

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.

Discussione e Proclamazione avverranno in due momenti distinti.

La discussione dell'elaborato finale avverrà di fronte a una Commissione formata da due membri: la propria relatrice/il proprio relatore e una seconda/un secondo docente. Data, ora, luogo e commissione delle discussioni verranno comunicati alle laureande e ai laureandi entro l'8 marzo, tramite la pubblicazione di un file PDF all'interno della sezione lauree dell'home page moodle del corso.

Ogni laureando/a è tenuto/a a fare avere la copia dell'elaborato finale (in formato pdf) al secondo relatore entro il giorno seguente la scadenza per la consegna Uniweb dell'elaborato. Ai fini del conseguimento del titolo è necessario i laureandi siano presenti sia alla Discussione che alla Proclamazione.

DM270/04 COMUNICAZIONE

	Laureando		Matricola	Relatore			titolo tesi
1	BERTOLDO	VALENTINA	1164687	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	FAMIGLIE CONNESSE Le tecnologie digitali nella vita di bambini fra i 3 e i 10 anni e dei loro genitori.
2	CALABRESE	ALBERTO	2001573	prof.	RENATO	STELLA	Pillola rossa o pillola blu? La narrazione della comunità incel italiana osservata attraverso un forum online.
3	FACCO	ARIANNA	2001772	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Narrazioni mediatiche delle proteste ambientaliste radicali in Italia
4	FERLA	ALESSIO	2001781	prof.	MARCO	BETTIOL	Come il marketing influenza le scelte dei consumatori finali nell'acquisto di auto in concessionario
5	MASSOLINI	MATTIA	1230927	prof.	SILVIA RITA	SEDDA	Benefit corporation in Italia, vantaggi ambientali e competitivi il caso MiScusi
6	MENECHIN	ELENA	2019359	prof.	ILENIA	SANNA	La scrittura digitale. Come si è evoluto ed è cambiato il modo di comunicare
7	PASQUALI	ALESSANDRO	2020102	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	La comunicazione persuasiva nel mercato delle console da gaming: un confronto tra Sony e Microsoft
8	PEATINI	ISABELLA	2019503	prof.	ILENIA	SANNA	J.R.R. Tolkien: l'evoluzione del mito
9	PIETRONIGRO	SILVIA	1166421	prof.	STEFANO	KARADJOV	Restituzioni - progetto cultura Intesa Sanpaolo
10	QUIBRINO	MARCO	2015445	prof.	LORENZO	MECHI	Mass media e politica nella Repubblica Bolivariana del Venezuela
11	SERVADIO	MATTEO	1191546	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	Come semiotica e pragmatica possono aiutare a scrivere recensioni ordinate ed efficaci - Uno studio di buone e cattive pratiche, fra teoria ed esperienze lavorative
12	TOMASINI	LETIZIA	1230018	prof.	SILVIA RITA	SEDDA	Marketing e cultura: l'ostacolo delle differenze nell'internazionalizzazione
13	ZANDEGÙ	ILARIA	2019361	prof.	ILENIA	SANNA	L'arte della persuasione retorica. Un'analisi in ambito pubblicitario.
14	ZANELLATO	RICCARDO	2001771	prof.	LUCA	BARBIERI	Deepfake: analisi del fenomeno e di come stanno influenzando le nostre vite