

Tesi di Licenza

Sessione invernale marzo 2024

Licenza Comunicazione Venezia

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
04-mar	9.00	Sturaro Chiara	Desiderio e immagini parassita: il ruolo dell'immaginario nella creazione delle dinamiche di comunicazione e consumo. Una lettura socio-semiotica del caso Apple	Fazioni Nicolò	Prataviera Filippo	Drusian Michela
04-mar	9.45	De Pieri Vittorio	Innovazione del modello organizzativo delle PMI Vitivinicole italiane. Strumenti ed azioni per migliorare la capacità competitiva	Prataviera Filippo	Fazioni Nicolò	Drusian Michela
04-mar	10.30	Girardi Margherita	Survival Countdown: progettazione e realizzazione di un board game per lo sviluppo della comunicazione empatica negli ambienti lavorativi	Villa Mariagrazia	Fazioni Nicolò	Drusian Michela
04-mar	11.15	Rossato Margherita	From zero to hero: strategie e tecniche per diventare un creator della cultura pop e sviluppare una community di successo	Vannini Giovanni	Rosin Umberto	Drusian Michela
04-mar	12.00	Cecchin Alessia	Un museo per i più piccoli: come coinvolgere i bambini in ambito museale attraverso l'edutainment e l'apprendimento esperienziale. Linee guida per il caso studio del museo Ca' Pesaro	Rosin Umberto	Vannini Giovanni	Drusian Michela
04-mar	14.00	Fini Carolina	Il design diluito: l'evoluzione del design nelle strategie di marketing esperienziale e il suo ruolo negli eventi brandizzati del Fuorisalone di Milano	Rosin Umberto	Vannini Giovanni	Bandiera Giovanna
04-mar	14.45	Leonardi Serena	Content creator: creatività e autenticità nella comunicazione museale. Linee guida per il caso del museo di Ca' Pesaro	Rosin Umberto	Vannini Giovanni	Bandiera Giovanna
04-mar	15.30	Turchet Chiara	Dare voce ai musei: strategie di content marketing per l'audience development in ambito culturale. Linee guida per il caso del museo di Ca' Pesaro	Rosin Umberto	Vannini Giovanni	Bandiera Giovanna
04-mar	16.15	Masiero Manuel	Il contrappunto audiovisivo, come rendere efficaci le pubblicità contrapponendo suoni e immagini, secondo il principio del valore aggiunto ideato da Michael Chion	Luca Stefano	Rosin Umberto	Bandiera Giovanna

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
05-mar	14.00	Buratto Alice	Kyklos: l'app inclusiva per l'accessibilità uditiva	Guidolin Ugo	Sordi Francesco	Drusian Michela
05-mar	14.45	Greggio Marco	Life Design e Personal Branding - Studio dell'immagine coordinata e realizzazione dell'identità online per Vivi con Talento	Guidolin Ugo	Sordi Francesco	Drusian Michela
05-mar	15.30	Gelmi Sirya	The Role of Brand Love in Building Lasting Relationships with Customers: a Case Study of Veralab	Sordi Francesco	Guidolin Ugo	Drusian Michela
05-mar	16.15	Monterosso Greta	Applicazioni del marketing scientifico nella strategia di branding: il caso di PRIMOPIANO CUCINE	Sordi Francesco	Mason Alberto	Drusian Michela
05-mar	17.00	Corsaro Elena	Veneto all'Estero: Strategia di Branding e Design della Comunicazione per il caso Tripper Wiki	Mason Alberto	Sordi Francesco	Benatti Fabio
05-mar	17.45	Durigon Matteo	Nostalgia del mai vissuto: il retrò come strategia di marketing e di branding	Mason Alberto	Sordi Francesco	Benatti Fabio

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
06-mar	11.30	De Zen Giorgio	Il Rebranding come Soluzione vincente per riposizionarsi nel Mercato: una Proposta di Rinnovamento per la Società "Udinese Calcio"	Chieffi Daniele	Giusto Nicola	Drusian Michela
06-mar	12.15	Milaqi Amanda	Il City Branding e il suo potenziale per sviluppare e plasmare il futuro urbano di Venezia attraverso VenISIA	Giusto Nicola	Chieffi Daniele	Drusian Michela
06-mar	14.00	Barolo Vittoria	L'arte che costruisce l'immaginario di un luogo: un progetto di promozione turistica per il Delta del Po secondo i principi del Surrealismo e della Metafisica	Schianchi Paolo	Chieffi Daniele	Drusian Michela
06-mar	14.45	Betteti Anna	L'immaginario del villain contemporaneo come ispirazione per una comunicazione dal fascino perturbante. Un nuovo approccio alla divulgazione di contenuti restituito attraverso un'operazione metaprogettuale	Schianchi Paolo	Chieffi Daniele	Drusian Michela

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
07-mar	9.00	Folegatto Sara	Sviluppo e messa in atto di una strategia di comunicazione digitale per il volontariato socio-sanitario: il caso AVIS Provinciale Treviso	Favaretto Maria Pia	Zuccaro Anna	Piccioni Tiziana
07-mar	9.45	Garcia Cristina	Marketing sportivo e rebranding: il caso Audace Verona	Favaretto Maria Pia	Zuccaro Anna	Piccioni Tiziana
07-mar	10.30	Moretto Alessia	La strategia di Employer Branding per attrarre e trattenere i giovani talenti in azienda: il caso OVS S.p.A.	Favaretto Maria Pia	Zuccaro Anna	Piccioni Tiziana
07-mar	11.15	Turesso Chiara	Il rapporto fra piattaforme digitali e disturbi psicologici: il ruolo di Instagram e TikTok nella divulgazione di tematiche inerenti alla salute mentale	Cappelletti Nicolò	Favaretto Maria Pia	Piccioni Tiziana
07-mar	12.00	Vicentini Susanna	Digital Fashion Marketing e nuove generazioni: studio, creazione e progettazione di un Social Magazine per l'ambito Moda	Cappelletti Nicolò	Favaretto Maria Pia	Piccioni Tiziana
07-mar	13.45	Bernardi Andrea	Valore e Percezione delle Recensioni per il Marketing Digitale Turistico	Cappelletti Nicolò	Fazioni Nicolò	Piccioni Tiziana
07-mar	14.30	Petrin Elisa	Arte e dissacrazione, un dibattito aperto. Proposta di una mostra interdisciplinare su religione, dissacrazione e censura	Azzoni Simone	Fazioni Nicolò	Cappelletti Nicolò
07-mar	15.15	Renosto Eleonora	L'Intelligenza Artificiale come strumento per la creazione di nuove opere d'arte nei musei: il caso Déjà-vu	Azzoni Simone	Fazioni Nicolò	Cappelletti Nicolò
07-mar	16.00	Sola Sofia	Dall'autoritratto al selfie: un modo per riconoscere e riconoscersi	Azzoni Simone	Fazioni Nicolò	Cappelletti Nicolò
07-mar	16.45	Bertoldero Anna	Memoria e oblio nell'era digitale: come cambia la dimensione del "ricordo"	Fazioni Nicolò	Azzoni Simone	Cappelletti Nicolò

Licenza Comunicazione Verona

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
12-mar	14.00	Martinelli Melissa	Moda e sostenibilità: il ruolo del copywriting tra greenwashing e buone pratiche	Zuccaro Anna	Prataviera Filippo	Cappelletti Nicolò
12-mar	14.45	Consolini Michela	Avvio di un'attività agrituristica a partire dalla riqualificazione dell'ambiente: predisposizione del business plan e creazione del piano di comunicazione digitale	Prataviera Filippo	Zuccaro Anna	Cappelletti Nicolò
12-mar	15.30	Biondan Umberto	Il mondo delle start up: dall'idea al Business plan. Come il digitale ed il fintech possono aiutare i giovani imprenditori a creare il proprio brand. Caso studio "Il Fidenzio"	Prataviera Filippo	Sordi Francesco	Cappelletti Nicolò
12-mar	16.15	Quargenta Marco	Realizzazione di un marketing plan per i comprensori sciistici del Dolomiti Superski: proposta di miglioramento dell'offerta aziendale attraverso la metodologia del marketing scientifico	Sordi Francesco	Prataviera Filippo	Cappelletti Nicolò

Data	Ora	Studente	Titolo tesi	Relatore	Controrelatore	Presidente
14-mar	14.15	Demartis Marta	TikTok e l'impatto dell'eWoM sulle intenzioni di acquisto della Generazione Z	Cappelletti Nicolò	Chieffi Daniele	Brovero Emilia
14-mar	15.00	Lotito Valentina	Il valore della prevenzione nella gestione di una crisi reputazionale d'impresa	Chieffi Daniele	Favaretto Maria Pia	Cappelletti Nicolò
14-mar	15.45	Siega Martina	Il valore identitario del brand e la trasformazione del consumatore in membro di una community	Chieffi Daniele	Favaretto Maria Pia	Cappelletti Nicolò
14-mar	16.30	Sponchiado Anna	Quanto è essenziale la Brand Reputation per il successo di un brand. Caso Balenciaga: perchè non si tratta di una vera e propria crisi	Chieffi Daniele	Macorig Walter	Cappelletti Nicolò
14-mar	17.15	Bussola Silvia	Il fenomeno Hallyu e la crescente popolarità dei prodotti coreani per la cosmesi. Il caso Yepoda	Macorig Walter	Chieffi Daniele	Cappelletti Nicolò