

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/la secondo/a relatore/relatrice indicata nel calendario delle discussioni.

Ai fini del conseguimento del titolo è necessario i laureandi siano presenti sia alla Discussione che alla Proclamazione.

DM270/04 COMUNICAZIONE

| | Laureando | | | Relatore | | | titolo tesi |
|---|------------|-----------|---------|----------|---------|-------------|---|
| 1 | CHIOMENTO | LINDA | 2069254 | prof.ssa | SABRINA | BRIGADOI | Intelligenza artificiale e Marketing: evoluzione, potenzialità, e sfide. |
| 2 | CONVENTI | ANNA | 2100347 | prof. | BRUNO | MASTROIANNI | Il ruolo della comunicazione digitale nella gestione di una crisi aziendale: lo scandalo Balenciaga |
| 3 | CRISTALE | SILVIA | 2124271 | prof.ssa | SABRINA | BRIGADOI | Progettare il punto vendita: stimolazione multisensoriale e neuromarketing nelle strategie di retail |
| 4 | GUBERT | ELEONORA | 2100398 | prof.ssa | SABRINA | BRIGADOI | L'evoluzione del marketing: dal marketing tradizionale al marketing sensoriale |
| 5 | LICHMAN | ANGHELIKA | 2123578 | prof. | PAOLO | MAGAUDDA | Social Media Microtrends and Consumer Practices: A Case Study of the Barbiecore Aesthetic |
| 6 | MICHELAZZO | EMMA | 2100420 | prof. | PAOLO | MAGAUDDA | Dalla musica al brand: artisti, piattaforme e consumi nell'era digitale |
| 7 | PAPARELLA | EMMA | 2100345 | prof. | MARCO | CIABATTONI | “Il linguaggio del lusso: strategie comunicative e percezione del brand. Analisi del comportamento di tre top players.” |
| 8 | PAVAN | ILARIA | 2100369 | prof. | MARCO | BETTIOL | Brand Equity e identità valoriale nello sport: il caso Treviso Basket |
| 9 | VERONESE | GIORGIA | 2116539 | prof. | MARCO | BETTIOL | Intelligenza Artificiale e Realtà Aumentata nel mondo del beauty: il caso L'Oréal e Sephora |