

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 dopo la scadenza di consegna degli elaborati finali. 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 | BENETAZZO | GIULIA | 2032351 | prof. | SCARCELLI | COSIMO MARCO | Esplorando l'identità. Genere, adolescenti e media digitali |
| 2 | CAUSIN | MARTINA | 2032292 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | La pubblicità sociale: l'(in)efficacia del linguaggio nei social media |
| 3 | DELUGAN | GAIA | 2045499 | prof. | SCARCELLI | COSIMO MARCO | Infanzia digitale: analisi dell'uso delle tecnologie in età infantile |
| 4 | DIMARTI | INDHIA | 2016014 | prof. | SCARCELLI | COSIMO MARCO | Giovani e maschilità: uno studio sulle percezioni e sulle pratiche di rappresentazione online |
| 5 | GATTO | CAMILLA | 2032372 | prof. | BETTIOL | MARCO | Utilizzo dell'intelligenza artificiale generativa nel digital marketing: applicazione di ChatGPT nelle ricerche di mercato |
| 6 | GIAROLA | GIUDITTA | 1225947 | prof. | KARADJOV | STEFANO | Empaticamente: un viaggio nell' Urbs Picta esplorando le emozioni Ideazione e progettazione di un evento culturale volto a promuovere il ciclo di affreschi del XIV secolo patrimonio dell'UNESCO della città di Padova |
| 7 | GORGONE | FRANCESCO | 2032306 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | La narrazione della religione nell'era di internet e dei social media |
| 8 | PERRI | MARIKA | 2053303 | prof. | SCARCELLI | COSIMO MARCO | TRA SCHERMI E SENTIMENTI. I MEDIA DIGITALI NELLE RELAZIONI DEI GIOVANI |
| 9 | PILUTTI | SILVIA | 2032319 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | Corporate storytelling: il caso Treadom |
| 10 | PORTA | MARTINA | 2032283 | prof. | BETTIOL | MARCO | L'abitus della politica: il ruolo della moda nella comunicazione istituzionale |
| 11 | RINALDO | MATTEO | 2032309 | prof. | FELICETTI | ANDREA | LE PRIMARIE PER IL SINDACO A VICENZA: L'OPINIONE DEI PARTECIPANTI PER UNA VISIONE PIÙ AMPIA DEL FENOMENO |
| 12 | RUSSO | JESSICA | 2032338 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | Come affrontare una crisi reputazionale online: uno studio su diverse strategie di comunicazione |
| 13 | SALVO | ALICE | 2053430 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | Tra parole e potere: lo storytelling come strumento di percezione della politica italiana |
| 14 | SUMAN | MARTA | 2032290 | prof.ssa | SANNA | ILENIA | How to be an Icon: Sviluppare una Brand Personality forte grazie al Linguaggio - Il caso Apple |