

**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	ANNA	BALDO	2003765	prof.	MARCO	BETTIOL	La Responsabilità Sociale d'Impresa nel settore vitivinicolo veneto
2	CHIARA	BERTO	2022786	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Gli archetipi nel mondo delle principesse Disney: una rilettura dei modelli originari
3	LEILA	BIAZZO	2001780	prof.	MARCO	BETTIOL	Il marketing del vino sostenibile: un'analisi delle strategie di comunicazione rivolte ai consumatori e al trade
4	GAIA	BOSCARIOL	2010392	prof.	MARCO	BETTIOL	Brand activism alla prova della parità di genere
5	TOMMASO	BUSATO	2015447	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'evoluzione del linguaggio sportivo e il giornalismo (sportivo) contemporaneo
6	FEDERICA	CANTON	2001776	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'evoluzione del ruolo della donna nei testi pubblicitari: un'analisi dagli anni '50 ai giorni nostri
7	CHIARA	CETTO	2002003	prof.	VINCENZO	DURANTE	La tutela della reputazione nel mondo digitale
8	FRANCESCO	CROSTA	2015440	prof.ssa	ILENIA	SANNA	"La figura del copywriter nel mondo aziendale"
9	MARCO	DI ROSA	2015439	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Il copywriting pubblicitario: il potere dell'emozione nella persuasione
10	DAVIDE	FACCHIN	2002005	prof.	VITTORIO	MONTIERI	DESTINATION MARKETING E TURISMO GIOVANILE: POSIZIONAMENTO E PERCEZIONE DELLE REGIONI ITALIANE
11	MARTINA	FALDANI	2022689	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'umorismo nella pubblicità: una risata contro la monotonia. I casi Taffo, Durex e Unieuro
12	SIMONE	FELTRIN	2002011	prof.	VINCENZO	DURANTE	La disciplina dei diritti audiovisivi del calcio in Italia
13	MATILDE	FINOTTO	2001578	prof.	RENATO	STELLA	Il potere e l'influenza dei nuovi media nel mondo del fast fashion: il caso Shein
14	BARBARA LISA	GALLINARO	2001774	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Queerbaiting, rappresentazione di genere online e pop star: il caso Harry Styles
15	GIULIA MARIA	GERONAZZO	1223103	prof.	STEFANO	CRABU	Tecnologie e relazioni sociali nella vita quotidiana delle persone Sorde
16	GLORIA	GRANDESSO	2001766	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Relazioni pubbliche e Comunicazione di crisi: come costruire e ricostruire la reputazione. Analisi dell'intervento del copywriter attraverso casi studio.
17	DEBORAH	GRAZIANI	2001582	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Le fanfiction: un genere sui generis. Perché leggerle e (non) assimilarle alla narrativa.
18	MATTEO	LONGOBARDI	1234565	prof.	MARCO	TOFFANIN	Apple vs. Samsung: un'analisi comparativa degli spot
19	SEBASTIANO	LUCCHETTI	2014456	prof.ssa	CINZIA	MORTARINO	Analisi del ciclo di vita del prodotto: azioni di marketing e posizionamento nel mercato - il caso "Spinacine", AIA

20	ALICE	MANFROI	2016250	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Il Caso Spotlight: come ha reagito la Chiesa cattolica in Italia
21	LUCREZIA	MARCONI	2001998	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Studio delle identità di genere e sessuali nelle serie tv: il caso Stranger Things
22	MARIASOLE	MARZIALI	2002008	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Identità territoriale attraverso lo storytelling della città
23	ELISA	MOCELLIN	2023015	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Brand Identity: il tono di voce delle aziende di patatine in sacchetto
24	STEFANIA	PAJETTA	2001575	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Il femminile nei ruoli e nelle professioni di prestigio. Una ricerca sulle motivazioni linguistiche e socioculturali dietro al mancato utilizzo delle declinazioni femminili.
25	SOFIA	PENSANTE	2022688	prof.	VINCENZO	DURANTE	Il marchio e la contraffazione
26	ALESSIA	PIGATO	2016424	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Il brandtelling e la comunicazione d'impresa. Il caso GRÜNLAND.
27	SARA	PIGOZZO	2016251	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDITA	Green furniture. Comunicare la sostenibilità nel settore arredo Made in Italy
28	ETTORE	PUPO	2014462	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Copywriting in Alì Supermercati: attività e progetti di redazione tipici della Grande Distribuzione Organizzata
29	CHIARA	PUPPINATO	2002014	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Linguaggio inclusivo: dividere per includere
30	ERICA	SALVAGNIN	2001999	prof.	MARCO	TOFFANIN	Neuromarketing, dentro la mente del consumatore
31	ARIANNA	SALVINI	2014460	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	Le opere di Van Gogh nella comunicazione pubblicitaria: analisi semiotica
32	MATTEO	SPERANDIO	1166842	prof.	VITTORIO	MONTIERI	Marketing sportivo e celebrity endorsement: la figura dell'atleta come testimonial
33	FEDERICO	TOSATO	1228744	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDITA	Quick Commerce: la terza generazione dell'e-commerce
34	AGNESE	TREVISAN	2001994	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	L'analogia tra l'esperienza gustativa e il piacere sessuale nelle pubblicità: analisi semiotica di alcuni casi di studio
35	VANESSA	ZANETTE	2015435	prof.	VINCENZO	ROMANIA	Il karate nella fase di formazione del sé: una ricerca qualitativa