

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	BALDO	ANDREA	1223562	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Innovazione digitale dei servizi: la lavanderia del futuro
2	BOFFO	ANNA	1222277	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	Tendenze e strategie emergenti nel mondo del food & beverage. Un'analisi attraverso casi di studio.
3	BONOTTO	GIULIO	1193217	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	L'evoluzione delle figure femminili nella musica pop: il caso di Madame
4	BRUSAMENTO	MARTINA	1223099	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Le nuove forme del lusso nel mondo dell'abbigliamento: tre studi di caso
5	CARRARO	MARTINA	1222386	prof.	MARCO	BETTIOL	Real-time marketing: l'arte della velocità nella comunicazione digitale
6	CAVALLI	ELISA	1222284	prof.	VINCENZO	ROMANIA	La gentrification a Padova. Un'indagine del fenomeno nel quartiere Arcella.
7	CECCATO	GIORGIA	2013094	prof.	GIUSEPPE MARIO	SPOLAORE	Etica dei social media
8	CREMONESE	TIMOTEA	1223599	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Nuove frontiere del cyberbullismo: il body-shaming online e le sue conseguenze
9	DALL'EST	KATIA	1231357	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDTA	"Il caso Duca di Dolle: riposizionamento di un brand nel mondo del Conegliano-Valdobbiadene DOCG"
10	DEL GAUDIO	AURORA	1225954	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	La salute sessuale femminile e la disinformazione sui social media: il caso Pure Eros
11	FANTON	BEATRICE	1224142	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	LA RAPPRESENTAZIONE DELLA VIOLENZA DI GENERE NELLE CAMPAGNE ANTIVIOLENZA - Analisi qualitativa sui centri antiviolenza del Veneto
12	FILAFERRO	ALESSIA	1222274	prof.	MARCO	BETTIOL	Design Thinking e Made in Italy: l'innovazione parte da scuole, imprese e territori. Il caso Upskill 4.0
13	FRANZIN	ELEONORA	1198791	prof.	VINCENZO	DURANTE	Comunicazione giuridica e legal design
14	LOLLIRI	ALBERTO	1224171	prof.	LUCA	BARBIERI	Fake news: Analisi del fenomeno e degli strumenti tecnologici adibiti alla rilevazione.
15	NASI	SOFIA	1223097	prof.	MARCO	BETTIOL	La nascita e l'evoluzione della figura dell'Instagram Coach
16	PIOVESAN	ELISA	2018610	prof.	PAOLO	MAGAUDDA	Digitalizzazione e cambiamenti nel consumo: il caso dell'abbigliamento online
17	ROSSI	ILARIA CLAUDIA	1204589	prof.	STEFANO	KARADJOV	Pandemia globale ed eventi culturali. L'impatto della pandemia sul settore eventi culturali, adattamento e nuova organizzazione. Caso "La Fiera delle Parole".
18	ROSSI	FRANCESCA	1224175	prof.	MARCO	BETTIOL	Il Marketing Digitale nel settore vitivinicolo: il caso Santa Margherita Gruppo Vinicolo

SECONDO appello del SECONDO periodo AA 2021/2022
14 LUGLIO 2022 - COMUNICAZIONE

19	SOVILLA	GAIA MARIA	1224158	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Intersezionalità sul grande schermo: il caso "Eternals" e la risposta del pubblico
20	TONIETTO	PAOLO	1227514	prof.	STEFANO	KARADJOV	Trasformazione dei luoghi della conservazione in cantieri di produzione artistica contemporanea: dalla valorizzazione alla contaminazione, verso un loisir colto.
21	TORNATORE	BEATRICE	1225946	prof.	MARCO	BETTIOL	I campioni dello sport sono ancora efficaci come testimonial nella comunicazione aziendale?
22	TRENTIN	ANNA	1222278	prof.	COSIMO MARCO	SCARCELLI	Attivismo digitale o da poltrona?: Uno studio sociologico sull'impatto dell'attivismo online sui temi legati alla violenza di genere
23	TREVISAN	ELISABETTA	1198449	prof.ssa	SILVIA RITA	SEDITA	L'importanza di una corretta segmentazione di mercato per il successo delle aziende