

MARKETING E RICERCHE DI MERCATO (WMR-LM)

Seduta di Laurea Magistrale del

10 OTTOBRE h. 14,30

AULA MAGNA

matricola	cognome	nome	titolo	relatore	media
505254			La digitalizzazione del commercio B2B: il caso di un gruppo cartario europeo	TONGIANI	102
562161			La teoria dell'istituzionalizzazione ed il comfy-style: analisi empirica sulle logiche istituzionali nel mercato dello stile comfy	CORCIOLANI	98
537333			Autenticit� e inautenticit�: analisi empirica nel contesto pubblicitario	CORCIOLANI	101
560673			La ricerca di autenticit� nel consumo di prodotti alimentari. Risultati di una ricerca sul campo di tipo qualitativo.	CORCIOLANI	105
565726			COMUNITA' DI CONSUMO E SOCIAL NETWORK: EVIDENZE EMPIRICHE IN AMBITO SPORTIVO	DALLI	106
538729			La dimensione artigianale dei prodotti. Il punto di vista dei consumatori	DALLI	103
549315			L'EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE PERSONALE: DAI BRAND EVANGELIST AGLI INFLUENCER. UNO STUDIO QUALI-QUANTITATIVO DEL FENOMENO	GANDOLFO	106
545266			Generazione Z: comportamenti, valori, atteggiamenti, stili di consumo e nuovi profili di fruizione della TV	GANDOLFO	104
559647			WOM 2.0: DAL BRAND EVANGELIST ALL'INFLUENCER	GANDOLFO	100
578852			Smart Speakers: Utilit� vs. Privacy Cosa chi possiede e chi non possiede questi dispositivi ama e teme di pi'?	GANDOLFO	108
600833			APPLICAZIONE DEI MODELLI DI MACHINE LEARNING PER L'ANALISI DI DATI BIOMEDICI	SALVATI	106

PRESIDENTE: Prof. Dalli

COMMISSIONE: Prof.ssa Gandolfo, Prof. Salvati, Prof.ssa Pinchera, Prof. Corciolani, Dott.ssa Tongiani

SUPPLENTI: Prof. Conti, Prof. Masserini