

ESAMI DI LAUREA A.A. 2025-2026
CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE CLASSE L-20
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI LM-19
 COMMISSIONE A- SEDUTA DEL GIORNO 07 LUGLIO 2026 ore 14:30
AULA BLU – POLO PANTALEONI

Commissione:

FRONTONI Emanuele *Il Presidente*, **GISTRI Giacomo** *Il Segretario*, **SILVESTRELLI Patrizia**, **ROSATI Riccardo**, **PANSONI Sofia**

N.	CANDIDATA	MATR.	CORSO DI LAUREA MAGISTRALE LM-19	DISCIPLINA	TITOLO TESI	RELATORE	CORRELATRICE
1	BELLONI CRISTINA	119833	COMUNICAZIONE E CULTURE DIGITALI	DIGITAL E SOCIAL MEDIA MARKETING	L'INTERFACCIA VOCALE COME TOUCHPOINT RELAZIONALE: UN'ANALISI SPERIMENTALE DELLA FIDUCIA NEI VA	GIACOMO GISTRI	SOFIA PANSONI
N.	CANDIDATO/A	MATR.	CORSO DI LAUREA TRIENNALE L-20	DISCIPLINA	TITOLO TESI	RELATORE/TRICE	CORRELATORE/TRICE
2	BOCCATONDA SOFIA	109657	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE	MODA E INFANZIA: COME I SOCIAL MEDIA MODELLANO LE TENDENZE PER I PIÙ PICCOLI	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
3	DEL GATTO MARTA	97710	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	INFORMATICA	DALLA SCOPERTA ALLA CONFERMA: ANATOMIA DI UN ALGORITMO CHE SA CHI SEI PRIMA DI TE.	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
4	DEL VIVO ELEONORA	107600	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE	SISTEMA DI AI AD AGENTI A SUPPORTO DELLA COMUNICAZIONE E DEL MARKETING NEL SETTORE DELLA MODA	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
5	DONNINI CHIARA	112195	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	TRASFORMAZIONE DIGITALE: L'IMPATTO DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE SULLA COMUNICAZIONE E GESTIONE D'IMPRESA	PATRIZIA SILVESTRELLI	GIACOMO GISTRI
6	GUARNIERI ELENA	107481	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE	FASHION AI E CREATIVITÀ: COME FOTOGRAFIA E SOCIAL MEDIA GUIDANO I TREND DELLA MODA CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
7	MASSINI ELENA	108288	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	INFORMATICA PER LA COMUNICAZIONE	LA NUOVA ERA DELLA FALSIFICAZIONE DIGITALE: DEEPFAKE, IMPATTI E STRATEGIE DI CONTRASTO	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI

8	MENICHELLI SARA	107923	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	I POP-UP STORE COME STRUMENTO DI MARKETING ESPERIENZIALE: ANALISI DEL COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE NEL CASO WDESIGN.	GIACOMO GISTRI	SOFIA PANSONI
9	MOZZORECCHIA GIORGIA	112255	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO	EXTENDED REALITY E COMUNICAZIONE TERRITORIALE: PROGETTAZIONE DI UN VIRTUAL TOUR IMMERSIVO PER LA VALORIZZAZIONE ACCESSIBILE DELLA VAL DI FASSA	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
10	PIERONI DANIELE	114742	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO	L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLO SPORT: APPLICAZIONI, COMUNICAZIONE E PROCESSI DI SCOUTING TRA INNOVAZIONE TECNOLOGICA E NUOVE DINAMICHE DEL SETTORE SPORTIVO	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
11	SABATINI GIADA	109397	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MARKETING	L'IMPATTO DELLA DISCLOSURE NELLE COLLABORAZIONI INFLUENCER-BRAND SULLA PERCEZIONE DEL CONSUMATORE	GIACOMO GISTRI	SOFIA PANSONI
12	TOCCO DESIREÉ	112457	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO	L'EVOLUZIONE DEL METAVERSO: TRA INTELLIGENZA ARTIFICIALE GENERATIVA E MECCANICHE DI GAMIFICATION	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI
13	VISSANI SARA	113090	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	MULTIMEDIA DESIGN PER LA REALTA' ESTESA E IL METAVERSO	LA REALTÀ ESTESA COME LINGUAGGIO: ANALISI TECNICA E LINGUISTICA DEL MULTIMEDIA DESIGN NEL CASO STUDIO BALENCIAGA FW24	EMANUELE FRONTONI	RICCARDO ROSATI

Macerata, 2 luglio 2026

Il Direttore
F.to Prof. Angelo Ventrone