE DI FARE IMPRESA	ROBERTO	RAVAZZONI

GRUPPO 4: ORE 15.15

Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	119424	LA PERSUASIONE DIGITALE: UN'ANALISI DEI MECCANISMI PSICOLOGICI E DELLE FIGURE AL CENTRO DEL NUOVO PARADIGMA MEDIALE	NICOLETTA	CAVAZZA
2	116607	SCIENZA E MASS MEDIA NEL CASO EMPIRICO COVID-19: UNA PROSPETTIVA SOCIOLOGICA	ALBERTO	CEVOLINI
3	124620	GAMIFICATION, APPRENDERE ATTRAVERSO IL GIOCO: ALCUNE EVIDENZE EMPIRICHE IN MATERIA DI SICUREZZA SUL LAVORO	FEDERICO	RICCI
4	107711	IL DECLINO DI NETFLIX - IL PROGRESSIVO CAMBIAMENTO DELLE PIATTAFORME STREAMING	DAMIANO	RAZZOLI
5	90481	IL RUOLO DEI MASS MEDIA NELLA RIPRODUZIONE DEL RAZZISMO	FEDERICO	MONTANARI
6	98165	"DOMANI SARÀ UN GIORNO MIGLIORE". IL MESSAGGIO POLITICO DI JOE BIDEN	LA BELLA	D'ALFONSO
7	107531	EFFICACIA DELLA FORMAZIONE ALLA SICUREZZA SUL LAVORO EROGATA TRAMITE MATERIALE AUDIOVISIVO CREATO AD-HOC: PRESENTAZIONE DI DUE CASI AZIENDALI ORIGINALI	FEDERICO	RICCI
8	101001	MISURARE IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE LAVORATIVA DEGLI INFERMIERI: CASO IN CENTRO CARDIOVASCOLARE E TORACICO - OSPEDALE UNIVERSITARIO DI VIETDUC	FEDERICO	RICCI
9	118596	LE ARTI PERFORMATIVE NELL'ERA DELLA LORO RIPRODUCIBILITÀ VIRTUALE	FEDERICO	MONTANARI
10	71754	IL FRANCHISE DELLE CITAZIONI. ANALISI DELLE STRATEGIE ADOTTATE DAI COLOSSI DELL'INTRATTENIMENTO	FEDERICO	MONTANARI
11	123179	LA COMUNICAZIONE INTERNA NELLE AZIENDE ITALIANE	FEDERICO	MONTANARI
12	79640	IL CASO "CAVRIAGO ON AIR". I CONTENUTI DI UNA TV SOCIAL DI COMUNITÀ	DAMIANO	RAZZOLI
13	121436	SULLE ORME DI UMBERTO ECO: L'ENCICLOPEDIA CULTURALE COME ARCHIVIO DI SAPERI E INTERPRETAZIONI	CINZIA	BIANCHI
14	107840	LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE SOCIALE IN "TET" 2021 DEL MARCHIO BITI'S VIETNAM	FEDERICO	MONTANARI
15	123560	IL WEB MARKETING	FRANCO	TORELLI
16	121473	CREATIVITÀ TRA GENIO E FOLLIA: LA RICCHEZZA DEL DIVERSO	ELISA	DE STEFANI
17	118047	I SOCIAL MEDIA COME NUCLEO CENTRALE DELLA COMUNICAZIONE POLITICA. IL FENOMENO CONTE DURANTE L'EMERGENZA COVID-19	FEDERICO	MONTANARI

GRUPPO 5: ORE 15.40

Corso di Laurea in ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	137697	SMART WORKING: LA NUOVA MODALITÀ ORDINARIA DI SVOLGIMENTO DELLA PRESTAZIONE	BARBERIO	VIGNUDELLI
2	135710	IL DIRITTO DELLA CONCORRENZA DELL'UNIONE EUROPEA E IL CASO AMAZON	LEMME	
3	138269	REGOLAMENTO GENERALE SULLA PROTEZIONE DEI DATI 2016/679 ED IL DIRITTO BANCARIO	LEMME	
Corso di Laurea in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
4	136810	DA FORD ALL'AUTOMOTIVE 4.0, TRA GLOBALIZZAZIONE, SOSTENIBILITÀ E MADE IN ITALY. CASO STUDIO SU COMPORTAMENTO E ATTEGGIAMENTO DEL CONSUMATORE VERSO IL SETTORE AUTOMOBILISTICO	LEMME	DUSI
5	138271	L'IMPREDITORIA FEMMINILE	LEMME	
6	136482	"SOCIAL INTRANET" AZIENDALE: COME IMPLEMENTARE SOLUZIONI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE AI SENSI DEL REGOLAMENTO EUROPEO 679/16	LEMME	
7	138561	STORIA E DIRITTI DELLE DONNE: LA DIFFERENZA DI GENERE AI TEMPI DEL COVID-19	LEMME	BIANCHI
8	125763	LA TUTELA DEL CONSUMATORE E LA SICUREZZA NELL'ACQUISTO	LEMME	
Corso di Laurea in PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITÀ D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
9	137415	ADVERTISING IN TEMPO DI CRISI: COME HANNO COMUNICATO I BRAND, IN TV E SUI SOCIAL MEDIA, DURANTE IL LOCKDOWN	BIANCHI	CACCHIANI
10	125940	RAPPRESENTAZIONI DI GENERE NELLA PUBBLICITÀ. LA NASCITA DEL CONCETTO GENDER, LA VALENZA SEMIOTICA E LE RAFFIGURAZIONI PUBBLICITARIE	BIANCHI	DUSI
11	134463	DALLA SEMIOTICA DELLE PASSIONI AL MARKETING SENSORIALE: TEORIE E PRATICHE DI ANALISI	BIANCHI	
12	138230	LO SPOT TELEVISIVO DELLA TELEVISIONI LOCALI RISPETTO A QUELLO DELLA TELEVISIONI NAZIONALI	DUSI	

Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli