

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 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	ELEONORA	BALDAN	2032378	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Emozioni in rete: l'interazione tra Social Network e sfera emotiva
2	BEATRICE	BERTOLDO	2032392	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Comportamento d'acquisto e prezzo: un'analisi del processo decisionale del consumatore
3	GIULIA	CANDIOTTO	1169741	prof.	MARCO	BETTIOL	Strategie di marketing nel motorsport: analisi comparativa tra Formula 1, Formula 1 Academy e Formula E.
4	FRANCESCO PIETRO	CELIN	2032291	prof.	MARCO	BETTIOL	Marketing Digitale e Protezione della Privacy: Bilanciare Efficienza e Tutela
5	NICOLA	COTA	2046004	prof.	MARCO	BETTIOL	Il premium Brand: strategie di espansione commerciale, il caso "Camplin S.r.l."
6	ALESSANDRO	DELLA CORTE	2034703	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	L'allenatore del calcio giovanile: un modello comunicativo
7	MELISSA	FRANCESCHI	2053302	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	La semiotica del branding: un'analisi del caso Juventus F.C.
8	MICHELE PIO	GAMBARDELLA	2032312	prof.ssa	ILENIA	SANNA	"L'attacco dei giganti": il percorso archetipico di un "eroe"
9	ANNA	GIACHIN	2046011	prof.	MARCO	BETTIOL	Da influencer a imprenditori
10	MARTINA	GRILLO	2032303	prof.	MARCO	BETTIOL	Come Cambiare il posizionamento del brand nel settore moda: il caso Camplin
11	CHRISTIAN	IZZILLO	2032318	prof.	MARCO	BETTIOL	Il marketing della Red Bull: strategie di sponsorizzazione e analisi del "modello Red Bull" nel calcio
12	EVA	LOVATO	2053432	prof.	MARCO	BETTIOL	L'evoluzione del brand nell'era digitale: il caso Amabile Jewels
13	ROMINA	MALGHERA	2032288	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	App per l'infanzia: un'analisi benchmarking delle applicazioni per bambini e genitori
14	IRENE	MATTIELLO	2032347	prof.	MARCO	BETTIOL	Moda più sostenibile. Sviluppi alternativi della moda Made in Italy.
15	GIOIA	MAZZARO	2032301	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	I travel influencer: storytelling e strategie comunicative attraverso i social media
16	ALESSIA	PRETTO	2044890	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	L'influenza del #BookTok sulla cultura di lettura della Generazione Z: un'indagine attraverso le esperienze degli utenti

17	ALESSIO	STORGATO	2032304	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Oltre la musica digitale: un'indagine qualitativa sul ritorno del vinile tra le nuove generazioni
18	JULIA	TAGLIA	2032286	prof.ssa	SABRINA	BRIGADOI	Nuovi media e salute: utilizzo dei videogiochi come terapia nei disturbi psicopatologici e del neurosviluppo
19	ANDREA	TURCHETTI	1141933	prof.ssa	CINZIA	MORTARINO	Analisi dati relativi all'indagine sulle condizioni di studio e lavoro delle studentesse e degli studenti dei corsi di laurea della Scuola di Scienze Umane, Sociali e del Patrimonio Culturale.
20	ELISA	ZORNETTA	2032299	prof.ssa	ILENIA	SANNA	L'influenza delle fallacie nel copywriting pubblicitario