



**LUMSA**  
UNIVERSITÀ

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE  
COMUNICAZIONE,  
FORMAZIONE E PSICOLOGIA

Prot. Pres. DSU n. 7988

Roma 26/2/2024

Ai membri della Commissione  
Presidente: GENNARO IASEVOLI

Membri: GIUDITTA BASSANO, RAFFAELE LOMBARDI, ALESSANDRO GIOSI, COSTANZA NOSI, FABRIZIO MAIMONE, CARLO NARDELLO, STELLA ROMAGNOLI, ANDREA SANTINI

Venerdì 15/3/2024 ore 10.15

**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 10.00 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 10.00).

	Matricola Candidato	Titolo Tesi	Relatore	Correlatore
1	34413/110	ECONOMIA CIRCOLARE NELLE START-UP: SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONE E IMPATTO SOCIALE	GIOSI A.	IASEVOLI G.
2	36985/110	GEOFENCING MARKETING: SVILUPPO, OPPORTUNITÀ E IMPLICAZIONI NEL CONTESTO DEL MARKETING BASATO SULLA LOCALIZZAZIONE	NARDELLO C.	GIOSI A.
3	35826/110	THE DIGITAL AFTERLIFE INDUSTRY. AN INVESTIGATION INTO PEOPLE'S ATTITUDES TOWARDS DIGITAL IMMORTALITY.	NOSI C.	LOMBARDI R.
4	34529/110	DATA PRIVACY CONCERNS IN METAVERSE	NOSI C.	IASEVOLI G.
5	37496/110	PROGRAMMI FEDELTA' E CREAZIONE DI VALORE NEL SETTORE ERBORISTICO: IL CASO L'ERBORISTERIA NATURALIA	IASEVOLI G.	ROMAGNOLI S.
6	35090/110	THE ROLE OF THE EXPERIENTIAL EVENT IN BUILDING BRAND IDENTITY AND THE ANALYSIS OF CUSTOMER EXPERIENCE DYNAMICS: THE PANERAI CASE STUDY	SANTINI A.	ROMAGNOLI S.

7	35904/110	L'INFLUENZA DELLE INFLUENCER DIGITALI NELLA PROMOZIONE DEGLI EVENTI: ANALISI DELLA STRATEGIA DI COLLABORAZIONE E DELL'IMPATTO SULLA PARTECIPAZIONE E VISIBILITA' DEGLI EVENTI	SANTINI A.	LOMBARDI R.
8	34312/110	REDEFINING LUXURY FASHION BRANDS: UNCONVENTIONAL CO-BRANDING STRATEGIES IN THE "GEN Z ERA"	ROMAGNOLI S.	SANTINI A.

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