DIGITAL MARKETING

Indicazioni per la stesura della tesi da LEGGERE con attenzione

Indicazioni generali

La tesi è un documento di 50 pagine o più (non rientrano in questo conteggio la bibliografia finale e l'indice).
La tesi è suddivisa indicativamente in 3 capitoli (ognuno dei quali suddiviso in paragrafi).
Poiché durante il percorso avete avuto modo di svolgere diversi tirocini, consigliamo di dare spazio ad una di queste esperienze nella stesura della tesi. Quindi:

- Individuate un argomento che avete affrontato in uno dei vostri tirocini e che secondo voi merita di essere trattato nell'elaborato finale
- Individuate la "veste" teorica appropriata
- Dedicate i primi 2 capitoli della tesi alla parte teorica. Adottate un approccio ad "imbuto": nel primo capitolo illustrate l'inquadramento teorico a livello generale, nel secondo capitolo date un taglio teorico più specifico e vicino alla tematica "pratica" affrontata in stage
- Il terzo capitolo illustrerà la vostra esperienza pratica, con particolare attenzione a creare collegamenti con la parte teorica (i.e., quanto scritto nei primi 2 capitoli deve essere collegato con quello che spiegate nel terzo capitolo)

Editing

Utilizzare:

- carattere Times New Roman 12
- interlinea: 1,5
- allineamento del testo: Giustificato
- NO spaziature prima e dopo i capoversi
- inserire i numeri di pagina (progressivi, da 1 a 50 e oltre, e non distinti per capitoli)

Ogni capitolo deve iniziare da pagina nuova, mentre i paragrafi all'interno dei capitoli sono consecutivi (i.e., NON lasciate spazi eccessivi tra i paragrafi di ogni capitolo, basta uno spazio di battitura)
Ogni capitolo deve avere un titolo che ne rappresenti il contenuto. Potete utilizzare questo editing per il titolo del capitolo: Grassetto, centrato
Ogni paragrafo deve avere un titolo che ne rappresenti il contenuto. Potete utilizzare questo editing per il titolo del paragrafo: Grassetto, allineato a sinistra

Se inserite TABELLE e FIGURE, devono essere utili alla comprensione del testo e quindi devono:

- avere un titolo in alto (sopra la tabella o la figura): e.g., Tabella 1. Titolo
- indicare la fonte da cui avete tratto i dati o le informazioni in coda alla tabella o figura: e.g., Fonte: Autore, Anno
- la tabella o la figura deve essere richiamata e discussa in modo coerente nel testo. NON copiate e incollate tabelle o figure da siti/libri. Costruite immagini e figure vostre riconoscendo la fonte a cui vi siete ispirati (se la figura o la tabella non riporta tutti i dati originali ma solo alcuni, scriverete: Fonte: adattato da Autore, Anno). **Usare in modo parsimonioso immagini, tabelle e figure** → Inserire solo quelle realmente necessarie.

Citazioni in testo

Il/la tesista NON deve inventare nulla di nuovo. Deve invece dimostrare di saper utilizzare correttamente le fonti per elaborare il proprio pensiero. Quindi deve ricorrere a **fonti scientifiche** per strutturare la propria tesi:

- SONO fonti scientifiche: manuali di testo, monografie, articoli pubblicati su riviste scientifiche, ricerche universitarie, e altre fonti simili
- NON SONO fonti scientifiche: blog (anche se di esperti o presunti tali), siti web vari (come Wikipedia o simili), articoli pubblicati su journal/riviste NON scientifiche
- NON potete citare i lucidi di corsi che avete seguito (perché non sono accessibili pubblicamente, quindi non possono essere fonte di un elaborato)
- Potete citare con molta attenzione e parsimonia articoli pubblicati su quotidiani di rilevanza internazionale o nazionali solo se attendibili e riconosciuti, per fondare la centralità del tema che volete trattare.

Le citazioni vanno inserite in testo (e NON in note a piè di pagina). Quindi, quando riportate una teoria o descrivete un argomento teorico, citate l'autore da cui avete tratto ispirazione aprendo una parentesi e inserendo il cognome dell'autore e l'anno di pubblicazione in testo in questo modo: (Cognome, anno). Se sono più autori, inserite più nomi; se citate più fonti, inseritele nella stessa parentesi in ordine alfabetico: (Cognome, anno; Cognome & Cognome, anno).
Le citazioni vanno inserite in testo, come nel seguente esempio:

> "In alcuni contesti ad alto coinvolgimento, e più precisamente nell'ambito delle brand community (Bagozzi e Dholakia, 2006; Muniz & O'Guinn, 2001), è stato introdotto anche il concetto di *brand identification* (Bagozzi & Dholakia, 2006; Escalas & Bettman, 2003)."

Bibliografia finale

In bibliografia finale inserirete tutte le informazioni utili per risalire alla fonte:

- Ogni citazione deve essere inserita in bibliografia finale nel seguente modo:
  Cognome, N. (anno). Titolo. casa editrice/journal
- Ogni citazione va inserita per esteso in bibliografia finale una sola volta
- Le citazioni in bibliografia vanno ordinate alfabeticamente per cognome dell'autore (dalla A alla Z)
- Eventuali siti web possono essere inseriti in coda

Consigli utili:

- ➔ Impostare l'editing corretto fin da subito per non dover cambiare tutto l'elaborato successivamente
- ➔ Costruire la bibliografia finale man mano che le fonti citate sono selezionate
- ➔ Fare riferimento (e leggere!) più fonti prima di scrivere. Questo consentirà di elaborare in modo personale il pensiero riportato in tesi (citando le fonti), minimizzando il rischio di incorrere, anche involontariamente, nel plagio.
- ➔ La tesi deve essere frutto del lavoro dello studente, quindi NON è consentito l'utilizzo prevalente e acritico di strumenti ad Intelligenza Artificiale.

Il Relatore correggerà solo gli elaborati coerenti con i requisiti qui esposti. Nel caso in cui siano inviati al relatore testi non conformi, il docente potrà chiedere al/alla tesista di rivedere l'elaborato in coerenza con le norme qui illustrate prima di procedere alla correzione.

Come individuare il Relatore di tesi

Possono essere relatori di tesi tutti i docenti del Corso di Studio di Digital Marketing (e anche docenti esterni, una volta che avranno acconsentito a seguire il lavoro del tesista).
Il tesista potrà quindi rivolgersi ai singoli docenti chiedendo la supervisione del proprio lavoro. Qui di seguito l'elenco dei docenti strutturati, a contratto e practitioners del corso di Digital Marketing:

Silvia Cacchiani – silvia.cacchiani@unimore.it
Sara Caria – sara.caria@unimore.it
Paola Vezzani - paola.vezzani@unimore.it
Marco Furini – marco.furini@unimore.it
Maria Grazia Iocca – mariagrazia.iocca@unimore.it
Paolo Di Toma – paolo.ditoma@unimore.it
Silvia Grappi – silvia.grappi@unimore.it
Francesca Benatti – francesca.benatti@unimore.it
Stefano Ghinoi - stefano.ghinoi@unimore.it
Roberto Cavicchioli – roberto.cavicchioli@unimore.it
Veronica Gabrielli – veronica.gabrielli@unimore.it
Ilaria Baghi – ilaria.baghi@unimore.it
Vanelli Valerio – valerio.vanelli@unimore.it
Francesca Bergianti – francesca.bergianti@unimore.it (previo accordo con la presidente del CdS, Prof. Silvia Grappi)
Antonio Gagliardi – antonio.gagliardi@unimore.it
Federico Fuzzi – federico.fuzzi@unimore.it
Cristina Camellini – cristina.camellini@lovemark.it
Claudia Massetti - claudia.massetti@7hype.com
Stefano Susi – stefano.susi@unimore.it
Andrea Musi – andrea.musi@unimore.it
Giulia De Napoli – luigi.pratissoli@unimore.it
Pacchioni Andrea – andrea.pacchioni@unimore.it

In caso di docenti practitioners non abilitati a firmare formalmente la tesi, essi sono abilitati a supervisionare interamente il lavoro e ad apparire come correlatori. In questi casi la tesi sarà interamente supervisionata dal practitioner e firmata a conclusione del percorso dal Presidente di Corso di Studi.

In generale, consigliamo di prendere in considerazione le diverse possibilità per individuare il Relatore del lavoro di tesi, evitando di focalizzarsi su un numero ristretto di opzioni. È utile quindi sondare più alternative.

- ➔ **Si deve scegliere il tema oggetto di tesi col docente che accetta di supervisionare il lavoro**, al fine di conciliare le sue competenze e l'inclinazione personale del tesista.

CONTROLLI effettuati sull'elaborato finale prima della consegna

➔ **Ogni tesi sarà controllata con il software antiplagio *Turnitin*** prima della consegna: se si evidenzia la presenza di plagio non sarà dato il via libera alla consegna dell'elaborato, almeno fino a quando non verrà corretto e supererà il controllo.

➔ **Ogni tesi verrà controllata per verificare che sia stata generata con il contributo principale e prevalente del laureando/a, e NON esclusivamente da strumenti dotati di Intelligenza Artificiale**. In caso emergano parti con criticità, non sarà dato il via libera alla consegna dell'elaborato (almeno fino a quando non verranno riscritte le parti critiche e il lavoro supererà il controllo).