

	Laureando		Matricola	Relatore			titolo tesi
1	BARISON	GIANMARCO	1095918	prof.	MARCO	TOFFANIN	Brand new: il cambiamento dei logo come elemento di rebranding e le percezioni dei consumatori
2	BERNARDI	ANNA	1096957	prof.	VINCENZO	DURANTE	La pubblicità ingannevole in Italia.
3	BOARETTO	ELISA	1095854	prof.	RENATO	STELLA	Pubblicità artistica: come le arti visive influenzano la pubblicità
4	CASTALDO	FRANCESCO	1024986	prof.	VITTORIO	MONTIERI	Native advertising: contenuti editoriali per fini promozionali
5	CIOFFREDI	CAMILLA	1096901	prof.	MARCO	BETTIOL	Lo sviluppo del digital marketing nelle aziende: dal tradizionale testimonial all'influencer
6	DA MAREN	BEATRICE	1096955	prof.	STEFANO	ALLIEVI	"Ogni famiglia è famiglia a modo suo": il rapporto dialogico tra le famiglie arcobaleno e le istituzioni scolastiche.
7	D'ADDARIO	RICCARDO	1099013	prof.	MARCO	RANGONE	I diritti televisivi nel rugby. Un confronto tra la realtà italiana e quella internazionale
8	DALLA VENEZIA	GIORGIA	1097678	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Fitness Marketing e Fidelizzazione. Il caso Virgin Active
9	DE BENETTI	ELISA	1095628	prof.	VITTORIO	MONTIERI	Retoriche della bellezza: il corpo femminile raccontato dalla pubblicità.
10	DREON	ELENA	1092282	prof.	GIUSEPPE	SPOLAORE	Silos/Armani: l'haute couture di Armani in esposizione. Analisi di un canale inusuale dell'alta moda
11	FIOROTTO	ALICE	1097675	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	"Strategie di marketing territoriale ed esperienziale dei luoghi leggendari"
12	FURLAN	ANGELA	1096952	prof.	MARCO	BETTIOL	Comunicare l'autenticità del prodotto: il progetto smart del distretto calzaturiero del Brenta
13	GIANTIN	FEDERICA	1096849	prof.	VITTORIO	MONTIERI	Immagini dissuasive sui pacchetti di sigarette: un caso di comunicazione sociale inefficace
14	GOLDIN	REBECCA	1103540	prof.	VINCENZO	DURANTE	Le intercettazioni e la loro divulgabilità
15	GORGI	LISA	1100094	prof.	MARCO	BETTIOL	Il fenomeno delle recensioni false: nuovo business per imprese e società di comunicazione?

16	LUMIA	JOSEPH	1070658	prof.	RENATO	STELLA	L'Ufficio Stampa dell'Università di Padova e il crisis management: tre case history
17	MAGOSSO	CATERINA	1097100	prof.	RENATO	STELLA	Dal Web alle librerie: storie di scrittori 2.0
18	MALAGOLI	MARGHERITA	1096419	prof.	MARCO	BETTIOL	Valorizzare l'artigianato con il digitale. I casi Velasca e Lanieri
19	MAMPRIN	GIULIA	1096916	prof.	MARCO	RANGONE	L'organizzazione di eventi sportivi: un approccio ANT
20	MARGHERITTA	SARA	1103085	prof.	VITTORIO	MONTIERI	Strategie di comunicazione nel mercato dei liquori dolci: il caso Disaronno
21	MONTEFRANCESCO	LISA	1096824	prof.	CLAUDIO	RIVA	Nuovi media e sviluppo della persona: il dibattito pubblico sul coaching.
22	PACCHIONI	MATTEO	1027033	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Food & Beverage delivery: il caso Fastdrink24
23	PERIN	GIULIA	1097514	prof.	VINCENZO	DURANTE	La pedopornografia online
24	PETRIN	GIULIA	1054940	prof.	RENATO	STELLA	Grindr: interazioni omosessuali e web
25	RIGHETTO	ILENIA	1096416	prof.	MARCO	BETTIOL	Retail design e shopping experience. Il caso Dolce&Gabbana
26	SCIPIONI	MARCO	1097090	prof.	ENRICO	FRANCIA	La memoria della Shoah. La testimonianza di Sami Modiano.
27	SMERAGLIUOLO	ALESSIA	1097672	prof.ssa	ROSAMARIA	SALVATORE	Il cinema di Alberto Grifi: la rivoluzione non è un pranzo di gala
28	SOLOMON	MADALINA IOANA	1102530	prof.	MARCO	BETTIOL	LA FABBRICA INTELLIGENTE: VERSO LA PERSONALIZZAZIONE DEL PRODOTTO. IL CASO ADIDAS
29	STEVANATO	LUCIA	1096264	prof.	VINCENZO	DURANTE	Tutela della reputazione e diritto di critica. Il caso della critica politica.
30	STEVANATO	DARIO	1096967	prof.	LUCA	MENINI	Analisi della comunicazione istituzionale delle Agenzie Ambientali italiane dei dati di inquinamento
31	TAHER	ROLA	1097009	prof.	MARCO	BETTIOL	Instagram: l'approdo degli influencer nel mondo del digital marketing

32	TORESAN	ALICE	1096911	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Co-branding: il valore della marca. Utilizzo delle alleanze di marca come strumento per l'attivazione strategica aziendale e di prodotto. Uno sguardo alle strategie di co-branding nel mondo degli alimenti.
33	TURRATO	MARTA	1095900	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Food marketing sostenibile: un'analisi comparativa
34	TURRIA	JULIO ERNESTO	1102454	prof.	VINCENZO	ROMANIA	LA CONDIZIONE DEI GIOVANI ALLA RICERCA DI UN'OCCUPAZIONE. UNA RICERCA SOCIOLOGICA
35	VIALETTO	ANNA	1095902	prof.	MARCO	BETTIOL	Sponsorizzazione e social media come strumento di marketing sportivo - Il caso Formula 1
36	ZAMINATO	DENISE	1097014	prof.	GIUSEPPE	SPOLAORE	Stereotipi nazionali e pubblicità turistica. Un'analisi a partire da alcuni case study.
37	ZANETTI	ALBERTO	1070399	prof.	MARCO	BETTIOL	Il modello Netflix: un algoritmo per dare agli spettatori ciò che vogliono?
38	ZAUPA	NICOLA	1099041	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Opportunità e limiti del Crowdfunding: il caso di Kickstarter.
39	ZORZAN	FILIPPO	1045514	prof.	MARCO	BETTIOL	Il gioco diventa reale. Realtà virtuale: il caso Sony PlayStation VR