



**LUMSA**  
UNIVERSITÀ

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE  
COMUNICAZIONE,  
FORMAZIONE E PSICOLOGIA

Prot. Pres. DSU n. 7987

Roma 26/2/2024

Ai membri della Commissione  
Presidente: GENNARO IASEVOLI

Membr: GIUDITTA BASSANO, RAFFAELE  
LOMBARDI, RICCARDO LUFRANI, COSTANZA  
NOSI, FABRIZIO MAIMONE, STELLA  
ROMAGNOLI, ANDREA SANTINI

Venerdì 15/3/2024 ore 8.45

**Oggetto: Commissione di laurea magistrale: Classe LM 59 in MARKETING & DIGITAL COMMUNICATION – Classe LM 91 in COMUNICAZIONE, INNOVAZIONE ED EXPERIENCE DESIGN**

**Sede LUMSA, Aula Giubileo (INGRESSO ore 8.15 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 8.15).

	Matricola Candidato	Titolo Tesi	Relatore	Correlatore
1	35669/110	DIGITAL IMMORTALITY IN THE DIGITAL AFTERLIFE INDUSTRY	NOSI C.	LOMBARDI R.
2	34512/110	L'IMPATTO DELLE TECNOLOGIE DIGITALI SULL'ESPERIENZA DELLO SPETTATORE NEGLI EVENTI SPORTIVI: OPPURTUNITÀ E SFIDE PER GLI ORGANIZZATORI	SANTINI A.	ROMAGNOLI S.
3	35742/110	THE RISE OF GAMIFICATION MARKETING IN THE LUXURY FASHION INDUSTRY	NOSI C.	IASEVOLI G.
4	30206/110	COLORING PERCEPTIONS: PINKWASHING, BRAND STRATEGIES, AND CULTURAL REFLECTIONS	NOSI C.	IASEVOLI G.
5	36990/110	GENERATING INVOLVEMENT AND PARTICIPATION IN SPORTS FANS: DIGITAL FAN ENGAGEMENT AND THE CASE OF CRYPTOCURRENCY	ROMAGNOLI S.	SANTINI A.
6	36346/110	SETTING UP THE ORGANIZATIONAL DESIGN POLICIES OF A NEW INTERNATIONAL STARTUP AND ITS CHALLENGES A CASE STUDY OF CARPE DIEM TOURS	MAIMONE F.	SANTINI A.

7	33948/110	PHYGITAL GROCERY INDUSTRY: CONSUMER PERSPECTIVES ON CASHIER- LESS STORES	NOSI C.	IASEVOLI G.
---	-----------	--	---------	-------------

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