



Prot. Pres. DSU n. 7985

Roma 26/2/2024

Ai membri della Commissione
Presidente: SIMONE MULARGIA

Membri: CHIARA ALUFFI PENTINI, GIUSEPPE BAGNERA, MANUEL FAVARO, GABRIELE GRANATO, PIERO POLIDORO, SILVIA TESTARMATA, ANGELO TUMMINELLI

Mercoledì 13/3/2024 ore 14.30

Oggetto: Commissione di laurea magistrale: Classe LM 59 – Corso di laurea magistrale in MARKETING & DIGITAL COMMUNICATION

Sede LUMSA, Aula Teatro (INGRESSO ore 14.00 da Via di Porta Castello, 44 – Roma)

Ogni laureando dovrà portare con sé il proprio documento di identità e una marca da bollo di € 16,00 da apporre sulla pergamena di laurea che sarà consegnata al momento della proclamazione.

Le sedute di laurea si svolgono in presenza con possibilità per ogni laureando di ospitare massimo 10 persone.

Vi invitiamo a rispettare l'orario d'ingresso (ore 14.00).

	Matricola Candidato	Titolo Tesi	Relatore	Correlatore
1	34820/110	NONPROFIT FUNDRAISING AND COMMUNICATION IN THE AGE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE	ALUFFI PENTINI C.	MULARGIA S.
2	35486/110	INFORMATION ARCHITECTURE AND UX OF POLITICAL PARTIES' WEBSITES. A COMPARATIVE ANALYSIS	POLIDORO P.	TESTARMATA S.
3	35538/110	I COUPON SCONTO COME LEVA DI DIGITAL MARKETING PER I MARKETPLACE	GRANATO G.	MULARGIA S.
4	35975/110	BEYOND THE GLASS: CAMPARI'S IMPACTFUL EXPERIENTIAL MARKETING STRATEGIES	BAGNERA G.	ALUFFI PENTINI C.
5	34891/110	THE QUANTIFIABLE IMPACT OF UI/UX ADVANCEMENTS ON MARKETING PERFORMANCE METRICS IN TECH COMPANIES	POLIDORO P.	TESTARMATA S.
6	35471/110	GOOGLE SEARCH RANKING ALGORITHM AND SEARCH ENGINE OPTIMISATION: THE IMPORTANCE OF IMPROVING A BRAND'S RANKING AND VISIBILITY ON SERP	MULARGIA S.	ALUFFI PENTINI C.
7	35142/110	THE NEGATIVE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON CHARITABLE ENGAGEMENT	ALUFFI PENTINI C.	MULARGIA S.

8	34592/110	COMUNICAZIONE INTEGRATA PER IL SUCCESSO AZIENDALE: UNO STUDIO SULL'APPROCCIO STRATEGICO DI ENEL GRIDS	MULARGIA S.	GRANATO G.
9	34857/110	ENHANCING SUSTAINABLE TOURISM PROMOTION IN ROME: A CASE STUDY ON LEVERAGING ONLINE STRATEGIES	MULARGIA S.	POLIDORO P.
10	34235/110	FROM AWARENESS TO ACTION: EXPLORING THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN FUNDRAISING TO ADVANCE HEALTH CARE INITIATIVES	ALUFFI PENTINI C.	BAGNERA G.
11	34564/110	THE IMPACT OF WEB DESIGN ON BRAND RECOGNITION AND ENGAGEMENT - MCDONALDS CASE STUDY	POLIDORO P.	ALUFFI PENTINI C.

Il Direttore del Dipartimento di Scienze Umane
(Prof.ssa Patrizia Bertini Malgarini)

La firma è omessa ai sensi dell'art.3, comma 2 del D.Lgs. 12/02/1993 n. 39