

**Commissione di valutazione n.2- Prove finali - Scienze della comunicazione - 26.4.2023 ore 14.30**

1	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1057043	CARCHEN	MATILDA MARINA	Moda e cinema: la stretta collaborazione tra due industrie	GHISLOTTI	STEFANO
2	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1060118	SARAI	FRANCESCO LEONARDO	Digitale o non Digitale? La svolta tecnologica nel cinema contemporaneo.	GHISLOTTI	STEFANO
3	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1060601	NOTARISTEFANO	MARTA	Mockumentary e Found Footage nel genere Horror: il caso The Blair Witch Project	GHISLOTTI	STEFANO
4	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1060604	MADDALON	FRANCESCO	Il Signore degli Anelli: Analisi del Fandom e degli sviluppi della Saga	GHISLOTTI	STEFANO
5	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1064550	MAURO	ELEONORA	Il cinema di Wes Anderson: tecniche e stile	GHISLOTTI	STEFANO
6	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1065075	ZAULI	GIULIA	La comunicazione dei profumi nella pubblicità audiovisiva di Chanel, Lancôme e Dior	GHISLOTTI	STEFANO
7	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1065122	BARTESAGHI	MARTINA	Il rapporto tra il mondo del cinema ed il mondo della moda: il brand di lusso Chanel e la Settima Arte	GHISLOTTI	STEFANO
8	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1065313	GALANTUCCI	ILENIA	Audiovisivo e disuguaglianze di genere: l'ascesa femminile nella cinematografia indipendente	GHISLOTTI	STEFANO
9	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066074	MANZONI	FRANCESCO DANIEL	Originale o no? Biancaneve e i sette nani, dalla fiaba dei fratelli Grimm al film della Disney	GHISLOTTI	STEFANO
10	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066364	ARTICO	ISABELLA	La televisione nell'epoca di Internet: Netflix e la nuova spettatorialità	GHISLOTTI	STEFANO
11	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066614	RONCO	ILARIA	Cinema e Distopia: analisi dei film Metropolis, Fahrenheit 451 e Orwell 1984	GHISLOTTI	STEFANO
12	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066769	MACRI'	MARIKA	L'arte cinematografica e la psicofisiologia delle emozioni. Il caso di The Elephant Man	GHISLOTTI	STEFANO
13	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066851	CHIGNOLI	LUCA	Sulle ali della libertà: caratteristiche ed evoluzione del cinema indipendente	GHISLOTTI	STEFANO
14	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1067510	CAMPAGNOLA	CARLOTTA	La spectatorship in La finestra sul cortile e The Truman Show: un confronto	GHISLOTTI	STEFANO
15	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1067589	FORGHIERI	ROBERTA	Inside Out: la rappresentazione cinematografica delle emozioni. Un'analisi dettagliata del film	GHISLOTTI	STEFANO
16	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1068441	DECIO	LUDOVICA	Appassionarsi a una serie tv: Gossip Girl e i suoi fan	GHISLOTTI	STEFANO
17	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1068833	COLOMBO	RICCARDO	Calcio e televisione: la rappresentazione della partita di calcio dalla Pay-Tv alle nuove piattaforme	GHISLOTTI	STEFANO

18	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1069887	BONINSEGNA	MATTEO	La rappresentazione del calcio nel mondo cinematografico: un rapporto fortunato.	GHISLOTTI	STEFANO
19	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1070401	BREMBILLA	MARTINA	L'universo visionario di Tim Burton: lo stile registico e la figura dell'outsider	GHISLOTTI	STEFANO
20	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1071383	BRUNETTI	GIORGIA	DIVE E DIVISMO NEL CINEMA ITALIANO DEGLI ANNI CINQUANTA	GHISLOTTI	STEFANO
21	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1029713	BATTELLO	MARA	"La transazione ecologia e le aziende: un caso di studio"	FAMA	MARCO
22	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1057098	GIPPONI	ASIA	Social media marketing e nuovi modelli di comunicazione aziendale.	FAMA	MARCO
23	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1065729	MILANI	SAMIRA	Le trasformazioni del lavoro negli ultimi decenni: analisi del precariato nel mondo dell'intrattenimento.	FAMA	MARCO
24	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1066824	BONAVETTI	EVA	L'importanza della cultura organizzativa nelle organizzazioni no profit: il caso della Fondazione Vittorino Chizzolini Onlus di Bergamo	FAMA	MARCO
25	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1067281	MERLINI	LINDA	Analisi delle strategie adottate dagli agricoltori Milanesi per sopperire alle conseguenze del cambiamento climatico.	FAMA	MARCO
26	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1053964	CALETTI	FEDERICA	"L'ascesa di YouTube: come la piattaforma ha cambiato il panorama dei media e della cultura digitale"	MURRU	MARIA FRANCESCA
27	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1059055	BIANCHINI	BEATRICE	Self-Branding: dalla rappresentazione del sé alla nascita dei Social Media Influencers	MURRU	MARIA FRANCESCA
28	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1067629	TIRABOSCHI	CHIARA	Il capitale sociale e i benefici informativi derivati dall'uso dei social network a scopo professionale. Analisi del caso LinkedIn	MURRU	MARIA FRANCESCA
29	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE	1070570	FERRI	BEATRICE	La quantificazione del sé: la corporeità nella società contemporanea e l'imperativo della bellezza	MURRU	MARIA FRANCESCA

Commissione:

Prof.ssa Maria Francesca Murru (PRESIDENTE)

Prof. Stefano Ghislotti

Prof. Marco Fama