

**ATTENZIONE:II TITOLO della tesi dichiarato nella DOMANDA di laurea online approvata dal proprio relatore e quello presente NEI FRONTESPIZI della tesi FORMATO .PDF DEVONO ESSERE COINCIDENTI.Eventuali discrepanze devono essere segnalate CON URGENZA agli indirizzi mail conseguimentotitolo.studenti@unipd.it e scienzeumane.studenti@unipd.it oppure il processo verbale di laurea potrebbe essere invalidato.**

**Le sedute si svolgeranno IN PRESENZA.**

**DM270/04 COMUNICAZIONE**

	Laureando		Matricola	Relatore			titolo tesi
1	SIGI	BANI	1224485	prof.	BRUNO	MASTROIANNI	IL RUOLO DEI SOCIAL MEDIA NELL' INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE MEDICO/SANITARIA: CASO DI STUDIO ENDOMETRIOSI
2	EDOARDO	BATTISTELLA	2015437	prof.	VINCENZO	DURANTE	La regolamentazione del gioco d'azzardo online
3	CHIARA	BERTATO	2002004	prof.	MARCO	BETTIOL	Potere e impatto dell'Influencer Marketing: l'influenza sui giovani e il caso del deinfluencing
4	SUSANNA MARIA	CAMPOMINOSI	2001576	prof.	MARCO	BETTIOL	VIRTUAL INFLUENCER: TRA INCLUSIONE, ATTIVISMO E IMPEGNO SOCIALE
5	ARIANNA	COMINA	2015937	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'arte del microcopy: una realtà ancora poco conosciuta. Analisi del caso VeraLab.
6	LUCA	DARIO	2009956	prof.ssa	ILENIA	SANNA	La scrittura di contenuti attraverso l'Intelligenza Artificiale: uno studio sulle applicazioni e gli sviluppi futuri
7	ILENIA	DE ROSSI	2001996	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Crossmedialità a Sanremo: il caso di VeraLab dell'Estetista Cinica
8	MARIA VITTORIA	GAMBARO	2015441	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'evoluzione del giornalismo nel mondo della moda
9	ANDREA	LISI	2013121	prof.	UMBERTO	ROSIN	"Fattori critici di successo e best practice nella gestione delle microimprese della ristorazione. Un caso di studio multiplo nella Marca trevigiana."
10	MARTINA	MALAGUGINI	2011116	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Gli effetti comunicativi indesiderati: le pubblicità-scandalo di Dolce & Gabbana e Balenciaga
11	MARGHERITA	MENIN	2018601	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Netflix, PrimeVideo e Disney+: il tono di voce delle piattaforme streaming su Internet
12	KAMILA TANIA	MOYA LOPEZ	2013119	prof.	STEFANO	NEGRELLI	Intelligenza Artificiale Generativa e il suo impatto nel settore della comunicazione: analisi delle implicazioni economiche ed organizzative nelle agenzie di comunicazione
13	GIUSEPPE	NARDUZZO	1203625	prof.	BRUNO	MASTROIANNI	La sottile linea grigia. Storia e contesto della Stand Up Comedy
14	GIORGIA	PETTENO'	2002510	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Nuove strutture linguistiche con un click: l'italiano digitato e le sue forme

15	ALESSANDRA	SANTUZ	2016423	prof.	ILENIA	SANNA	L'arte della narrazione: lo storytelling come strumento di comunicazione nel settore culturale
16	LARA	SIMIONI	2015446	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'evoluzione della scrittura giornalistica: dalla carta stampata al digitale
17	EMMA	STEFANUTTO	2014617	prof.	VINCENZO	DURANTE	La disciplina della rendicontazione di sostenibilità per le imprese: nuovi obblighi per una comunicazione trasparente.
18	DAVIDE	TODESCATO	2023968	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'utopia del linguaggio inclusivo nella lingua italiana
19	SILVIA	VACCARIN	2001777	prof.	BRUNO	MASTROIANNI	La comunicazione di crisi nei luxury brand. Il caso Balenciaga
20	MATILDE	VEDANA	2022784	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'evoluzione dei blog nell'era della comunicazione veloce
21	SALVATORE	VERDE	2006985	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	I meme e il loro ruolo nella comunicazione pubblicitaria
22	LAURA	ZAGO	2002204	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Monkey 47: l'anello tra gin e copywriting
23	EVA	ZAMBERLAN	2022576	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	L'auto elettrica e la pubblicità: casi di studio
24	ILENIA	ZILLI	2014458	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Gli insulti di genere nei social network. Un'analisi dei commenti sui profili social di influencer italiani.
25	CHIARA	ZIN	2001778	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	I colori nel cinema digitale. Analisi dell'uso dei colori in prodotti cinematografici nell'era digitale