

DM270/04 COMUNICAZIONE

	Laureando		Matricola	Relatore			titolo tesi
1	AMERIGHI	VALENTINA	1123797	prof.	ROMANIA	VINCENZO	La relazione di cura: una ricerca etnografica.
2	ANGELOZZI	FRANCESCA	1126810	prof.ssa	MORTARINO	CINZIA	Il valore del brand percepito dal consumatore: analisi dei dati di un questionario Nike-Adidas
3	ANTONELLO	SILVIA	1122928	prof.ssa	DI BENEDETTO	CHIARA	Comunicare la ricerca scientifica: i linguaggi del FameLab di Padova
4	BACNASU	RAFFAELLA	1122771	prof.	CRESTANI	RICCARDO	La neolingua di Donald Trump: una strategia vincente?
5	BEZUKLADNIKOVA	HALYNA	1097103	prof.	BETTIOL	MARCO	Instagram per i luxury fashion brand: strategie di comunicazione e il caso Gucci
6	BORSATO	CAMILLA	1123639	prof.	BETTIOL	MARCO	Artigiani digitali: il caso Panificio Follador
7	BRESSAN	TIZIANA	1123343	prof.	RIVA	CLAUDIO	Fare impresa nella società in rete: il portale OONE
8	CARRARO	SONIA	1122744	prof.	MONTIERI	VITTORIO	La misurazione dell'engagement nel branded entertainment: l'indice B.E.E.R. di Zerostories-Doxa
9	CATTAPAN	MATTEO	1123139	prof.ssa	SEDTA	SILVIA RITA	Il Cause Related Marketing (CRM) per le organizzazioni non profit
10	CESTARI	SILVIA	1123603	prof.	RANGONE	MARCO	Il marketing per le società sportive: nuove strategie per trovare e fidelizzare gli sponsor
11	CIMA	MADDALENA	1129542	prof.	BETTIOL	MARCO	Italian food 4.0
12	DAL FERRO	FRANCESCO	1141325	prof.	BETTIOL	MARCO	Alla ricerca di un equilibrio tra artigianato e innovazione: il caso No-Made Boards.
13	D'AMBROSI	SOFIA	1123806	prof.	TOFFANIN	MARCO	La moderna arte dei loghi: l'evoluzione di stili e significati nel tempo
14	FABRIS	MARCO	1126257	prof.	RIVA	CLAUDIO	Media e paura: le critiche alla televisione
15	FRISO	ELENA	1126726	prof.	RIVA	CLAUDIO	La vetrinizzazione dei Disturbi del Comportamento Alimentare: l'autolesionismo su Instagram

SECONDO appello del SECONDO periodo AA 2017/2018
17 LUGLIO 2018 - COMUNICAZIONE

16	GALZIGNATO	SARA	1123356	prof.	RIVA	CLAUDIO	Il ruolo dei media nell'insorgenza dei disturbi alimentari
17	GRIGOLO	VALERIA	1122843	prof.	ALLIEVI	STEFANO	Breaking bad: una chiave di lettura moderna sull'onnipotenza del denaro
18	GUARISE	CHIARA	1123364	prof.ssa	SEDTA	SILVIA RITA	ECONOMIA CIRCOLARE NEL SETTORE DELLA MODA: Quale ruolo per gli influencer?
19	LA BELLA	GIULIA	1123691	prof.ssa	SEDTA	SILVIA RITA	L'ECONOMIA CIRCOLARE NEL MONDO DELLA MODA
20	LACATIS	IOANA IULIA	1123337	prof.	DURANTE	VINCENZO	La pubblicità ingannevole
21	LORENZIN	ALICE	1123357	prof.ssa	ZARABARA	CLAUDIA	le Digital PR nel settore turistico: gli influencer come risorsa
22	LOVO	LINDA	1122841	prof.	RIVA	CLAUDIO	Tra social, gaming e distribuzione digitale: il caso Steam
23	MARCATO	ANNA	1123310	prof.	BETTIOL	MARCO	I mercati business-to-business e il caso lfin Sistemi
24	MARCON	ALESSIA	1128173	prof.ssa	SEDTA	SILVIA RITA	Strategie di marketing territoriale per lo sviluppo della città di Marostica
25	MARINO	FRANCESCA	1122869	prof.	TOFFANIN	MARCO	Visualizzare e rappresentare le informazioni: l'infografica nella comunicazione online
26	MIGOTTO	GIOELE	1095905	prof.	TOFFANIN	MARCO	Content design per il no-profit. Cambiare il mondo creando relazioni.
27	MORELLO	MARTINA	1121724	prof.	DURANTE	VINCENZO	Diffamazione e discriminazione contro gli stranieri
28	MUSACCHIO	MARIANNA	1123818	prof.	RIVA	CLAUDIO	La comunicazione culturale tra nuovi media e tradizione: il caso del Festival di Musica da Camera di Mantova "Trame Sonore"
29	PATRON	GLORIA	1122895	prof.ssa	BREMBILLA	PAOLA	Comunicare il brand. Forme di product placement nelle serie TV.
30	PEZZUTTI	CLAUDIA	1122883	prof.	BETTIOL	MARCO	Talents are the new media: verso l'influencer marketing
31	RANDO	JESSICA	1123380	prof.	MONTIERI	VITTORIO	Analisi della denominazione di prodotto nel settore dei medicinali di automedicazione

32	RICCIARDELLA	ELENA	1123272	prof.	RIVA	CLAUDIO	I social network tra le generazioni
33	RUSALEN	PIETRO	1124958	prof.	BETTIOL	MARCO	Inbound Marketing, SEM e SEO: le nuove regole del web 2.0
34	SANTINATO	VANESSA	1122743	prof.ssa	SEDTA	SILVIA RITA	Dalle stelle alle stalle: analisi dei fattori critici di successo delle PMI venete.
35	SARTORATO	FRANCESCA	1123147	prof.	LA MENDOLA	SALVATORE	Rosso, giallo, verde e bianco: "coloriture" d'interazione in Pronto soccorso
36	SAVARESI	LARA	1123369	prof.	MONTIERI	VITTORIO	Il mondo come mezzo e come messaggio: tipologie retoriche nell'ambient marketing
37	SEIFOLAH	SINA	1126256	prof.	TOFFANIN	MARCO	Le piattaforme di crowdsourcing per i progetti multimediali: rischi e opportunità
38	SIMIONATO	MICHAEL	1070392	prof.	STELLA	RENATO	La Filter Bubble di Facebook. Un esperimento sulla sua azione.
39	TIENE	LEONARDO	1124991	prof.	RIVA	CLAUDIO	L'evoluzione del Web marketing: il caso OONE
40	TISO	ANTONIO	1122919	prof.	DURANTE	VINCENZO	Privacy by Design e Privacy by Default: dalle origini al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati
41	VARDANEGA	GLORIA	1123548	prof.	ALLIEVI	STEFANO	Lo specchio cibernetico: proiezione dell'identità femminile islamica nei social network
42	VIOLANTE	LUCA	1122852	prof.ssa	BREMBILLA	PAOLA	World-building e crossmedialità: quando l'utilizzo di diversi media permette l'evoluzione del franchise.
43	VOLPATO	GIULIA	1123918	prof.	BETTIOL	MARCO	L'importanza della brand identity nelle università
44	ZANELLA	ALESSANDRA	1123882	prof.	BETTIOL	MARCO	Vendere vino online in Cina: le opportunità per i produttori italiani. Il caso Vinality
45	ZANETTIN	ANGELA	1129100	prof.	BETTIOL	MARCO	Il ritorno del su misura. O bag e la mass customization.
46	ZUCCALÀ	LAVINIA	1096953	prof.	ROMANIA	VINCENZO	La sociologia e la città: il caso di Repúblicas a Coimbra
47	ZULIANI	MARTINA	1123815	prof.	BETTIOL	MARCO	Dalle spa ai parchi termali: il caso Aquardens