

Discussione elaborato finale
Diploma/Master universitario di I livello
FOOD & WINE 4.0 - WEB MARKETING & DIGITAL COMMUNICATION

MARTEDI' 16 LUGLIO 2024

ORA	STUDENTE	TITOLO ELABORATO FINALE	MEMBRO DELLA COMMISSIONE	PRESIDENTE
14:00	Cacciola Martina	Come promuovere il territorio attraverso il marketing territoriale: il caso Contrade dell'Etna	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
14:15	Chiriatti Alessia	Storytelling digitale e canned wine. Il caso studio Zai Urban Winery	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
14:30	Corradini Sara	Il potere delle emozioni nel marketing: teorie e strumenti per coinvolgere il consumatore	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
14:45	Campana Anita	Comunicare la scelta vegan in ambito food & wine. Alpro e Valsoia: due modelli a confronto	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
15:00	Gemma Alessia	Cross-fertilization e identità di marca: il caso studio Gin Divo	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
15:15	Gorfer Massimo	Viaggio nell'Enoturismo italiano: Agrivar di Palazzo di Varignana	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
15:30	Guglielmo Francesca	Content Creator e Influencer: collaborazioni strategiche per la promozione del territorio nel settore food & wine	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
16:05	Dallasta Beatrice	L'educazione alimentare nell'epoca dei social network: prevenire i disturbi del comportamento alimentare grazie all'etica della comunicazione	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
16:20	Gelio Chiara	Wine Marketing: il caso studio del Consorzio Tutela Vini Valpolicella	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
16:35	Pivato Ilaria	L'importanza della Brand Identity: il caso studio di Olivieri 1882	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
16:50	Toso Alessia	Impatto della sostenibilità ambientale sul settore Food & Beverage: il caso Danone Italia e Rigoni di Asiago	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
17:05	Cristofori Laura	Heritage marketing e museo d'impresa. Poli Distillerie e Poli Museo della Grappa	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
17:20	Cicogna Alice	Neuromarketing nel settore Food & Wine e strategie di comunicazione degli health influencer	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa

MARTEDI' 17 LUGLIO 2024

ORA	STUDENTE	TITOLO ELABORATO FINALE	MEMBRO DELLA COMMISSIONE	PRESIDENTE
09:15	Conte Camilla	La comunicazione interna come strumento di employer branding	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
09:30	Bazzo Chiara	Castelli e vino: il fenomeno dell'Enoturismo dalla Repubblica di Venezia ad oggi	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
09:45	Gerbino Marta	Comunicazione della sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa: il caso Cortilia	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
10:00	Mazzocato Michael	Efficienza e Innovazione nel Marketing B2B: il caso Genziana Distillati	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
10:15	Paganello Andrea	Corporate sustainability come asset strategico: il caso Illy	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
10:30	Stramare Bortolomio Elisabetta	Strategie digitali per family business vitivinicole: il caso studio Spumanti Gemin	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
11:05	Barbierato Giulia	<i>Mindful Drinking e branding</i> di un ristorante: il caso <i>Sombra</i>	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
11:20	Bulletti Laura	Branding e prima gamma. Analisi del caso Chiquita	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
11:35	Gasparutti Sara	Enoturismo e marketing digitale: il caso Wineshot	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
11:50	Marengo Alessia	La correlazione tra Social Media Marketing e Brand Identity nel mondo del fast food: il caso Pescaria	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa
12:05	Padovani Caterina	Gli archetipi nella costruzione della brand identity in ambito vitivinicolo: un caso studio	Maria Pia Favaretto	Mariagrazia Villa