



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II

DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI

Seduta di Laurea (fase conclusiva) Corso di Laurea triennale in Culture digitali e della comunicazione L-40

23 settembre 2024 ore 10.00 - A.A.2023/24

COMPLESSO UNIVERSITARIO DI SAN GIOVANNI – Via Nuova Villa -San Giovanni a Teduccio (Na)-

AULA I-2 EDIFICIO A3 – primo piano - ore 10.00 ingresso dalle ore 09.40 alle ore 09.55

Presidente di Commissione: Prof. Emiliano Grimaldi, Coordinatore del CdS.

Componenti: Proff. Stefano Bory, Angela Ferrari Zumbini, Eugenio Zito, Vincenzo Luise

Sono ammessi al massimo due accompagnatori/accompagnatrici per candidato/a

M12001184	Pareres	Luigia Clara	Il ruolo sociale della musica rap: il caso Geolier.
M12002319	Sauchella	Sonia	Navigare tra dipendenza e innovazione digitale.
M12002464	Prochilo	Martina	Forme di innovazione nella bazaar economy napoletana: il caso dei 'Mixed by Erry'.
M12002624	Elefante	Melissa	L'era della disinformazione. Il caso della pandemia da COVID 19.
M12002697	Magro	Giorgia	La supervisione e l'impatto della persuasione sulle nostre menti.
M12002701	Falanga	Concetta	Dal click a casa tua: retroscena sul mondo delle consegne.
M12002726	Manzo	Alessandro	Strategie non convenzionali: un'analisi completa del guerrilla marketing con focus su Nike.
M12002840	Sdino	Mayra	L'evoluzione del consumo prima e dopo i social media.
M12002889	Maffei	Martina	Applicare la gamification alla gestione delle abitudini personali: un'analisi di Habitica.
M12002989	Picari	Lorenzo	Le 4 P del marketing cinematografico.
M12002997	Romano	Alessia	L'evoluzione delle campagne pubblicitarie a partire dall'origine della pubblicità: il caso Apple.
M12003008	De Riu	Dario	Parole che vendono: il copywriting come strumento di persuasione pubblicitaria.
M12003009	Viscusi	Rita	L'online rapportato alla diffusione del falso: tra fake news e deepfake. Il caso Rose Villain.
M12003014	Di Martino	Ellen	Marketing Politico: come il marketing ha rivoluzionato la politica e le campagne elettorali.
M12003209	Carrino	Maria Francesca	Principi di usabilità nel web design.
M12003026	Alati	Andrea	Il futuro del marketing digitale: analisi delle opportunità nel metaverso.

Seduta di Laurea (fase conclusiva) Corso di Laurea triennale in Culture digitali e della comunicazione L-40

23 settembre 2024 ore 10.50 - A.A.2023/24

COMPLESSO UNIVERSITARIO DI SAN GIOVANNI – Via Nuova Villa -San Giovanni a Teduccio (Na)-

AULA I-2 EDIFICIO A3 – primo piano - ore 10.50 ingresso dalle ore 10.30 alle ore 10.45

Presidente di Commissione: Prof. Emiliano Grimaldi, Coordinatore del CdS.

Componenti: Proff. Stefano Bory, Angela Ferrari Zumbini, Eugenio Zito, Vincenzo Luise

Sono ammessi al massimo due accompagnatori/accompagnatrici per candidato/a

M12003035	Febbraro	Rossella Pia	Tra impegno e ostentazione. il fenomeno del busy bragging nelle dinamiche del lavoro moderno.
M12003040	Falace	Giovanna	Strategie di marketing nel settore del lusso: analisi della contraffazione e del caso Gucci.
M12003063	Perrotta	Rita	Evoluzione e diffusione dell'intelligenza artificiale. Una prospettiva critica del suo utilizzo nel panorama musicale.
M12003068	Testa	Francesco	Transmedialità narrativa: Il caso "The Walking Dead".
M12003100	Gargiulo	Maria Grazia	L'intelligenza artificiale incontra la cyberviolenza di genere: come il deepfake distrugge il sé femminile.
M12003139	Nasta	Francesca	La rappresentazione femminile nei media audiovisivi: gli effetti di stereotipi e pregiudizi sull'identità.
M12003164	Visone	Antonio	Caratteri generali e multimedialità del product placement: Analisi del caso 'Garofalo'.
M12003171	Medici	Melania	Il neuromarketing e la comunicazione di massa: uno strumento di progettazione in evoluzione.
M12003185	Gemma	Antonio	Oltre la vita: riflessioni sul diritto all'oblio dei defunti nell'era digitale. L'elaborazione del ricordo.
M12003197	Carannante	Francesca	La televisione come strumento di marketing politico: analisi dei casi Charles de Gaulle, Ronald Reagan e Silvio Berlusconi.
M12003201	D'Onofrio	Arianna	Eleganza e sostenibilità: un'analisi del marketing sostenibile nel caso Louis Vuitton.
M12003206	Vigori	Simona	La rappresentazione delle donne nella comunicazione sportiva: come i media rafforzano la discriminazione di genere e l'egemonia maschile nel mondo dello sport.
M12003220	Sessa	Sonia	Rappresentazione ed autorappresentazione del sé nelle minoranze sessuali: sfide ed opportunità della comunicazione digitale.
M12003263	Gatta	Isabella	Nuove prospettive sul Sexting: analisi della sessualità digitale e delle strategie di sicurezza.
M12003324	De Prisco	Francesca	L'onlife: la mente in scena.

Come raggiungere la sede:

Metro 2 Fermata San Giovanni-Barra (5 minuti a piedi), **Circumvesuviana** Fermata San Giovanni (10 minuti a piedi)

È possibile utilizzare il parcheggio del Complesso Universitario fino ad esaurimento posti

