

**ATTENZIONE:II 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 lauree.fisppa@unipd.it e didattica.fisppa@unipd.it  
SI RACCOMANDA AI LAUREANDI DI CONSULTARE LA POSTA ISTITUZIONALE IN QUANTO INVIEREMO VIA MAIL LE INDICAZIONI PER LO SVOLGIMENTO DELLE SEDUTE E GLI ACCOMPAGNATORI**

**DM270/04 COMUNICAZIONE**

	Laureando		Matricola	Relatore			titolo tesi
1	GIORGIA	BUSTREO	1239093	PROF.SSA	SILVIA RITA	SEDITA	Analisi del fenomeno di meme marketing
2	RICCARDO	CACCO	1225945	PROF.	MARCO	BETTIOL	Second Hand: le nuove dinamiche nel mercato del lusso
3	ELISA	CADORE	1225143	PROF.SSA	SILVIA RITA	SEDITA	Shock advertising, come può essere utilizzato dalle imprese no profit
4	ARIANNA	CESTARO	1230017	PROF.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Come vengono inseriti i personaggi bisessuali nelle serie tv? Il caso di Adam di Sex Education
5	LARA	CONTARTESE	1222288	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	Personal branding: analisi di casi di crisi nell'argomentazione digitale
6	DAVIDE	CORRA'	2020414	PROF.SSA	ARJUNA	TUZZI	ANALISI DEI DISCORSI DI FINE ANNO DEL PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA ITALIANA SERGIO MATTARELLA
7	ROBERTO	DALLA LIBERA	1005647	PROF.	MARCO	BETTIOL	Evoluzione del Retail Come le limitazioni del Covid-19 hanno trasformato il Retail
8	ELIA	DE FALCO	1223612	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	La gestione di una crisi digitale in mondovisione: il caso Will Smith e Chris Rock
9	EMANUELA	D'ORIA	1191926	PROF.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	Uno sguardo sulla comunicazione politica: analisi semiotica della campagna vaccinale SARS-CoV-2
10	MATTEO	FERRI	1225136	PROF.	PAOLO	MAGAUDDA	La comunicazione politica online durante la pandemia dal leader della Lega Matteo Salvini
11	DANIELA	FRATTIN	1222281	PROF.	MARCO	BETTIOL	L'importanza della presenza online per un'azienda: da un buon posizionamento nel motore di ricerca agli influencer per acquisire nuovi clienti
12	VITO	GUARDINI	1224163	PROF.	GIORGIO	AVEZZU'	"La promozione dei titoli scripted originali Sky"
13	MARCO ACHILLE	MAGNO	2002012	PROF.	VINCENZO	ROMANIA	Condizione dello studente fuori sede a Padova
14	GAIA	MARZOLA	1223101	PROF.	VINCENZO	ROMANIA	Il Gender Gap nel Motorsport: le differenze di genere, la rappresentazione mediatica femminile e le iniziative per la parità nel mondo dei motori
15	EMMA	MENEGHIN	1224169	PROF.	MARCO	BETTIOL	Greenwashing e consumer awareness: riconoscere l'inganno influisce sulle scelte d'acquisto?
16	FIAMMA	MENIN	1236349	PROF.	MARCO	BETTIOL	La comunicazione online dei fornitori energetici nel mercato italiano
17	ANNA	MENONCELLO	1225147	PROF.	MARCO	BETTIOL	Creare legami e vendere con le community online : il caso LabelRose
18	SIMONE	MISSAGLIA	1227219	PROF.	MARCO	BETTIOL	Twitch: potenzialità e pericoli della nuova televisione
19	ALESSIA	NICETTO	1222287	PROF.SSA	SILVIA RITA	SEDITA	Il marketing sostenibile e le sue applicazioni.

20	GIULIA	PATELLA	1225140	PROF.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Social media e giovani LGBT+: Un nuovo modo per rappresentarsi.
21	LAURA	PELLEGRINI	1224179	PROF.	MARCO	BETTIOL	Marketing nel Metaverso. Nuovi business e opportunità per gli acquisiti e la pubblicità.
22	DIEGO	RIZZARDO	1046275	PROF.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Digital Nostalgia: il fenomeno del retrogaming
23	TERESA	ROVEDA	1234568	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	Polarizzazioni online: convincere la "zona grigia" attraverso l'argomentazione
24	CECILIA	SALAMONI	1225150	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	ANALISI DI UN'INTERVISTA AL TEMPO DELL'IPERCONNESSIONE: IL CASO FEDEZ-DIKELE
25	ALESSIA	SALVADOR	1223600	PROF.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	La comunicazione Instagram dell'Università di Padova. Una ricognizione.
26	SILVIA	SCHIAVON	1165174	PROF.	MARCO	BETTIOL	L'evoluzione del commercio, dal retail all'online. Lo studio di alcune piccole realtà.
27	CHIARA	SEGANFREDDO	1224149	PROF.SSA	SILVIA RITA	SEDDITA	Imprenditorialità e inclusione sociale: il ruolo delle B Corp.
28	ANNA	TOLLOT	1224151	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	Disinformazione, fake news e notizie satiriche online: generazioni a confronto
29	SARA	VOLPIN	1224152	PROF.	BRUNO	MASTROIANNI	Fact-checking e debunking nell'era del digitale: argomentare efficacemente contro la disinformazione. Caso Covid-19.
30	ANNA	ZANIN	1224170	PROF.	STEFANO	CRABU	Comunicazione pubblica dell'energia nucleare: un'analisi del caso italiano
31	ALICE	ZUFFELLATO	1225956	PROF.	PAOLO	MAGAUDDA	La costruzione dell'identità attraverso l'abbigliamento nelle rappresentazioni cinematografiche