



UNIVERSITÀ 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

A.A.2023/2024

17 dicembre 2024 ore 12:00 – Aula Magna – Vico Monte della Pietà, 1 – 80138 Napoli

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

Componenti: Proff. Fortunato Musella, Carolina Castellano, Stefano Bory, Mariavittoria Cicellin, Sandra Vatrella, Ilaria Marotta.

MATRICOLA	COGNOME	NOME	TITOLO TESI
M12003300	MUZIO	ALESSANDRA	L'evoluzione digitale e socioculturale del brand Barbie
M12003243	PITTA	ALESSIA	Industria 4.0: trasformazione digitale nelle MPMI sfide e opportunità per le imprese della provincia di Salerno
M12001822	CRISTIANO	MAURIZIA	Le relazioni ai tempi dell'era digitale : l'amore raccontato dalla prospettiva robotica
M12002421	MARZANO	ALESSANDRA	Luci e ombre dei social media: il complesso rapporto tra adolescenti e vita online
M12002691	GAMBARDELLA	FRANCESCA	Digital e moda, il caso Shein
M12001986	ESPOSITO	GIANLUIGI	La mania della condivisione: lo sharing nell'era digitale e i rischi che ne seguono
M12003247	OTRANTO	NOA	La narrazione mediatica della violenza di genere: analisi delle dinamiche sociali di disuguaglianza tra uomini e donne
M12003093	TARASCO	ROSA	FOMO e iperconnessione: impatti psicologici e sociali della connessione digitale costante
M12002888	TRINCHESE	ANGELA	L'evoluzione dei mezzi audiovisivi nella comunicazione contemporanea
M12002877	MIOLA	SABRINA	Il dialetto napoletano nell'universo digitale
M12002596	MORO	MARIA	Oltre i confini della terapia tradizionale: chatbot e IA per la salute mentale
M12002534	CURCI	NUNZIA	Autonomia in gioco: il metodo montessoriano nel digitale
M12003188	LANCI	SILVIA	Fiabe e identità: un'analisi antropologica delle differenze di genere nei film di animazione della Walt Disney Company
M12003067	GARGIULO	MATTEO	Il tempo. Uno studio sociologico
M12003007	LIPARDI	VINCENZO	I partiti digitali: tendenze italiane
M12002243	FICO	CLAUDIA	Fake news: la disinformazione durante le elezioni usa dal 2016 al 2024
M12002556	LIBRERA	DAVIDE	Noi, l'altro, e l'aumento della polarizzazione politica nell'era digitale



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI

M12003231	CROCE	FILIPPO MARIA	Analisi dell'evoluzione e della diffusione dell'intelligenza artificiale, con un focus critico sulle sue implicazioni nel panorama videoludico
M12003000	MATRONE	SIMONA	Come i brand utilizzano le nuove tecnologie per migliorare l'esperienza utente: il caso Gucci
M12003033	DELICATO	GIOVANNI	Usabilità e accessibilità, concetti diversi ma indispensabili.
M12003051	ERRICO	MARTINA	I principi di usabilità nei siti web: il caso lego
M12003192	DI MEO	IDA	L'intelligenza artificiale nell'analisi del comportamento degli utenti: trasformazioni e innovazioni nei metodi di ricerca
M12002531	PASSARO	RAFFAELE	Informazioni e nuovi media digitali del calcio mercato : il caso transfer market
M12002878	PANNONE	ALFONSO	Trasformazione digitale nei servizi sociali: il caso della piattaforma GEPI per la gestione adi

Tutti i candidati e le candidate sono convocati per le ore 11.45
Sono ammessi al massimo due accompagnatori/accompagnatrici per candidato/a



UNIVERSITÀ 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

A.A.2023/2024

17 dicembre 2024 ore 13:00 – Aula Magna – Vico Monte della Pietà, 1 – 80138 Napoli

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

Componenti: Proff. Fortunato Musella, Carolina Castellano, Stefano Bory, Mariavittoria Cicellin, Sandra Vatrella, Ilaria Marotta.

MATRICOLA	COGNOME	NOME	TITOLO TESI
M12002640	DI FALCO	RITA	Tra caos e complessità oltre l'apparente disordine. Analisi dell'effetto farfalla nelle arti visive e cinematografiche
M12003109	RUSSO	ANTONIO	La leadership digitale. Il caso di Giorgia Meloni
M12002648	TORREMACCO	RICCARDO SALVATORE	Intelligenza artificiale e la trasformazione del lavoro: opportunità e sfide per il mercato
M12003081	TESTA	RENATA RACHELE	Comportamenti antisociali online: il fenomeno del bullismo e cyberbullismo nell'età adolescenziale
M12002787	ESPOSITO	DAVIDE	La leadership nell'era digitale: Steve Jobs e Elon Musk
M12003250	GRAVIERO	VIOLA	La settimana arte mai fu muta. La comunicazione cinematografica tra musica e parola
M12003010	GARGIULO	NAYLA MARIA	Tra berlusconismo e berlusconesimo. Riflessioni sull'eredità di Silvio Berlusconi
M12003254	BARANETSKYY	ROMAN	Tra disinformazione e “malign foreign influence”. Il caso della guerra in Ucraina
M12003265	RUSSO	MARIA CRISTINA	Marketing esperienziale nell'era dell'interattività: il caso Bandersnatch
M12003102	PIROZZI	ANTONIA	L'evoluzione del ruolo dell'art director nel branding digitale: il caso Alessandro Michele per Gucci
M12003006	SAAD EDDINE	AMIRA JIHAN	La pink publicity machine: come barbie (2023) ha rivoluzionato le strategie di marketing nel settore cinematografico
M12003015	IOIA	PIO FRANCESCO	Connessioni medialti tradizionali e digitali nell'ecosistema culturale contemporaneo il caso GOPRO
M12003161	NAPOLETANO	ANTONIO	Marketing sportivo, quando l'innovazione incontra la tradizione: il caso SSC Napoli
M12003219	SCARCELLA	PIA	Napoli in vetrina: il marketing territoriale attraverso l'esempio di J'ADORE Napoli
M12003128	COSTANZO	CHIARA	Il marketing, una scienza multisettore: le strategie per la promozione musicale e il caso Liberato
M12003182	TRUPIANO	VALENTINA	La pubblicità comparativa
M12003235	D'ANNA	IVANA	Il caso Ferragni- Balocco: l'analisi di una crisi di comunicazione e le sue implicazioni



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI

M12002472	VILLARI	ALESSIA	Strategie di marketing nel fashion accessibile: i casi di Shein e Zara nel fast fashion e l'esempio di Camilla Italia
M12003098	DE LUCA	SHARON	Il walkthrough come metodo per l'analisi multisituata delle app
M12003290	SALZANO	GAIA	Essere chronically online: analisi della media literacy nell'era digitale
M12002602	PAPA	LUDOVICA	Siamo ciò che ricordiamo? Il diritto all'oblio come strumento di tutela personale
M12001291	LA MACCHIA	NUNZIA	La tutela nel trasferimento dei dati personali: sicurezza e privacy alla luce delle sentenze schrems
M12002523	PAPA	ANTONIA	La commissione per la classificazione delle opere cinematografiche

Tutti i candidati e le candidate sono convocati per le ore 12.45

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