

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.

Le sedute si svolgeranno IN PRESENZA, salvo motivata richiesta di svolgimento telematico con zoom da parte dei laureandi, da indirizzare a didattica.fisppa@unipd.it e didattica.scienzeumane@unipd.it

DM270/04 COMUNICAZIONE

	Laureando		Matricola	Relatore		titolo tesi	
1	FRANCESCA	CAPOZZO	1193152	prof.	SILVIA RITA	SEDITA	Il ruolo del Marketing nell'industria alimentare bio: il caso NaturaSì
2	MYRIAM	CATUCCI	1205840	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Male sex working: il caso di Onlyfans.
3	SEBASTIANO	CECCHIN	1193163	prof.	SILVIA RITA	SEDITA	Startup e incubatori d'impresa: innovare il Business Model.
4	MARCELLA	CILIBERTI TEDESCO	1191359	prof.	MARCO	BETTIOL	L'impatto della pandemia di Covid-19 sull'industria alimentare: il ruolo della digitalizzazione
5	OTTAVIA	CLEMENTE	1144177	prof.	FABRIZIO	TONELLO	L'utilizzo dei video come strumento di denuncia delle violenze nei confronti delle comunità afroamericane negli States
6	GIACOMO	CORTESE	1167389	prof.	RENATO	STELLA	Indagine su videogiochi e microtransazioni: il caso League of Legends
7	GLORIA	DA ROS	1166845	prof.	MARCO	TOFFANIN	Gli spot pubblicitari e il lockdown: la situazione italiana
8	RACHELE	DALLA VECCHIA	1192149	prof.	ARJUNA	TUZZI	Happiness is a warm gun. Analisi del contenuto di interviste a giornalisti condotte da Mezzopieno
9	GIOVANNI	FAVARO	1166877	prof.	SILVIA RITA	SEDITA	Strategie di sviluppo della brand equity nel mercato dello streetwear: il caso Supreme
10	CHIARA	FERRACCIOLI	1191873	prof.	MARCO	BETTIOL	Esperienza d'acquisto onlife: tra il retail fisico e la community online
11	VITTORIA	FRIGO	1167570	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Distanziamento fisico, avvicinamento tecnologico: le pratiche di comunicazione digitale durante la pandemia di Covid-19
12	IRENE	GHIRALDIN	1192007	prof.	MARCO	BETTIOL	Strategie di Branding e Brand Activism nel mercato della birra artigianale: il caso studio BrewDog
13	GAIA	GRISOT	1193110	prof.	STEFANO	KARADJOV	CICAP Fest: la magia della scienza. Analisi dell'evento e contributi alla strategia di comunicazione.
14	NICCOLO'	LONGO	1191996	prof.	VINCENZO	DURANTE	I diritti televisivi del calcio
15	MATILDA	MANZO	1192161	prof.	MARCO	BETTIOL	L'importanza della community nei giochi di ruolo: il caso di Critical Role e Inntale
16	EVA	MASIERO	1195129	prof.	MARCO	TOFFANIN	Dalle passerelle allo streaming: la trasformazione digitale della moda al tempo del Coronavirus
17	ILONA	MEREUTA	1123663	prof.	MARCO	BETTIOL	Il marketing al tempo degli algoritmi. I casi Amazon e Instagram.
18	ALEKSANDRA	MILOSEVIC	1191635	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Tra generi e generazioni: la rappresentazione del sè su Tinder

19	ALESSIA	OMERINI	1192237	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	"Streaming killed the radio star": Le trasformazioni dello storytelling musicale nell'epoca dello streaming digitale
20	MARTINA	PASQUALINI	1193156	prof.	MARCO	BETTIOL	Nuove frontiere del commercio digitale: i Digitally Native Vertical Brands e l'importanza della customer experience
21	ROSSELLA	PASSERI	1002804	prof.	VINCENZO	ROMANIA	Tradizione e memoria orale nell'Alto Vicentino: comparazione Nord Europea nella ritualizzazione narrativa
22	DAMIANO	PELLANDA	1165231	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Autoproduzione e autopromozione musicale nell'epoca dello streaming: una ricerca empirica sulla scena musicale di Bassano del Grappa
23	ANTONELLA	POTENTE	1167735	prof.	GUIDO	BARTORELLI	Black Visual Intonation in Arthur Jafa. Analisi dell'opera per le esposizioni d'arte.
24	FRANCESCA	PRANDO	1192111	prof.	MARCO	BETTIOL	Realtà Aumentata e Virtuale nel marketing: tra mito e realizzazione
25	CHIARA	PRATA	1192132	prof.	TERESA	GAVARUZZI	"Specchio Zoom delle mie brame...". Un'indagine sugli effetti delle videoconferenze sulla percezione del nostro aspetto dopo un anno di pandemia.
26	MIRIANA	PRAVATO	1192985	prof.	SILVIA RITA	SEDITA	L'effetto del product placement dei brand di lusso sulla Generazione Z
27	ALESSIO	ROBIN	1191761	prof.	MARCO	RANGONE	«Satispay: un caso di first mover advantage»
28	ELISABETTA	ROSA	1196212	prof.	VINCENZO	ROMANIA	Come i problemi etici e legali legati al multi-level marketing hanno portato alla nascita dell'anti MLM movement
29	CHIARA	SALVADOR	1198775	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Danza, comunicazione e tecnologie digitali: la trasformazione della didattica nella danza durante la pandemia
30	FRANCESCA	SANTOZZI	1198821	prof.	FEDERICO	NERESINI	Comunicare nella Platform Society. Il caso dei vaccini anti-Covid19 su Instagram
31	ROBERTA	SARTORI	1191168	prof.	VINCENZO	ROMANIA	La morte al tempo del Covid. Come la pandemia ha influenzato il modo di trattare e percepire il fine vita.
32	GIULIA	SAVIO	1192081	prof.	VINCENZO	DURANTE	La comunicazione nell'era digitale: l'applicazione della blockchain al diritto d'autore.
33	ELISA LUCIA	SCHIEVENIN	1170246	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Dalla bio all'io: uno studio sulle biografie degli utenti di Tinder
34	CHIARA	SIGNORI	1193198	prof.	RENATO	STELLA	Educazione Sessuale 2.0 - La contraccuzione spiegata su Instagram dai professionisti
35	LISA	SIMEONI	1191388	prof.	FEDERICO	NERESINI	La scienza su YouTube: il caso del cambiamento climatico
36	FILIPPO	STIVANELLO	1170120	prof.	GIUSEPPE MARCO	SPOLAORE	Polarizzazione e disinformazione: una ricognizione sull'influenza dei social media nelle elezioni USA 2020
37	MATTIA	TOFFANIN	1193223	prof.	MARCO	BETTIOL	Gli effetti del COVID-19 sugli esports in Europa: come la pandemia ha amplificato il settore del gaming professionistico
38	SARAH	ZANE	1192235	prof.	VINCENZO	DURANTE	L'Intelligenza artificiale tra privacy e copyright
39	SOFIA	ZANGRANDE	1191374	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	La musica indipendente nell'epoca della pandemia: le trasformazioni dei festival e degli eventi live
40	ALICE	ZECCHINATO	1192123	prof.	MARCO	TOFFANIN	Raccontare gli open data con l'Information Design: il caso del Turismo Veneto