



UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA

Dipartimento di Comunicazione ed Economia

COMMISSIONE 1 - ESAMI DI LAUREA

06.03.2026 - ORE 9.00

AULA MAGNA

PRESIDENTE

Giuliano Lemme

VICE PRESIDENTE

Anna Francesca Pattaro

Componente (segretaria)

Maria Cristiana Martini

Componente

Fabrizio Ferretti

Componente

Monica Alexandrina Irimia

Componente

Massimo Lanotte

Componente

Massimiliano Panarari

Supplente

Cinzia Bianchi

Supplente

Elvira Pelle

collegata da remoto

Ospite

Pierpio Cerfogli

Ospite

Massimo Neri

Ospite

Christian Stocchi

Ospite

Daniele Tirelli

Ospite

Paola Vezzani

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 Digital Marketing: 4

Laureande/i del corso di laurea triennale in Marketing e Organizzazione d'Impresa: 18

Laureande/i del corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione: 11

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

Laureande/i del corso di laurea magistrale in Management e Comunicazione d'Impresa: 13

Laureande/i del corso di laurea magistrale in Pubblicità, Comunicazione Digitale e Creatività d'Impresa: 1

TURNO 1: ORE 9.00 AULA MAGNA

Corso di Laurea in ANALISI DEI DATI PER L'IMPRESA E LA FINANZA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	178764	NUDGE VS SLUDGE: ARCHITETTURA DELLA SCELTA E ANALISI COMPORTAMENTALE DEI FLUSSI IN UNA FILIALE BANCARIA	GHINOI	STEFANO
Corso di Laurea in DIGITAL MARKETING				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
2	177849	LE BRAND COMMUNITY COME STRUMENTO DI COINVOLGIMENTO TRA RELAZIONI SOCIALI E RESPONSABILITÀ DIGITALE	VIGNOLI	MARCO
3	176485	LA CUSTOMER JOURNEY NELL'ECOMMERCE: ANALISI DEI TOUCHPOINT DIGITALI E IMPATTI SULL'ESPERIENZA DEL CONSUMATORE	GRAPPI	SILVIA
4	176481	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL MARKETING DIGITALE: L'EVOLUZIONE DELLA RELAZIONE TRA BRAND-UTENTE E REGOLAZIONE GIURIDICA	MARIANI	MARCO
5	180379	GREEN ECONOMY, GREEN MARKETING E DIGITAL MARKETING SOSTENIBILE: IL CASO WHATAECO SRL	CARIA	SARA
Corso di Laurea in SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
6	177898	DAL PRODOTTO ALL'IDENTITÀ:IL PERSONAL BRANDING COME LEVA STRATEGICA NEL MARKETING BEAUTY. IL CASO RHODE	BAGHI	ILARIA
7	117744	IL LAVORO NELLA SOCIETÀ CONTEMPORANEA: TRASFORMAZIONI DELLE DINAMICHE SOCIALI E NUOVE FORME DI ORGANIZZAZIONE	RINALDINI	MATTEO
8	166048	OLTRE LA PISTA: EVOLUZIONE E STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE NELLA MOTOGP CONTEMPORANEA	TAGLIANI	GIACOMO
9	176655	IL MARKETING ESPERIENZIALE NELLA FORMULA 1: EVOLUZIONE DELLA COMPETIZIONE SPORTIVA TRA INTRATTENIMENTO E SOSTENIBILITÀ	FABBI	ELISA
10	160099	LO SPAZIO COME ESPERIENZA: LE STANZE IMMERSIVE TRA ARTE E PERCEZIONE	MONTANARI	FEDERICO
11	180577	IL VISUAL DESIGN NEL LUSSO: TRA BRAND IDENTITY E CUSTOMER EXPERIENCE	FABBI	ELISA
12	185299	LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE NEL SETTORE MARITTIMO	SCAPOLAN	ANNA CHIARA
13	154979	IL LINGUAGGIO NEI SOCIAL MEDIA E LA COMUNICAZIONE DIGITALE	IRIMIA	MONICA ALEXANDRINA
14	176368	COMUNICARE L'AUTONOMIA: UN'ESPERIENZA DI TIROCINIO NEL MARKETING DI PROGETTIAMO AUTONOMIA S.R.L.	CACCHIANI	SILVIA

15	180562	CAPITALE NARRATIVO. UN NUOVO CONCETTO PER ANALIZZARE LA COMUNICAZIONE POLITICA DIGITALE	RAZZOLI	DAMIANO
16	177885	INTELLIGENZA ARTIFICIALE: ALCUNE QUESTIONI GIURIDICHE ANCORA IRRISOLTE	MARIANI	MARCO

TURNO 2: ORE 9.20 AULA MAGNA

Corso di Laurea in MARKETING E ORGANIZZAZIONE D'IMPRESA				
N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	
1	51956	LA MARCA PRIVATA NELLA GDO. IL CASO DELLA SPAGNA	TEDESCHI	MARCELLO
2	147289	MOTIVARE ATTRAVERSO IL MERITO: ITALIA E FILIPPINE, DUE SCUOLE, DUE CULTURE	MARIANI	MICHELE
3	178088	GENERAZIONI A CONFRONTO: STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE NEL MARKETING DEL BEAUTY	LASAGNI	PAOLO
4	159371	BRAND STREETWEAR NELL'ERA DIGITALE: COME LA COMUNICAZIONE COSTRUISCE IDENTITÀ, DISTINTIVITÀ E DOMANDA	GABRIELLI	VERONICA
5	154477	E-COMMERCE E PIATTAFORME DIGITALI: AMAZON COME MODELLO DI VENDITA E TRASFORMAZIONE ORGANIZZATIVA NELLE PMI	RINALDINI	MATTEO
6	180358	LA COMUNICAZIONE NEL PUNTO VENDITA E LE LEVE DEL NEUROMARKETING: IL CASO OLIO CARLI	FABBI	ELISA
7	147481	DAGLI ANNI RUGGENTI ALLA GRANDE DEPRESSIONE: IL NEW DEAL E LA RIVOLUZIONE KEYNESIANA	SILVESTRI	FRANCESCO
8	177352	OLTRE LA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE: LA CERTIFICAZIONE B CORP COME MODELLO DI IMPRESA ORIENTATO AGLI STAKEHOLDER	TORELLI	FRANCO
9	176167	LA COMUNICAZIONE IN CASO DI CRISI: IL CASO AMABILE E IL PURPOSE WASHING	TORELLI	FRANCO
10	135547	SOCIOLOGIA CONDOMINIALE	RINALDINI	MATTEO
11	184048	COME CAMBIA IL RAPPORTO COL CIBO NELL'ITALIA DEI CONSUMATORI CONSAPEVOLI	TORELLI	FRANCO
12	180672	ERREVI AUTOMATION S.R.L. UN CASO DI STUDIO SULL'AUTOMAZIONE LOGISTICA	TORELLI	FRANCO
13	185544	LA PSICOLOGIA DEL COLORE: GLI EFFETTI PSICOLOGICI DEGLI STIMOLI CROMATICI E IL LORO IMPIEGO NEL MARKETING	TORELLI	FRANCO
14	177910	L'EFFETTO NETFLIX SUL MARKETING DELLA FORMULA 1: DRIVE TO SURVIVE HA DAVVERO AMPLIATO IL PUBBLICO?	TORELLI	FRANCO
15	178084	LA CLAUSOLA CONTRATTUALE E TUTELA DEL CONSUMATORE: IL CASO CONCRETO DI UNO STAGE DI EQUITAZIONE IN IRLANDA	VIGNUDELLI	LEOPOLDO
16	144620	L'ATTIVITÀ DELL'UFFICIO COMUNICAZIONE E RAPPORTI CON L'ESTERNO DELL'AUSL MODENA	GABRIELLI	VERONICA
17	176561	I NUOVI MODELLI DI LEADERSHIP: PREVENZIONE E GESTIONE DEL BURNOUT NEI CONTESTI ORGANIZZATIVI	MARIANI	MICHELE
18	177326	DIETRO LE QUINTE DEL MARKETING DIGITALE: EURISTICHE COGNITIVE E PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE TRA MARKETPLACE E SOCIAL MEDIA	RAVAZZONI	ROBERTO

TURNO 3: ORE 10.00 AULA MAGNA

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

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
1	181976	REMIDA: L'APPROCCIO REGGIANO AL RICICLO CREATIVO	PATTARO	
2	169496	LA GOVERNANCE DELLE AREE VASTE SANITARIE IN EMILIA ROMAGNA	PATTARO	

Corso di Laurea Magistrale in MANAGEMENT E COMUNICAZIONE D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
3	178228	INVESTIRE NEL DOMANI: ESG E L'EVOLUZIONE DELLA STRATEGIA DI FINANZIAMENTO BANCARIO	CERFOGLI	
4	189269	LA GESTIONE STRATEGICA DEL BRAND NEI SISTEMI DI FRANCHISING: COORDINAMENTO, COMUNICAZIONE E RIPOSIZIONAMENTO. IL CASO MCDONALD'S	LEMME	
5	189930	LA TUTELA DELLA CONCORRENZA NEI MERCATI DIGITALI. ANTITRUST TRADIZIONALE, DIGITAL MARKETS ACT E CONFRONTO TRA UNIONE EUROPEA E STATI UNITI	LEMME	PATTARO
6	189931	L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE PERSONALIZZATA: EVIDENZE SPERIMENTALI NEL MARKETING DIGITALE. PANORAMICA SUL CONTESTO CONTEMPORANEO TRA INTELLIGENZA ARTIFICIALE, NEUROMARKETING E REGOLAMENTAZIONE EUROPEA	LEMME	MARTINI
7	196041	CRIPTOSCARCITY: ANALISI INNOVATIVA DELLA CAPITALIZZAZIONE REALE DI BITCOIN CON REGRESSIONE LOGISTICA E MODELLO STRATEGICO BASATO SULLA TEORIA DEI GIOCHI	LEMME	MARTINI
8	194858	SOSTENIBILITÀ E FATTORI ESG: IMPATTI, STRATEGIE E PROSPETTIVE PER IL FUTURO DELLE IMPRESE NEL COMPARTO CARTARIO ITALIANO	LEMME	
9	171856	MARKETING DIGITALE E PROTEZIONE DEI DATI: TUTELE, LIMITI E STRATEGIE DI COMPLIANCE – UN'ANALISI COMPARATIVA TRA IL GDPR E LA NORMATIVA STATUNITENSE SULLA PRIVACY	LEMME	PATTARO
10	191303	LA VULNERABILITÀ DEL CONSUMATORE NELL'ERA DIGITALE: MODELLI DI TUTELA ED ENFORCEMENT	LEMME	LANOTTE
11	160495	IL REATO DI RICICLAGGIO E IL RUOLO DELLA BANCA	LEMME	
12	191588	ECONOMIA COMPORTAMENTALE E TUTELA DI CONSUMATORI E INVESTITORI. RAZIONALITÀ LIMITATA E SFIDE NELL'ERA DIGITALE	LEMME	
13	181261	PLANT-BASED: IMPATTI ECONOMICI, COMUNICAZIONE D'IMPRESA NEL SETTORE, OPPORTUNITÀ E PROSPETTIVE PER LE AZIENDE	TIRELLI	
14	160869	ANALISI DELLE DINAMICHE TURISTICHE NELLO SCENARIO POST-PANDEMICO IN ITALIA: FOCUS SUL FENOMENO DELL'OVERTOURISM	VEZZANI	
15	194300	LA GESTIONE DELLA CRISI REPUTAZIONALE NEI CONTESTI IPERCONNESSI: IL CASO CHIARA FERRAGNI COME PERSONAL BRAND	NERI	

Corso di Laurea Magistrale in

PUBBLICITA', COMUNICAZIONE DIGITALE E CREATIVITA' D'IMPRESA

N.	Matricola	Titolo della tesi	Relatrice/Relatore	Controrelatrice/relatore
16	195402	STRATEGIE DIGITALI NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA: IL CASO DEL COMUNE DI VERONA	STOCCHI	

Direttore del Dipartimento
Prof. Paolo Di Toma