



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 2 - 3.3.2022

SEDUTA DI LAUREA IN PRESENZA

Palazzo Dossetti - Viale Allegri 9, Reggio Emilia

PRESIDENTE	Paolo Di Toma	
VICE PRESIDENTE	Stefano Cosma	
<i>Membro effettivo (segretario)</i>	Marco Furini	
<i>Membro effettivo</i>	Cinzia Bianchi	
<i>Membro effettivo</i>	Nicola Maria Dusi	
<i>Membro effettivo</i>	Cristina Guardiano	
<i>Membro effettivo</i>	Ruggero Ragonese	
<i>Membro ospite</i>	Ilaria Baghi	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro ospite</i>	Veronica Gabrielli	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro ospite</i>	Arianna Lazzini	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro ospite</i>	Maurizio Mercurio	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro ospite</i>	Anna Chiara Scapolan	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro supplente</i>	Nicoletta Cavazza	<i>collegato da remoto</i>
<i>Membro supplente</i>	Anna Rita Graziani	<i>collegato da remoto</i>

Laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 29

Laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 7

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: 1

GRUPPO 1: ORE 9.30 AULA MAGNA

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	128686	L'EVOLUZIONE DEL MARKETING IN LINEA CON L'EVOLUZIONE DELLE ESIGENZE DEL CONSUMATORE	MARCELLO	TEDESCHI
2	133051	MICROMOBILITÀ: ANALISI DELL'IMPATTO SOCIALE, ECONOMICO E AMBIENTALE DEL TRASPORTO IN CONDIVISIONE NEL CONTESTO URBANO. STUDIO DEL CASO HELBIZ IN ITALIA	FABRIZIO	FERRETTI
3	135075	TRASFORMAZIONE DIGITALE NEL SETTORE DEL LUSSO: IL CASO FARFETCH	ROBERTO	RAVAZZONI
4	129013	INDUSTRIA 4.0: GLI EFFETTI OCCUPAZIONALI E IL RUOLO DELLE COMPETENZE	MATTEO	RINALDINI
5	118683	THE INFLUENCE OF INFLUENCER IN LUXURY GOODS INDUSTRY	FRANCO	TORELLI
6	123819	MARKETING EMOZIONALE: COME RENDERE IL CONSUMATORE PROTAGONISTA CREANDO ESPERIENZE	PAOLO	DI TOMA
7	129505	ECOMMERCE: PASSATO, PRESENTE E FUTURO DI UN NUOVO MODO DI CONCEPIRE L'ACQUISTO	PAOLO	LASAGNI
8	134191	RELAZIONE DI STAGE PRESSO "STUDIO LEGALE VELLANI"	ANNA	PATTARO
9	134131	L'AMBIENTE E LE CONDIZIONI DI LAVORO COME FATTORI DETERMINANTI DEL SUCCESSO DELL'IMPRESA NELL'ERA DIGITALE	PAOLO	LASAGNI
10	123797	LA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE NEL SETTORE CERAMICO	ANNA FRANCESCA	PATTARO
11	135527	SMART WORKING PRIMA-DURANTE LA PANDEMIA COVID-19	MATTEO	RINALDINI
12	131584	ANALISI DEL FENOMENO DEI BIG DATA, OPPORTUNITÀ DI MARKETING PER LE AZIENDE E PERCEZIONE DEI RISCHI DI PRIVACY E SICUREZZA CONNESSI	FRANCO	TORELLI
13	133664	COME L'INDUSTRIA DELLA MODA HA CAMBIATO IL MODO DI COMUNICARE CON L'EVOLUZIONE DEGLI STRUMENTI A SUA DISPOSIZIONE: DALLA STAMPA AI SOCIAL NETWORK	VERONICA	GABRIELLI
14	100813	SETTORE DEL LUSSO: MOTIVAZIONI E COMPORTAMENTI D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE E LUXURY TAX, IL CASO ITALIA E STATI UNITI	FABRIZIO	FERRETTI
15	122042	LA RESPONSABILITÀ SOCIALE: UNA RISORSA STRATEGICA PER L'IMPRESA E VOLANO PER LA SOSTENIBILITÀ	MATTEO	RINALDINI
16	134873	L'EVOLUZIONE DELLA GDO TRA BIG DATA E CUSTOMER EXPERIENCE	PAOLO	LASAGNI

17	135666	EVOLUZIONE DEL PUNTO VENDITA FISICO E NUOVE STRATEGIE OMNICHANNEL	MATTEO	RINALDINI
18	129389	APPLICAZIONI DEL DIGITAL MARKETING IN AGENZIE PER IL LAVORO	PAOLO	LASAGNI
19	134787	EXPERIENCE: LEVA DEL XXI SECOLO	VERONICA	GABRIELLI
20	134956	IL FENOMENO DEL MOBILE GAMING: EVOLUZIONE E STRATEGIE DI MERCATO	PAOLO	LASAGNI
21	130944	IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	ARIANNA	LAZZINI
22	133542	GREEN MARKETING: OPPORTUNITÀ, TENDENZE ATTUALI E FUTURE NELL'ERA DEL COMPORTAMENTO SOSTENIBILE	MARCELLO	TEDESCHI
23	103329	DIGITAL MARKETING	MASSIMO	NERI
24	136096	L'INGRESSO DELLA REALTÀ AUMENTATA TRA GLI STRUMENTI DIGITALI A DISPOSIZIONE DELLE IMPRESE	PAOLO	LASAGNI
25	128421	IL PROCESSO DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE: L'ANALISI NEL MONDO DEL MOTORSPORT ATTRAVERSO L'APP RACEBOOST	FABRIZIO	MONTANARI
26	134215	IL FACTORING: L'EVOLUZIONE NEL NUOVO MONDO DIGITALE	ANNA FRANCESCA	PATTARO
27	130199	CAMBIAMENTI ECONOMICI E SOCIALI DOVUTI AL COVID-19	FABRIZIO	FERRETTI
28	129358	MODA E E-COMMERCE. IL CASO ZALANDO	PAOLO	LASAGNI
29	135380	RESTRUCTURING OF A SOCIAL NETWORK COMMUNICATION FOR INNOVATIVE START-UP OF DRONES WITH THE AIM OF COMMERCIAL GROWTH - RISTRUTTURAZIONE DI UNA COMUNICAZIONE SOCIAL PER START-UP INNOVATIVA DI DRONI A FINI DI CRESCITA COMMERCIALE	FRANCO	TORELLI

**Corso di Laurea in
SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	
1	134089	I SINTAGMI NOMINALI NEL DIALETTO DI CUTRO	CRISTINA	GUARDIANO
2	134677	IL LINGUAGGIO DEL COLORE NEI TESTI VISIVI: IL CASO DI LE ROUGE ET LE NOIR DI PAUL KLEE	FEDERICO	MONTANARI
3	130839	IL VISUAL STORYTELLING NEL SETTORE MODA. I CASI STUDIO DEI BRAND JACQUEMUS E GUCCI	CINZIA	BIANCHI
4	122593	IL LINGUAGGIO INCLUSIVO: L'ANALISI DEL FENOMENO CON CONFRONTO TRA LE DIVERSE STRATEGIE LINGUISTICHE	MONICA ALEXANDRINA	IRIMIA
5	136405	TECNOLOGIA E SOSTENIBILITÀ: L'IMPATTO AMBIENTALE DEGLI STRUMENTI DIGITALI	MARCO	FURINI

6	116671	PREVENZIONE DEL RISCHIO LAVORATIVO: UN CONFRONTO CRITICO TRA METODI DI COMUNICAZIONE TRADIZIONALI E NON TRADIZIONALI	FEDERICO	RICCI
7	134188	IL PRODUCT PLACEMENT COME STRUMENTO INNOVATIVO DELLA PUBBLICITÀ	SILVIA	GRAPPI

GRUPPO 2: ORE 10.15 AULA D.01 (EX AULA 1)

Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
1	146828	IL WELL-BEING DERIVANTE DALLA MODA SOSTENIBILE: ANALISI DI DIARI DI CONSUMO SOSTENIBILE	GABRIELLI	RAGONESE
2	150792	STRATEGIE DI BRANDING INTERNAZIONALE NEL SETTORE DEI SERVIZI: ANALISI E APPLICAZIONE DEL MODELLO DELL'IMMAGINE DI MARCA. IL CASO DI EATALY	BAGHI	
3	150609	GLI SPAZI COLLABORATIVI E IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO NELLA REGIONE VENETO	SCAPOLAN	COSMA
Corso di Laurea Magistrale in PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
4	151035	CREATIVITÀ E INNOVAZIONE: IL CONTROVERSO CASO DI ELON MUSK	MERCURIO	
Corso di Laurea Magistrale in ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatore	Controrelatore
5	149514	IL GENDER MAINSTREAMING: POLITICHE E STRUMENTI PER UNO SVILUPPO SOSTENIBILE	LAZZINI	

**Direttore del Dipartimento
Prof.ssa Giovanna Galli**