



**UNIMORE**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI  
MODENA E REGGIO EMILIA

---

**Dipartimento di Comunicazione  
ed Economia**

**COMMISSIONE 2 - ESAMI DI LAUREA**

**24.07.2025**

**PRESIDENTE  
VICE PRESIDENTE**

Massimo Neri  
Riccardo Ferretti

*Componente (segretaria)*  
*Componente*  
*Componente*  
*Componente*  
*Componente*

Margherita Guidetti  
Maria Grazia Iocca  
Michele Mariani  
Fabrizio Montanari  
Francesco Silvestri

*Ospite*  
*Ospite*  
*Ospite*  
*Ospite*  
*Ospite*

Sergio Alessandrini  
Alberto Levi  
Christian Stocchi  
Marcello Tedeschi  
Daniele Tirelli

*Supplente*  
*Supplente*

Mascia Ferrari  
Leopoldo Vignudelli

*collegato a distanza*

Laureande/i del corso di laurea triennale in Analisi dei Dati per l'Impresa e la Finanza: 1  
Laureande/i del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 29  
Laureande/i del corso di laurea magistrale in Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni: 3  
Laureande/i del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 7  
Laureande/i del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 1

## TURNO 1: ORE 14.00 AULA MAGNA

Corso di Laurea in ANALISI DEI DATI PER L'IMPRESA E LA FINANZA			
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore
1	185653	RILEVAMENTO DI ANOMALIE SU DATI REALI DI FATTURE TRAMITE ADDESTRAMENTO AVVERSARIO CON RETI NEURALI PROFONDE	ISABELLA MORLINI
Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA			
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore
2	165693	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL MARKETING EMOZIONALE: COME LE NUOVE TECNOLOGIE INFLUENZANO LA PERCEZIONE DEL BRAND E IL COMPORTAMENTO D'ACQUISTO DEL CONSUMATORE	MICHELE MARIANI
3	121859	L'APPLICAZIONE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELL'ORGANIZZAZIONE DEGLI ISTITUTI SCOLASTICI E DEI PERCORSI DI STUDIO	PAOLO LASAGNI
4	118266	L'INDUSTRIA METALMECCANICA E IL SUO SVILUPPO NEL CORSO DEGLI ANNI	ROBERTO RAVAZZONI
5	130317	L'EVOLUZIONE DELLE PRATICHE DEL MARKETING E LO SVILUPPO DELL'ERA "PHYGITAL": CONSIDERAZIONI DERIVATE DAL TIROCINIO NEL SETTORE DELLA RISTORAZIONE	PAOLO LASAGNI
6	154338	L'EVOLUZIONE DELLA LOGISTICA ATTRAVERSO LA DIGITALIZZAZIONE TECNOLOGICA	MATTEO RINALDINI
7	147087	OLTRE I CONFINI DELLA REALTÀ: STRATEGIE E IMPATTI DEL FAKE OUT OF HOME NEL CONTESTO MARKETING CONTEMPORANEO	ROBERTO RAVAZZONI
8	130629	SECOND HALF READY FOR THE FUTURE	FRANCO TORELLI
9	176564	BENESSERE ORGANIZZATIVO: CASO VENTIE30	FABRIZIO MONTANARI
10	153988	REDISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA - MODELLI ECONOMICI, STRUMENTI POLITICI E PROSPETTIVE FUTURE PER UN'EQUITÀ SOSTENIBILE	FABRIZIO FERRETTI
11	180356	IL PRODUCT PLACEMENT NELL'INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA ITALIANA	ILARIA BAGHI
12	180673	DA PREDATORI A CUSTODI: L'EVOLUZIONE DELLE IMPRESE È REALE?	MATTEO RINALDINI
13	177422	PERCEPIRE E COMUNICARE LA CRISI CLIMATICA: IL RUOLO DELL'IDEOLOGIA POLITICA	MARGHERITA GUIDETTI
14	177325	ATTIVITÀ STRATEGICHE E ORGANIZZATIVE IN ENTI TEATRALI: IL CASO STUDIO DEL TEATRO COMUNALE "G. VERDI" DI PORDENONE	PAOLO DI TOMA
15	154193	DAL DATO ALLA DECISIONE: ARCHITETTURA, EVOLUZIONE ED APPLICAZIONI DELLA BUSINESS INTELLIGENCE PER GENERARE VALORE DAI DATI	PAOLO LASAGNI
16	170229	IL VALORE ECONOMICO DEL BRAND: PIANIFICAZIONE E CONTROLLO E IL CASO NEW YORK YANKEES	ANNA FRANCESCA PATTARO
17	143238	INTELLIGENZA ARTIFICIALE E SOCIAL NETWORK: COME L'IA STA RIDEFINENDO L'ESPERIENZA DIGITALE DEGLI UTENTI	PAOLO LASAGNI

18	176563	DALLA PRODUZIONE INDUSTRIALE ALLA MODERNA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE: UN PERCORSO TRA TAYLORISMO, FORDISMO E LE LORO INFLUENZE SULLE AZIENDE CONTEMPORANEE	MATTEO	RINALDINI
19	169982	MODA E RESPONSABILITÀ: L'IMPATTO DELLA CITTADINANZA D'IMPRESA NEL SETTORE DELLA MODA	MASSIMO	NERI
20	170103	DECISION MAKING ARBITRALE NEL CALCIO MODERNO	FABRIZIO	MONTANARI
21	170372	COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE E TUTELA: IL CONTRIBUTO DEI SOFTWARE PER LA GESTIONE DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE ED INTELLETTUALE	PAOLO	LASAGNI
22	176562	MARKETING RELAZIONALE: LA RELAZIONE CON IL CLIENTE E L'OBIETTIVO DELLA FIDELIZZAZIONE	FRANCO	TORELLI
23	176579	FROM FAX TO FORM: EFFECTS OF DIGITAL TRANSFORMATION ON ORDER INTAKE AND BRAND AWARENESS CAMLOGIC	FRANCESCO	DE PRETIS
24	148783	IL CUSTOMER SERVICE COME ANELLO CENTRALE DELLA SUPPLY CHAIN: ESPERIENZA IN TETRA PAK	ANNA FRANCESCA	PATTARO
25	184589	L'EVOLUZIONE DELLA RISTORAZIONE E IL RUOLO SOCIO-ECONOMICO DELLA PIZZA	FRANCO	TORELLI
26	154397	EDUCAZIONE FINANZIARIA E RELAZIONE COL CLIENTE: IL FAMILY BANKER NELLA PRATICA QUOTIDIANA	PAOLO	DI TOMA
27	153992	COME I SOCIAL MEDIA RIDEFINISCONO IL RAPPORTO BRAND-CONSUMATORE NEL SETTORE ALIMANETARE	PAOLO	LASAGNI
28	158508	DALL'ORIGINE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE ALLO SVILUPPO DEL TURISMO OGGI: UN PERCORSO FRA TEORIA E APPLICAZIONE	PAOLO	LASAGNI
29	165695	SEO E INTELLIGENZA ARTIFICIALE: NUOVE FRONTIERE NEL MARKETING DIGITALE	ELISA	FABBI
30	147779	LA LOGISTICA INVERSA DELLE IMPRESE COMMERCIALI: POLITICA E GESTIONE DEI RESI	ROBERTO	RAVAZZONI

## TURNO 2: ORE 14.45 AULA MAGNA

Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
1	177958	L'ESOTISMO ALIMENTARE: LA CUCINA DEGLI IMMIGRATI TRA TRADIZIONE NOSTALGICA E MODERNITÀ AGOGNATA	TIRELLI	GUIDETTI
2	185528	COSA RESTERÀ DEGLI ANNI OTTANTA? IL POTERE DELLA NOSTALGIA NELLE SCELTE DI CONSUMO DELLA GENERAZIONE Z	TEDESCHI	
3	184016	L'UMANIZZAZIONE DEGLI ANIMALI DOMESTICI: IL CASO ITALIANO	TIRELLI	FERRETTI
4	178437	IL GENDER GAP NEI BOARD AZIENDALI	FERRETTI	
5	183134	MUSICA, CREATIVITÀ E FESTIVAL: IL CASO MI AMI E NAMELESS E LA GESTIONE DELLE SPONSORIZZAZIONI NEI GRANDI EVENTI MUSICALI	MONTANARI	
6	183854	DALLA REALTÀ FISICA ALLA REALTÀ DIGITALE: L'EVOLUZIONE DEL DESIGN DEGLI EVENTI AZIENDALI ATTRAVERSO L'INTEGRAZIONE DI ESPERIENZE IMMERSIVE	MARIANI	
7	185773	STREET FOOD E GLOBALIZZAZIONE: L'EVOLUZIONE DELLE CULTURE ALIMENTARI TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE	TIRELLI	

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

8	181358	NUOVI SCENARI DIGITALI PER LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: IL RUOLO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE E DEI SOCIAL MEDIA	STOCCHI	
---	--------	--	---------	--

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

9	185983	GLI EFFETTI DEL SUPERBONUS: UN'AGEVOLAZIONE FISCALE SFUGGITA DI MANO	ALESSANDRINI	
10	178597	L'EVOLUZIONE DEL POTERE DISCIPLINARE DEL DATORE DI LAVORO	LEVI	
11	143151	LA RETRIBUZIONE DEL LAVORATORE SUBORDINATO	LEVI	

**Direttore del Dipartimento  
Prof. Paolo Di Toma**