



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI
CORSO DI LAUREA IN CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE L-40

SEDUTA DI LAUREA

A.A. 2024-2025

Lunedì 21 luglio 2025 ore 10:00

COMPLESSO UNIVERSITARIO DI SAN GIOVANNI – Via Proto Pisani - San Giovanni a Teduccio (Na)

AULA I-1 EDIFICIO A3 – primo piano

Ingresso dalle ore 9:45 alle ore 10:00

Proff. Sergio Brancato (Presidente), Luca Bifulco, Linda De Feo, Francesco Pirone, Stefania Zinno

Matricola	Cognome	Nome	TITOLO DELLA TESI
M12001774	Barone	Maria Grazia	Attraverso Tik Tok: Un'analisi con il Metodo Walkthrough sulla costruzione dell'identità Algoritmica e le dinamiche sociali
M12002756	Barretta	Anna	Hate speech e disabilità: il peso sociale dell'odio digitale
M12003058	Mei	Vittoria	Phubbing genitoriale: analisi del fenomeno e possibili strategie di intervento.
M12003103	Romano	Giuseppina	Sistemi algoritmici e identità: l'evoluzione del Sé nell'infosfera
M12003301	Albano	Noemi	Trame Visive: Il Design dell'Abito tra Estetica, Potere e Tecnologia
M12003358	Caccese	Emilia	Dal sogno d'amore all'autorealizzazione : l'evoluzione intersezionale della donna attraverso le principesse Disney
M12003360	Mazzei	Anna	Intelligenza artificiale e indagine sociale: uno strumento di ricerca e un oggetto di studio.
M12003387	Scuotto	Rosa	Donne raccontate, donne che raccontano: l'evoluzione della figura femminile tra cambiamento sociale e rappresentazione letteraria.
M12003402	Fiorillo	Gennaro	Fandom e cultura digitale: le community di Mina
M12003613	Mkama	Kelvin Onesmo	Come i partiti politici usano i media digitali per superare le barriere: uno studio di caso della Tanzania
M12003614	Bikolwamungu	Rev Stephen Anselem	L'impatto dei social media sulla politica in Tanzania durante le elezioni generali

M12002213	Saladino	Alice	WarTok: l'utilizzo dei social media nel conflitto israelo-palestinese
M12002323	D'Antonio	Lorenza	L'Impronta Digitale sulla Mente: L'Impatto dell'Iperconnessione e dei Social Media sulla Salute Mentale dei Giovani
M12002363	Esposito	Giorgia	Connessioni di valore: il marketing come infrastruttura sociale del presente digitale
M12002486	Ciardi	Valentina	La nuova era: capitalismo cognitivo e architetture della sorveglianza
M12002777	Valentino	Elisabetta	Dal dono al profitto: il caso Vinted nella sharing economy
M12003547	De Capua	Maria Grazia	Le parole sono armi: hate speech e il caso Donald Trump

Le candidate/i candidati sono convocate/i per le ore 9:45

Sono ammessi al massimo due accompagnatrici/accompagnatori.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI
CORSO DI LAUREA IN CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE L-40

SEDUTA DI LAUREA

A.A. 2024-2025

Lunedì 21 luglio 2025 ore 10:45

COMPLESSO UNIVERSITARIO DI SAN GIOVANNI – Via Proto Pisani - San Giovanni a Teduccio (Na)

AULA I-1 EDIFICIO A3 – primo piano

Ingresso dalle ore 10:30 alle ore 10:45

Proff. Sergio Brancato (Presidente), Luca Bifulco, Linda De Feo, Francesco Pirone, Stefania Zinno

Matricola	Cognome	Nome	TITOLO DELLA TESI
M12001830	Esposito	Sarah	Il brand che incontra la città: il caso Aperol-Campari nel campo del marketing esperienziale e del city branding
M12002973	Santagata	Fulvia	Attraverso l'iride di Buenos Aires: narrazioni partenopee nella stampa argentina tra empatia culturale e mitologia maradoniana
M12003104	Schiavone	Rosa	Sport, comunicazione e società digitale: il caso di Lewis Hamilton in Ferrari
M12003116	Di Meglio	Jacopo	LDM, un'analisi della sua vita con testimonianze dall'interno
M12003137	De Mattia	Ivan	Dalla velocità all'esclusività: il Marketing nella moda tra Shein e Gucci
M12003196	Florio	Marco	Green marketing tra sostenibilità e inganno: strategie virtuose, greenwashing e obsolescenza programmata
M12003299	Siciliano	Alessia	Marketing emozionale: il cinema come leva strategica nella comunicazione contemporanea
M12003464	Strazzullo	Maya	Il ruolo delle sponsorizzazioni nel motorsport: la Formula 1 e UniNa Corse
M12003500	Beck	Noemi	Interpersonal relationships in the age of technology
M12003540	Gagliotti	Alessandro	La partita oltre il campo: la Match Analysis nei processi comunicativi e culturali del calcio digitale
M12003548	Cacace	Vittorio	Soft Power - Cultura come asset strategico
M12003305	Citterio	Greta	L'Intelligenza Artificiale: l'impatto sul mondo del lavoro

M12001871	Molisso	Luigi	L'evoluzione della pubblicità nell'era dell'intelligenza artificiale: innovazione, opportunità e rischi etici
M12002029	Sammarco	Annamaria	I linguaggi audiovisivi nella società digitale: il caso Campania
M12002615	Giugliano	Manuela	Marketing editoriale: strategie e tecniche per la promozione dei libri nell'era digitale
M12002990	Tagliamonte	Federica	La provocazione come strategia comunicativa: il caso Oliviero Toscani
M12003074	La Noce	Salvatore	L'importanza strategica del packaging nel marketing moderno

Le candidate/i candidati sono convocate/i per le ore 10:30

Sono ammessi al massimo due accompagnatrici/accompagnatori.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II
DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI
CORSO DI LAUREA CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE L-40

SEDUTA DI LAUREA

A.A. 2024-2025

Lunedì 21 luglio 2025 ore 11:30

COMPLESSO UNIVERSITARIO DI SAN GIOVANNI – Via Proto Pisani - San Giovanni a Teduccio (Na)

AULA I-1 EDIFICIO A3 – primo piano

Ingresso dalle ore 11:15 alle ore 11:30

Proff. Sergio Brancato (Presidente), Luca Bifulco, Linda De Feo, Francesco Pirone, Stefania Zinno

Matricola	Cognome	Nome	TITOLO DELLA TESI
M12003079	Capasso	Raffaella	La sorveglianza nell'era digitale: tecnologie, applicazioni, implicazioni etiche e sociali
M12003084	Cutarelli	Daniel	Comunicazione di marketing politico-elettorale: il confronto tra la propaganda fascista e la propaganda "moderna"
M12003423	Verde	Maria	Immagini di donne, immagini come donne: La costruzione dell'immaginario femminile attraverso la prospettiva della cultura visuale
M12003465	Giacobbe	Stefano	La rilevanza culturale, sociale e simbolica della produzione artistica dei Pink Floyd
M12003507	Scognamiglio	Giulia	L'effetto I Love Napoli
M12003550	Camelio	Alessia	Marketing & Diabete
M12001423	Albino	Marika	Bias cognitivi e Influenza Sociale: un'analisi del loro impatto sul comportamento degli utenti dei media digitali.
M12002594	Macchia	Gaia	L'economia digitale tra innovazione e trasformazione: impatti e misurazione
M12002597	Martone	Chiara	Gli impatti del digital skills gap sulle opportunità occupazionali
M12002599	Apicella	Ginevra	Specchi mediatici: rappresentare la donna tra passato e presente
M12002593	Leone	Ludovica	Web design e nuovi media nel settore cosmetico: strategie digitali ed esperienza utente
M12002779	Rinaldi	Marcello	Dal palco al web
M12002890	Iodice	Otello	L'universo Fintech e Revolut: nascita del fenomeno ed il ruolo del design nel suo sviluppo

M12003019	Cordova	Carmela	Campi Flegrei: il rischio bradisismico e la percezione dei giovani
M12003144	Irace	Anna Pia	Robot, touchscreen & co.: strategie di UX per mantenere alta l'attenzione nelle fiere del futuro – studio su Expo 2020 Dubai
M12003244	Scala	Emanuela	L'Evoluzione digitale del lusso: esperienze immersive e innovazione digitale nel caso Balenciaga
M12003415	Dentico	Francesca	Strategie cognitive per il coinvolgimento degli utenti sul web: l'impero Apple
M12002257	Cozzolino	Vincenzo	La contingenza del futuro: costruire senso ed identità nell'epoca dell'incertezza

Le candidate/i candidati sono convocate/i per le ore 11:15

Sono ammessi al massimo due accompagnatrici/accompagnatori.