

**ATTENZIONE: Il 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 PUBBLICAZIONE del diario delle discussioni. 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	ALBERTON	ANGELA	2032408	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Neuromarketing: l'influenza delle emozioni nei processi decisionali del consumatore
2	BASSO	CECILIA	2034705	prof.	FEDERICO	MAZZINI	SOFTPOWER E DIPLOMAZIA CULTURALE: IL CASO DELLA "KOREAN WAVE"
3	BISON	CAMILLA	2070675	prof.	MARCO	BETTIOL	L'evoluzione della comunicazione dei Brand di lusso e l'influenza della Generazione Z
4	BONATTA	MARGHERITA	2032386	prof.	MARCO	BETTIOL	Moda e responsabilità: L'integrazione degli standard ESG nell'Alta Moda Italiana
5	BUSTI	NOEMI	2085498	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	LO STREETWEAR DALL'UNDERGROUND AL FASHION LUXURY: IL CASO LOUIS VUITTON
6	CARBOTTI	FRANCESCA	2032343	prof.	ANDREA	SCIANDRA	Comunicazione del brand su sito web e social media: i casi Estée Lauder e L'Oréal Paris
7	CARRARO	IRENE	2067610	prof.	RENATO	STELLA	Chat GPT e l'abilità di scrittura di una tesi, una ricerca empirica
8	CASCIANI	FEDERICA	2032334	prof.	ANDREA	SCIANDRA	La promozione cinematografica nell'era digitale: il caso di "C'è Ancora Domani" di Paola Cortellesi.
9	CIMOLIN	GIORGIA	2034977	prof.	MARCO	BETTIOL	Italian sounding: indicatore di una potenziale domanda di mercato?
10	CORADIN	FEDERICA	2006986	prof.	STEFANO	CRABU	Oltre gli stereotipi: evoluzione della comunicazione pubblica della salute mentale e delle sue rappresentazioni nei media e nel cinema
11	DAL COLLE	BENEDETTA	2051217	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Il fascino della fotografia analogica tra i giovani nativi digitali
12	DAL POZZOLO	AURORA	2032302	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Instagram e Violenza Vicaria: Analisi delle Pratiche di Resistenza, Resilienza ed Empowerment Online
13	DE RUVO	NICOLÒ	2047338	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Un mondo di intrattenimento tutto nuovo: un'analisi dei principali "streamers" di Twitch in Italia
14	FANTON	MARGHERITA	2032287	prof.	MARCO	BETTIOL	Il potere dello storytelling: come raccontare un brand di successo
15	FORNASIERO	ANGELICA	2032322	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Giovani ed Emozioni Negative: Studio sull'Utilizzo di TikTok come Spazio di Espressione Emotiva e Identitaria
16	FRANCHIN	VALENTINA	2032284	prof.	MARCO	BETTIOL	Il caso Calze BC: la sfida digitale per rilanciare il settore della calza Made in Italy
17	GUIDOLIN	GRETA	2034974	prof.	ROMANO	CAPPELLARI	Vestire il Futuro. Il Connubio tra Moda sostenibile e Green marketing.

18	LAZZARO	MATTIA	2002512	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Psicologia cognitiva e web design: analisi dei fattori influenti sull'esperienza dell'utente
19	LIBERALI	GIORGIA	2034701	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Comunicazione, industria cosmetica e pubblicità ingannevole
20	MOGNOL	MONICA	2032361	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Perché Sanremo è (ormai) FantaSanremo: origini e sviluppi di un fenomeno mediatico
21	PENGO	IRENE	2046006	prof.	ROMANO	CAPPELLARI	Piano marketing per una struttura sanitaria privata
22	RIZZI	GIACOMO	2032295	prof.ssa	ILENIA	SANNA	La comunicazione del brand nel contesto digitale: il caso Duolingo
23	SARTORI	AGNESE	2032325	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'italiano contemporaneo della narrativa: il caso delle fanfiction
24	SBRISSA	ELEONORA	2049196	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	L'influenza della sensibilità nella percezione di colori e immagini
25	SCHETTINI	GRETA	2046014	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Ergonomia cognitiva e usabilità delle interfacce social: uno studio comparativo generazionale sull'uso di Instagram e Facebook.
26	STOCCO	VALENTINA	2032311	prof.ssa	ILENIA	SANNA	Storytelling e brand strategy: il marchio Campari
27	ZOCCOLETTO	ALESSANDRA	2015444	prof.	MARCO	BETTIOL	Parole che vendono: tutto nasce da una bella storia
28	ZUCCA	ALICE	2032404	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Fast Fashion e Gen Z: comportamenti di consumo, consapevolezza ambientale e sostenibilità.