



# UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

## Dipartimento di Comunicazione ed Economia

### COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

**07.03.2025**

**PRESIDENTE**

Vanni Codeluppi

**VICE PRESIDENTE**

Marco Furini

*Componente (segretario)*

Massimiliano Panarari

*Componente*

Cinzia Bianchi

*Componente*

Nicola Maria Dusi

*Componente*

Anna Rita Graziani

*Componente*

Michele Mariani

*Ospite*

Maurizio Mercurio

*collegato a distanza*

*Ospite*

Fabio Muzzio

*collegato a distanza*

*Ospite*

Ilaria Purificato

*Ospite*

Alessandra Sardu

*collegata a distanza*

*Ospite*

Alice Venturini

*Supplente*

Silvia Cacchiani

*collegata a distanza*

*Supplente*

Nicoletta Cavazza

*collegata a distanza*

*Supplente*

Maria Cristiana Martini

*collegata a distanza*

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 11

Laureande e laureandi del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 14

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 3

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 2

Laureande e laureandi del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 9

## ORE 9.00 AULA MAGNA

<b>Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
1	158206	L'EVOLUZIONE DEI SOCIAL MEDIA E IL RUOLO DI INSTAGRAM NELLO STORYTELLING AZIENDALE	ILARIA	BAGHI
2	165128	UN APPROCCIO INTERDISCIPLINARE AL PROBLEMA DELL'HATE SPEECH: UN FENOMENO ANCORA OGGI POCO RICONOSCIUTO SIA NEL MONDO ONLINE SIA NEL MONDO OFFLINE	MARCO	MARIANI
3	170178	LA NASCITA DI UN NUOVO CONTENUTO AUDIOVISIVO UNICO NEL SUO GENERE: I FASHION FILMS	MASSIMO	NERI
4	147813	IL DESIGN INTERATTIVO: EVOLUZIONE, CONTAMINAZIONI E APPLICAZIONI DALLA DEFINIZIONE DI BILL MOGGRIDGE ALL'ARTE, LA PUBBLICITÀ E LA PEDAGOGIA CONTEMPORANEA	FEDERICO	MONTANARI
5	170180	NEUROMARKETING E COMUNICAZIONE VISIVA: IL CASO TIFFANY & CO	ELISA	FABBI
6	170054	IL MARKETING ESPERIENZIALE NEGLI EVENTI MUSICALI: IL CASO DEL PAELLAS BE LIVE FESTIVAL	ILARIA	BAGHI
7	154864	HYBRID MEDIA: LA NUOVA FRONTIERA DEL MARKETING CONTEMPORANEO	ILARIA	BAGHI
8	170177	L'EVOLUZIONE DELLE LEVE DEL MARKETING MIX NELL'ERA DELLA DIGITALIZZAZIONE	ILARIA	BAGHI
9	159032	COMUNICAZIONE E CONSUMISMO: IL RUOLO DELLA PUBBLICITÀ DURANTE IL MIRACOLO ECONOMICO ITALIANO	GIANNI	LA BELLA
10	173755	DALL'ALGORITMO ALLA PASSERELLA: IL RUOLO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA COMUNICAZIONE E NELLA MODA	FEDERICO	MONTANARI
11	166352	MODA SOSTENIBILE: STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER PROMUOVERE COMPORTAMENTI GREEN	ILARIA	BAGHI
12	154700	DIFFAMAZIONE ONLINE: LA TUTELA DELL'ONORE NELL'ERA DIGITALE	MARCO	MARIANI
13	170056	COCO CHANEL E L'EMANCIPAZIONE FEMMINILE: MODA COME STRUMENTO DI COMUNICAZIONE SOCIALE	GIANNI	LA BELLA
14	136032	LA STORIA SIAMO NOI: PODCAST E MEMORIE	MARCO	FURINI
<b>Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA</b>				
<b>N.</b>	<b>Matricola</b>	<b>Titolo della tesi</b>	<b>Relatrice/Relatore</b>	
1	170102	LA NEUROPLASTICITÀ COME MECCANISMO DI RESILIENZA AI TRAUMI PSICOLOGICI	MICHELE	MARIANI
2	170108	STAKEHOLDER ENGAGEMENT - SOCIAL MEDIA: IL CASO STUDIO AMABILE	ARIANNA	LAZZINI
3	170553	STUDIO E ANALISI DEL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE ATTRAVERSO LA SEGMENTAZIONE	FRANCO	TORELLI
4	170226	NEURONI A SPECCHIO E SINESTESIA: UNA NUOVA PROSPETTIVA SULL'EMPATIA E LA PERCEZIONE CONDIVISA	MICHELE	MARIANI

5	134140	DALLO SCHERMO AL CUORE DEL CONSUMATORE: L'IMPATTO DEGLI INFLUENCER NEL MARKETING DIGITALE	FRANCO	TORELLI
6	142416	PMI E TECNOLOGIE 4.0 NEL NOSTRO SISTEMA INDUSTRIALE	PAOLO	LASAGNI
7	143059	ANALISI DEL SUCCESSO DELLA MARCA COMMERCIALE IN ITALIA: IL CASO SPESOTTI	ROBERTO	RAVAZZONI
8	165700	FAST FASHION TRA CRISI E CAMBIAMENTO: L'INFLUENZA DELLE PRATICHE ESG E IL CASO INDITEX	FRANCO	TORELLI
9	153975	L'OMNISCANALITÀ COME VANTAGGIO COMPETITIVO: SFIDE E OPPORTUNITÀ PER LE IMPRESE DEL XXI SECOLO	ANDREA	MELIOLI
10	169980	CIRCULAR ECONOMY AND RIGHT TO REPAIR: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR A SUSTAINABLE FUTURE, A EUROPEAN PERSPECTIVE	FRANCESCO	SILVESTRI
11	169979	L'APPLICAZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE: UN CASO DI STUDIO DELL'AGENZIA BLUELINK	PAOLO	LASAGNI

**ORE 09.45 AULA D1.1 (ex Aula 2)**

**Corso di Laurea Magistrale in  
ECONOMIA E DIRITTO PER LE IMPRESE E LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
1	178433	GLI ACCORDI DI INTEGRAZIONE REGIONALE	SARDU	
2	183831	IL COINVOLGIMENTO DELLE PARTI SOCIALI NEL LAVORO DIGITALE TRA LEGGE E CONTRATTAZIONE: STRUMENTI E PROSPETTIVE PER LA TUTELA DEI LAVORATORI	PURIFICATO	PANARARI
3	161366	INVESTMENT FACILITATION FOR DEVELOPMENT: STRATEGIE, IMPATTI E PROSPETTIVE	SARDU	

**Corso di Laurea Magistrale in  
MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
4	178149	IL GENDER GAP NELLE SCELTE DI INVESTIMENTO: L'AVVERSIONE E L'APERTURA AL RISCHIO NELLE DECISIONI DI ACQUISTO DI PRODOTTI FINANZIARI	GRAZIANI	MARIANI
5	172417	SERVICE EXPERIENCE DESIGN, CREAZIONE DEL VALORE E APPLICAZIONI NEL MERCATO CERAMICO INTERNAZIONALE	MARIANI	

**Corso di Laurea Magistrale in  
PUBBLICITÀ, COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA**

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/Controrelatore
6	178509	I TRAILER CINEMATOGRAFICI NELL'ERA POSTMEDIALE	DUSI	BIANCHI
7	178094	IL RUOLO DELLA COMUNICAZIONE NELLA GESTIONE DELLE CRISI AZIENDALI. IL CASO CHIARA FERRAGNI - BALOCCO	MUZZIO	
8	185623	WEB MARKETING SU TWITCH: DALL'ANALISI DELLE STRATEGIE AL RUOLO DEI CONTENT CREATORS	CODELUPPI	

9	174144	L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE NEL DESIGN D'INTERNI: IL CASO CASSINA	MERCURIO	
10	178245	MARKETING IMMERSIVO: IL POTENZIALE DEL METAVERSO E DEGLI INFLUENCER VIRTUALI PER LE CAMPAGNE PUBBLICITARIE	MUZZIO	
11	173230	LA STORIA DELLA PUBBLICITÀ: EVOLUZIONE E CAMBIAMENTO NEL TEMPO	CODELUPPI	
12	154641	L'EVOLUZIONE DELLE STRATEGIE DI MARKETING. L'INSTANT MARKETING E IL CASO TAFFO PER NON MORIRE DI NOIA	MUZZIO	
13	181487	DENTRO IL MALESSERE OBBLIGATORIO DELLA MODA: UNO SGUARDO SEMIOTICO	BIANCHI/VENTURINI	PANARARI
14	185558	IPER-DOCUMENTAZIONE E FUTURO, UNO STUDIO INTERGENERAZIONALE DEGLI EFFETTI DEI SOCIAL MEDIA SULLA PERCEZIONE DEL FUTURO	FURINI	MARIANI

**Direttore del Dipartimento**

**Prof. Paolo Di Toma**