

**ESAMI DI LAUREA A.A. 2023-2024**  
 CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE CLASSE L-20  
 CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI LM-19  
 COMMISSIONE D - SEDUTA DEL GIORNO 04 APRILE 2025 ore 09:30  
**AUDITORIUM UNIMC – EX BANCA MARCHE**

Commissione:

**GISTRÌ** Giacomo *Il Presidente*, **TESTI** Niccolò, *Il Segretario*, **ARBUSTI** Irene, **ARIENZO** Francesca, **CARDINALI** Francesco, **MACCARI** Sara

N.	CANDIDATO/A	MATR.	CORSO DI LAUREA MAGISTRALE LM-19	DISCIPLINA	TITOLO TESI	RELATORE/TRICE	CORRELATORE/TRICE
1	BRACALENTE MONICA	106175	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	BRAND STORYTELLING	VERITÀ O INGANNO? POST-PRODUZIONE FOTOGRAFICA E VISUAL STORYTELLING. ANALISI DELLA RAPPRESENTAZIONE INGANNEVOLE DI FAST E JUNK FOOD	SARA MACCARI	FRANCESCO CARDINALI
2	DIAMANTI LUCREZIA	108459	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	BRAND STORYTELLING	IL LUSSO RESPONSABILE LA GESTIONE DEI BRAND ACTIVISM NEL SETTORE DEL LUXURY-FASHION	SARA MACCARI	FRANCESCO CARDINALI
3	MANDOLINI FRANCESCO	89116	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	COMUNICAZIONE DI MARKETING E SOCIAL MEDIA	IL PODCASTING ASSET DI MARKETING PER LA NARRAZIONE DI BRAND	GIACOMO GISTRÌ	FRANCESCO CARDINALI
4	MARCUCCI GIULIA	110567	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	BRAND STORYTELLING	SORELLE E FRATELLI PER RACCONTARE UN FASHION BRAND. ANALISI E COMPARAZIONE DI CASI SIGNIFICATIVI E DEL PERSONAL STORYTELLING DELLE GEMELLE FELEPPA.	SARA MACCARI	FRANCESCO CARDINALI
5	TOMASSETTI NADIR	110227	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	BRAND STORYTELLING	IL "VIAGGIO DELL'EROE" E LE TECNICHE DI STORYTELLING NELLA MUSICA DI MARRACASH: ANALISI DEI PROGETTI MUSICALI "PERSONA" E "NOI, LORO, GLI ALTRI"	SARA MACCARI	FRANCESCO CARDINALI
6	TORREJÓN JIMÉNEZ LAURA	106381	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	BRAND STORYTELLING	LA NARRAZIONE DEL TERRITORIO: UN'ANALISI COMPARATIVA DELLO STORYTELLING TURISTICO TRA SPAGNA E ITALIA	FRANCESCO CARDINALI	SARA MACCARI

N.	CANDIDATO/A	MATR.	CORSO DI LAUREA TRIENNALE cl. L-20	DISCIPLINA	TITOLO TESI	RELATORE/TRICE	CORRELATORE/TRICE
1	BARTOLI FILIPPO	104857	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	IL RUOLO DELLE IMMAGINI PER STIMOLARE IL COINVOLGIMENTO EMOTIVO SUI SOCIAL MEDIA	GIACOMO GISTRI	NICCOLO' TESTI
2	BERTINI ARIANNA	105045	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE	L PACKAGING SOSTENIBILE COME LEVA STRATEGICA COMUNICATIVA. IL CASO PAPER&FOLD	FRANCESCA ARIENZO	SARA MACCARI
3	COMITO GAIA	104742	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	DALL'INSERZIONE ALLA NARRAZIONE: IL RUOLO DEL PRODUCT PLACEMENT NELL'INFLUENCER MARKETING	GIACOMO GISTRI	FRANCESCO CARDINALI
4	FRATTESI FILIPPO	103651	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	INNOVAZIONE DIGITALE E SOLIDARIETÀ: L'USO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELL'ANALISI DELLE CAMPAGNE NO PROFIT	GIACOMO GISTRI	SARA MACCARI
5	PIETRONI LINDA	97173	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	LINGUA E CULTURA SPAGNOLA	ENTRE DOS MUNDOS: LO SPANGLISH E LA NUOVA ERA DELLA COMUNICAZIONE IBRIDA	IRENE ARBUSTI	FRANCESCA ARIENZO
6	PISONI REBECCA	108894	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE	ARMANI E IL MADE IN ITALY: UNA SINERGIA VINCENTE NELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	FRANCESCA ARIENZO	SARA MACCARI
7	PROSPERI WESLEY	103830	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	LE EMOZIONI NELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE VEICOLATE DAI SOCIAL MEDIA	GIACOMO GISTRI	NICCOLO' TESTI
8	SANTOLINI JESSICA	94426	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO NEL MARKETING SPORTIVO. IL CASO DELLA YUASA BATTERY GROTTAZZOLINA	GIACOMO GISTRI	SARA MACCARI
9	SCOPONI REBECCA	103782	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	LINGUAGGI E STRATEGIE PUBBLICITARIE	MICROESPRESIONI E PUBBLICITÀ: COME LE EMOZIONI POSSONO GUIDARE UNA CAMPAGNA AL SUCCESSO	FRANCESCA ARIENZO	SARA MACCARI

Macerata, 24 marzo 2025

Il Direttore  
Prof. Angelo Ventrone