

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	EMMA	BELLINELLO	1224684	prof.	BRUNO	MASTROIANNI	Il ruolo delle emozioni nelle interazioni conflittuali. Analisi dell'intervista di Dikele a Fedez.
2	FEDERICO	BORRELLI	1166163	prof.	MARCO	BETTIOL	Digital & Content Marketing: come cambia l'approccio strategico con la Digital Transformation
3	JULIA	CORAL	1224144	prof.	MARCO	BETTIOL	Strategie di sponsorizzazione nel settore moda: confronto tra Influencer marketing e Facebook ADS. Analisi del caso Pellizzari.
4	ANDREA	EPIFANI	1224685	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDDITA	Evoluzione delle sponsorizzazioni sportive e del personal brand: il caso Jordan
5	MARTINO	GIUGLIANO	1225960	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Uno studio di sociologia dell'arte: il caso Deodato Arte a Milano
6	RICCARDO	PINIZZOTTO	1198826	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDDITA	Smart mobility in Veneto: recenti trend nell'ambito della mobilità sostenibile
7	LORENZO	ROLLI	1195159	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Digital Death: lutto, memoria e oblio nell'era dei social network
8	GIOVANNI	SABATINI	1117614	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	La pragmatica del linguaggio nel contesto dell'assistenza clienti
9	ZORANA	SANADER	1222125	prof.	MARCO	BETTIOL	La rivoluzione tecnologica: nuove frontiere del Web 3.0"
10	SOFIA	SCORTICHINI	2001773	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDDITA	Comunicare lo zero waste in Italia: i movimenti sociali e il caso padovano di Friendly Shop
11	ROBERTO DENIS	TIMIS	2022690	prof.ssa	MARTINA	PERTILE	Sviluppo ed evoluzione d'impresa: il caso Vanzo Centro Fer
12	FRANCESCO	ZANOVELLO	1141882	prof.	BRUNO	MASTROIANNI	Argomenti ingannevoli e disinformazione. Ricerca di fallacie argomentative ricorrenti nelle fake news relative al Covid-19.