

TESI RELAZIONI PUBBLICHE 2011

	Cognome	Nome	Titolo	Relatore	Collocazione	Consultazione
1.	Ambu	Silvia	PAESAGGIO 21 Il ruolo delle amministrazioni nei processi inclusivi	Strizzolo Nicola	TE AMB 11	aut.
2.	Abbate	Beatrice	E' davvero fallita la costituzione europea?	Cressati Claudio	TE ABB 11	aut.
3.	Agnoli	Luana	Unione per il Mediterraneo	Cevolin Guglielmo	TE AGN 11	aut.
4.	Airoldi	Irene	Torviscosa: dalla palude all'industria. Lo sviluppo urbano e sociale	Cattarinussi Bernardo	TE AIR 11	aut.
5.	Artusi	Ingrid	IL FENOMENO DELLA MAFIA ATTRAVERSO LA STORIA, IL CINEMA, L'ARTE. Analisi delle caratteristiche e dell'evoluzione dell'associazione criminale mafiosa nella società e nell'arte.	Salimbeni Fulvio	TE ART 11	aut.
6.	Attinà	Veronica Andrea	Principesse e guerriere: l'evoluzione della figura femminile nei cartoni animati di Walt Disney	Pocecco Antonella	TE ATT 11	aut.
7.	Baldo	Erika	Le reti dei musei d'impresa come strumento di promozione del Friuli Venezia-Giulia – Il successo della Francia come esempio da seguire	Brusati Luca	TE BAL 11	aut.
8.	Banin	Valentina	STAKEHOLDER ENGAGEMENT NEL SETTORE DELLA DISABILITA'. Il caso del Centro Isontino Servizi Integrati	Brusati Luca	TE BAN 11	aut.
9.	Bassi	Camilla	Censura politica e cinematografica in una nazione senza stato: il caso catalano nel periodo franchista	Salimbeni fulvio	TE BAS 11	non aut.
10.	Bastianutto	Fiorella	L'impatto di internet sull'intermediazione turistica: dalle agenzie di viaggio tradizionali alla multicanalità	Pascolini Mauro	TE BAST 11	aut
11.	Battistutta	Francesca	L'INFORMAZIONE KILLER DEL MERCATO ALIMENTARE. Dal rischio alla crisi, dalle notizie diffuse ai danni per il settore	Jammernegg Iris	TE BAT 11	aut.
12.	Belluzzo	Marta	COMUNICARE E PROMUOVERE UN TERRITORIO. CONCORDIA SAGITTARIA	Pascolini Mauro	TE BEL 11	aut.
13.	Benedetti	Roberto	DALLA PROPAGANDA ALLA PERSUASIONE DI MASSA. Usi e abusi dei mezzi di comunicazione	Strizzolo Nicola	TE BENE 11	aut.
14.	Benetton	Serena	L'emergenza e i mezzi di comunicazione: la visibilità mediatica del caso "alluvione del Veneto"	Cattarinussi Bernardo	TE BEN 11	aut.

15.	Bersani	Martina	L'IDEA DI EUROPA NEL PENSIERO DI CLAUDE-HENRY DE SAINT-SIMON	Cressati Claudio	TE BER 11	aut.
16.	Bertolo	Chiara	INTERNAL BRANDING: QUANDO LA FILOSOFIA DEI DIPENDENTI. IL CASO EMPORIO ADV CON "WE LOVE MONDAYS"	Qualizza Gabriele	TE BERT 11	aut.
17.	Bianco	Lara	Il gruppo Barilla. Dai cavalli bianchi ai 132 anni in 132 secondi	Panzini Massimo	TE BIA 11	aut.
18.	Blessano	Manuela	Promozione del territorio e turismo sostenibile: Almeria e Andalusia	Pascolini Mauro	TE BLE 11	aut.
19.	Bonato	Vainer	La comunicazione interna nelle situazioni di crisi aziendale. Per supportare il cambiamento, sostenere la fiducia e salvaguardare il valore. Analisi di un caso aziendale	Vecchiato Giampietro	TE BON 11	non aut.
20.	Borsato	Susanna	LA COMUNICAZIONE, LE RELAZIONI PUBBLICHE E L'AVVENTO DEL WEB 2.0	Tommasi Marco	TE BORS 11	aut.
21.	Bortolini	Nicoletta Marina	Nuove esperienze turistiche per la valorizzazione del territorio: il consorzio turistico vivere il grappa	Pascolini Mauro	TE BOR 11	aut.
22.	Bossi	Barbara	LE POLITICHE AMBIENTALI DELL'UNIONE EUROPEA E LA LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI	Pascolini Marco	TE BOS 11	non aut.
23.	Bravo	Anna Giulia	ANALISI DI METODOLOGIE E TECNICHE NELL'EDITORIA DIGITALE. Una proposta di e-learning per la didattica	Dattolo Antonina	TE BRA 11	aut.
24.	Brunetta	Sara	La rivista periodica femminile. Un genere per il genere	Pocecco Antonella	TE BRU 11	aut.
25.	Camatta	Suna	La comunicazione politica sul web. Un confronto tra i candidati Leonardo Muraro e melina Kennedy	Pira Francesco	TE CAM 11	aut.
26.	Campagnaro	Moreno	Marketing PR: le relazioni pubbliche a supporto del marketing ospedaliero	Vecchiato Giampiero	TE CAMP 11	aut.
27.	Canzutti	Claudia	LE POLITICHE DI FLESSIBILITA' INTERNA DEL LAVORO: INDAGINE CONOSCITIVA NELLE PICCOLE E MEDIE INDUSTRIE DELLA PROVINCIA DI UDINE	Brusati Luca	TE CAN 11	aut.
28.	Carfagna	Ilaria	LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE UNDICI ANNI DOPO L'APPROVAZIONE DELLA LEGGE 150/00: IL CASO DELL'AZIENDA SANITARIA DI GORIZIA	Pira Francesco	TE CAR 11	aut.

29.	Cecconi	Samantha	L'ORGANIZZAZIONE DI EVENTI NELLA COMUNICAZIONE AMBIENTALE: IL CASO SIF	Pira Francesco	TE CEC 11	aut.
30.	Cerno	Tommaso	Miti, metafore e strategie mediatiche. Il linguaggio politico e la conquista del consenso di Silvio Berlusconi	Pocecco Antonella	TE CER 11	non aut.
31.	Cescon	Valentina	Il dibattito sul fine vita e il suicidio assistito in Baxter v. Montana: un'analisi linguistico-critica.	Vasta Nicoletta	TE CESC 11	aut.
32.	Ceschia	Giulia	Il pregiudizio e la percezione della diversità nelle aziende	Kodilja Renata	TE CES 11	aut.
33.	Clarino	Tania	LA RESPONSABILITA' SOCIALE D'IMPRESA	La Caria Mariapaola	TE CLA 11	non aut.
34.						
35.	Colautti	Stefano	I VIDEOGIOCHI COME NUOVA FORMA DI CULTURA PARTECIPATIVA	Pira Francesco	TE COL 11	aut.
36.	Collovati	Aurora	LA RELAZIONE TRA POTERE, STATO E MEDIA NELLA COMUNICAZIONE DELLO SCANDALO	Strizzolo Nicola	TE COLL 11	aut.
37.	Commessatti	Elena	LA FAX ARTE TRA CREATIVITA' E VARIAZIONE DIAMESICA	Orioles Vincenzo	TE COM 11	non aut.
38.	Corelli	Marco	Innovazione organizzativa e culturale di un'azienda: il caso della Direzione Acquisti di Fincantieri	Kodilja Renata	TE COR 11	Non aut.
39.	Corsale	Antonella	COTTO E INTEGRATO Il cibo come strumento di identità e comunicazione tra le culture	Pocecco Antonella	TE CORS 11	aut.
40.	Cortigiano	Giulia	IL FENOMENO DELLA "OSTALGIE" NELL'EX GERMANIA DELL'EST	Jammernegg Iris	TE CORT 11	non aut.
41.	Cos	Elisa	Altruismo e società: aspetti teorici e ricerca empirica	Cattarinussi Bernardo	TE COS 11	aut.
42.	Cozzarizza	Alessandra	LA MODA NELLA POSTMODERNITA'	Strizzolo Nicola	TE COZ 11	aut.
43.	Cuel	Lucia	La sessualità nei giovani: mutamenti generazionali	Cattarinussi Bernardo	TE CUE 11	aut.
44.	Dal Bo	Irene	Donne appese a un filo. La violenza sulle donne e l'esperienza di telefono rosa a Treviso	Boileau Anna Maria	TE DAL 11	aut.
45.	Dal Bò	Raffaella	Cambiare è difficile ma necessario	Boileau Anna Maria	TE DALB 11	aut.
46.	Dal Secco	Michele	Siren song of the counter culture	Salimbeni Fulvio	TE DALS 11	aut.
47.	Dall'oro	Mariasole	Il fundraising istituzionale: il caso Medici con l'Africa Cuamm	Kodilja Renata	TE DALL 11	aut.
48.	Dalla Mora	Alessandra	La CSR e il salone della responsabilità sociale	Boileau Anna Maria	TE DALLA	aut.

			d'impresa "dal dire al fare"		11	
49.	Damiani	Elisabetta	"La Serbia, un popolo, un paese, un laboratorio" Strategie di sviluppo turistico in prospettiva dell'integrazione europea	Pascolini Mauro	TE DAM 11	aut.
50.	Daneau	Jelka	Gli ebrei della diaspora: il caso della presenza ebraica nel territorio sloveno. Cultura, religione e identità nella lunga durata	Del Bianco Maddalena	TE DAN 11	aut.
51.	Danielis	Silvia	Una corsia d'emergenza per i giovani di Gonars. Dal progetto alla realizzazione di un periodico redatto interamente dai giovani di un piccolo comune del Friuli	Strizzolo Nicola	TE DANI 11	aut.
52.	De Carlo	Silvia	Promuovere e comunicare la marca trevigiana nel mondo: reteventi	Pascolini Mauro	TE DEC 11	aut.
53.	De Figueredo	Bruno	Lo sviluppo dell'advertising in Brasile	Lunghi Giovanni	TE DEF 11	aut.
54.	De Giorgi	Emanuela	Percezione del disturbo mentale: analisi del pregiudizio sociale nei giovani	Kodilja Renata	TE DEG 11	aut.
55.	De Simone	Chiara	Testi e contesti della pubblicità sociale in lingua inglese	Vasta Nicoletta	TE DES 11	aut.
56.	Del Piccolo	Giulia	Valentino Rossi. Motociclismo e comunicazione, una forma d'arte	Pocecco Antonella	TE DEL 11	aut.
57.	Della Rossa	Alessia	Analisi sociologica dello sport: dalla sacralizzazione alla mercificazione dell'atleta	Cattarinussi Bernardo	TE DELL 11	aut.
58.	Di Giusto	Giulia	2010 U.S. HEALTHCARE REFORM A CRITICAL DISCOURSE ANALYSES	Komninos Nickolas	TE DIG 11	aut.
59.	Drascek	Matteo	IL GOLF COME NUOVA OPPORTUNITA' PER IL TURISMO IN FRIULI VENEZIA GIULIA	Pascolini Mauro	TE DRA 11	aut.
60.	Dreolini	Anna	Teoria e prassi delle norme iso 9000. Il caso Rif spa	Boileau Anna Maria	TE DRE 11	aut.
61.	Fabbro	Elena	Beppegrillo.it: politica o antipolitica?	Pocecco Antonella	TE FAB 11	aut.
62.	Famea	Giuliana	Assicurare la partecipazione delle persone nel progetto di cambiamento	Boileau Anna Maria	TE FAM 11	aut.
63.	Fantin	Luca	IL RUOLO STRATEGICO DELLE RELAZIONI PUBBLICHE NEL B2B E- COMMERCE: IL CASO LOVENDIAMONOI	La Caria Mariapaola	TE FAN 11	aut.
64.	Faresi	Stefania	nuove frontiere della comunicazione d'impresa: il web 2.0 e i nuovi media. Il caso W.I.R.E.D.	Qualizza Gabriele	TE FAR 11	non aut.
65.	Ferino	Sandra	Comunicare la sicurezza stradale: il caso delle	Pauluzzo Rubens	TE FER 11	aut.

			"sagome nere"			
66.	Ferrari	Angela	Il goret e gli europei 2008: una storia di successo	Jammernegg Iris	TE FERR 11	non aut.
67.	Ferrari	Giulia	Franchising: una nuova imprenditorialità. IL marchio Yves Rocher	Castellani Cristina	TE FERRA 11	aut.
68.	Ferro	Maurizio	Il sovraccarico informativo nella comunicazione interna	Strizzolo Nicola	TE FERRO 11	aut.
69.	Ficco	Corrado	La comunicazione negli enti locali: evoluzione storica e quadro giuridico. L'esperienza della provincia di Lecce con il varo del piano di comunicazione	Strizzolo Nicola	TE FIC 11	aut.
70.	Florian	Giulia	FATTORE X: Il potere della persuasione nel messaggio pubblicitario	Kodilja Renata	TE FLO 11	non aut.
71.	Fontanini	Lisa	UDINESPOSA: FASI DI PROGETTAZIONE DI UN EVENTO	Strizzolo Nicola	TE FON 11	aut.
72.	Fracas	Antonio	Il lobbying: dalla connotazione negativa alla difesa trasparente dei legittimi interessi – Il caso AMD	Kodilja Renata	TE FRAC 11	aut.
73.	Fracas	Marina	La strategia di Branding: il caso Calligariss.p.a.	La Caria Mariapaola	TE FRA 11	non aut.
74.	Franco	Alessia	L'orchestra del duce. Musica e società nel ventennio fascista	Salimbeni Fulvio	TE FRAN 11	aut.
75.	Friemel	Francesca	Musei nuovi. I sensi nei musei di arte contemporanea. Il caso del museo nazionale del cinema.	Qualizza Gabriele	TE FRI 11	aut.
76.	Fusco	Giusy	The role of social media in the deepwater horizon unified command's response to the bp 2010 gulf of mexico oil spill: an interdisciplinary analysis	Komninos Nickolas	TE FUS 11	aut.
77.	Galante	Valentina	APRILE 2010: BRITISH PETROLEUM E LA CRISI DI REPUTAZIONE. UN'ANALISI LINGUISTICO-CRITICA.	Vasta Nicoletta	TE GAL 11	aut.
78.	Gandin	Barbara	Osama Bin Laden: un leader mediatico	Salimbeni Fulvio	TE GAN 11	aut.
79.	Garbino	Giorgio	GRADO PICCOLA REALTA' TURISTICA TRA CRISI E NUOVE PROGETTUALITA'	Pascolini Mauro	TE GAR 11	aut.
80.	Gasparini	Gloria	La customer experience come misura della relazione con il cliente: il caso banca popolare di Cividale	Kodilja Renata	TE GAS 11	non aut.
81.	Geretti	Giulia	Non ci sono più gli utenti di una volta!	Dattolo Antonina	TE GER11	aut.

			Evoluzioni, attori e strumenti della comunicazione 2.0			
82.	Gheller	Greta	Televisione e informazione: il tg locale di "antenna tre nord est"	Strizzolo Nicola	TE GHE 11	aut.
83.	Giacomelli	Luciana	La devianza sociale nel controllo delle masse attraverso l'esercizio politico e di potere	Cattarinussi Bernardo	TE GIA 11	non aut.
84.	Giusti	Daniel	E-commerce, l'evoluzione del mercato tradizionale. Il caso postalmarket.	Collodi Donata	TE GIU 11	aut.
85.	Hvala	Andreja	Il problema sloveno nella Venezia Giulia fascista: un punto di vista letterario e cinematografico ("crni bratje" = "fratelli neri")	Salimbeni Fulvio	TE HVA 11	aut.
86.	Hollan	Jessica	UN DELITTO MEDIATICO	Pocecco Antonella	TE HOL 11	aut.
87.	Idarraga	Vanessa	Il punto vendita in evoluzione: caso the north face	Qualizza Gabriele	TE IDA 11	non aut.
88.	Inverso	Sara	INTERNET E MARKETING. NUOVE OPPORTUNITA' DI RELAZIONE E COMUNICAZIONE PER LE AZIENDE	Collodi Donata	TE INV 11	aut.
89.	Lenardo	Lucia	COMUNICAZIONE INTERCULTURALE PER L'INTEGRAZIONE DEGLI STUDENTI DI SCAMBIO ALL'INTERNO DELL'UNIVERSITA' E DELLA SOCIETA' CIVILE DI ERFURT	Jammernegg Iris	TE LEN 11	aut.
90.	Lepre	Silvia	Una diva al lido. L'accoglienza di leni riefenstahl alla VI mostra del cinema di venezia	Volpi Gianluca	TE LEP 11	non aut.
91.	Lombardi	Irene	Vulnerabilità allo stress nelle attività di organizzazione e gestione di eventi: un'indagine all'interno di agenzie specialistiche	Kodilja Renata	TE LOM 11	non aut.
92.	Lucchetta	Carlo Alberto	La moda: emozioni, valori e simboli di una società in movimento	Strizzolo Nicola	TE LUC 11	aut.
93.	Maliko	Xheni	La responsabilità sociale d'impresa nel caso Ikea	Strizzolo Nicola	TE MAL 11	aut.
94.	Mandelli	Monica	"Farsi vedere in un film è meglio della pubblicità" (new York times). Il Product Placement: analisi di un fenomeno in evoluzione	Collodi Donata	TE MAN 11	aut.
95.	Mannello	Rossella	"Come comunicare la responsabilità sociale dell'impresa: tra etica, convinzione e moda"	Boileau Anna Maria	TE MANN 11	aut.
96.	Manzato	Camilla	MODA E LUSO IN SOCIOLOGIA: IL CASO HERMES	Cattarinussi Bernardo	TE MANZ 11	aut.
97.	Marcuzzi	Irene	Il papa e i media: il grande comunicatore Giovanni Paolo II	Pira Francesco	TE MAR 11	aut.

98.	Mario	Ludovica	WEB SOCIETY: TRA LIBERTA', SICUREZZA E PRIVACY	Strizzolo Nicola	TE MARI 11	non aut.
99.	Marrano	Fabiola	Il ruolo del giornalista italiano tra informazione e politica	Pocecco Antonella	TE MARR 11	aut.
100.	Marson	Martina	Musei, archivi storici e collezioni d'impresa. Gli strumenti dell'heritage marketing in Friuli Venezia Giulia	Brusati Luca	TE MARS 11	non aut.
101.	Massarini	Monia	Il made in China: analisi di un potenziale premium brand.	Pauluzzo Rubens	TE MAS 11	aut.
102.	Mattei	Marta	L'eterna Candidata. Il caso della Turchia	Salimbeni Fulvio	TE MAT 11	non aut.
103.	Maurizio	Valentina	IL PLURALISMO POLITICO- ISTITUZIONALE: ATTIVITA' DI VIGILANZA E MONITORAGGIO SULLE EMITTENTI LOCALI	Pira Francesco	TE MAU 11	non aut.
104.	Mazzetti	Riccardo	WEB- DEMOCRAZIA. Dal CERN di Ginevra alla Primavera Araba	Pira Francesco	TE MAZZ 11	aut.
105.	Mazzon	Michela	Comunicazione sociale integrata. Ricerca dei minori scomparsi: un confronto tra Amber Alert e il sistema italiano	Strizzolo Nicola	TE MAZ 11	aut.
106.	Menegon	Giada	New public management: i principi del cambiamento nella pubblica amministrazione e la riforma Brunetta	Iurlaro Franco	TE MEN 11	aut.
107.	Mercadante	Debora	TEATRO SAN GALLO DI VENEZIA TRA SPETTACOLO E COMUNICAZIONE	Strizzolo Nicola	TE MERC 11	aut.
108.	Merlino	Mariella	Valorizzazione di un brand attraverso i social media espressivi. Il progetto "MAD IN ITALY!"	Vecchiato Giampietro	TE MER 11	aut.
109.	Micolini	Sebastiano	Muro di Berlino. Storia, Quotidiani e cultura	Salimbeni Fulvio	TE MIC 11	non aut.
110.	Miglioranza	Giulia	Dal turismo di massa ai nuovi turismi: l'enoturismo come strumento per la riscoperta e la valorizzazione del territorio	Cattarinussi Bernardo	TE MIG 11	aut.
111.	Miglioranza	Sonia	I cambiamenti nel mondo dei consumi: dinamiche e abitudini di consumo prima e dopo l'avvento della crisi economica	Cattarinussi Bernardo	TE MIGL 11	aut.
112.	Montagner	Martina	THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE UK ELECTIONS CAMPAIGN BETWEEN 1997 AND 2010	Komninos Nickolas	TE MON 11	aut.
113.	Moro	Patrizia	Il bilancio sociale come strumento di responsabilità sociale d'impresa. Il caso centro	Strizzolo Nicola	TE MOR 11	non aut.

			medico università castrense			
114.	Moschin	Massimiliano	Le politiche di comunicazione di PMV nella gestione dello sviluppo della rete tranviaria di Mestre dal 2005 al 2010	Strizzolo Nicola	TE MOS 11	aut.
115.	Odorico	Gabriele	IL TURISMO SOSTENIBILE	Boileau Anna Maria	TE ODO 11	aut.
116.	Ornago	Eleonora	"L'ottavo giorno". Un'immagine cinematografica della diversità	Pocecco Antonella	TE ORN 11	aut.
117.	Palluello	Sara	Strumenti Promozionali della Philp Morris international in Italia e comportamenti di consumo	Collodi Donata	TE PAL 11	non aut.
118.	Papais	Jessica	La disciplina del nome e del cognome	Gaudino Luigi	TE PAP 11	non aut.
119.	Parnici	Stefania	Società, scienza e relazioni pubbliche: proposta di una collaborazione possibile. Confronto tra il sistema di comunicazione della scienza di Trieste e Mainz	Jammernegg Iris	TE PAR 11	aut.
120.	Pastorelli	Sara	New media e comunicazione integrata: un confronto tra le province di Gorizia e Pordenone	Brusati Luca	TE PAS 11	aut.
121.	Pazzagli	Lavinia	Comportamenti d'acquisto nel Web 2.0: atteggiamenti e consuetudini dell'acquisto on-line	Kodilja Renata	TE PAZ 11	non aut.
122.	Pecile	Gabriele	L'Italia su Signal: propaganda e realtà 1943-1944	Volpi Gianluca	TE PEC 11	aut.
123.	Pellegrino	Pina	La lingua italiana in Alto Adige	Batic Nidia	TE PEL 11	aut.
124.	Percic	Lorenzo	RELAZIONI STRATEGICHE DI UNO STUDIO PROFESSIONALE	Vecchiato Giampietro	TE PERC 11	aut.
125.	Perissinotto	Chiara	Etica e corporate responsibility nel business d'impresa. Il caso Ascotrade S.P.A.	Vodopivec Vladimiro	TE PER 11	non aut.
126.	Petreska	Marija	Marketing tools implemented in the promotional campaign "Macedonia Timeless"	Komninos Nickolos	TE PET 11	non aut.
127.	Petrova	Irina	Graphistudio: smisurato allargamento in aree di mercato internazionale.	Brusati Luca	TE PETR 11	aut.
128.	Pezzetta	Moira	"I MILLE SILENZI". La copertura mediatica del genocidio celato: Rwanda 1994	Pocecco Antonella	TE PEZ 11	aut.
129.	Piani	Mauro	La partecipazione negli strumenti di controllo delle aziende pubbliche. Il controllo analogo nei rapporti in house	Brusati Luca	TE PIA 11	non aut.
130.	Piller	Dario	Turismo montano alpino. Il caso Sappada/Plodn	Pascolini Mauro	TE PIL 11	aut.

131.	Pillinini	Giulia	Rania di Giordania, un contro-stereotipo nell'orientalismo dilagante	Pocecco Antonella	TE PILL 11	aut.
132.	Pinosa	Alberto Davide	La strumentalizzazione della bellezza nella comunicazione della responsabilità sociale d'impresa.	Kodilja Renata	TE PIN 11	aut.
133.	Pizzutti	Alessia	Il ruolo dei Grandi Eventi: impatto sociale, culturale ed economico delle Olimpiadi	Cattarinussi Bernardo	TE PIZ 11	non aut.
134.	Presotto	Francesca	Le vie del tabacco fra controllo legislativo e promozione indiretta	Boileau Anna Maria	TE PRE 11	aut.
135.	Pressacco	Arianna	Gli eventi come strumento di marketing per la promozione del territorio. Confronto tra Pordenonelegge e Frilui DOC	Panzini Massimo	TE PRES 11	aut.
136.	Purinan	Andrea	Comprare, gettare, comprare "green": inversione di tendenza o fenomeno di moda?	Collodi Donata	TE PUR 11	aut.
137.	Quaini	Carlotta	FOLCLOR IN FRIUL: il valore della cultura popolare	Strizzolo Nicola	TE QUA 11	non aut.
138.	Raber	Serena	Lo sviluppo sostenibile, la Green Economy e la Comunicazione Ambientale: Il Caso San Benedetto S.P.A.	Pauluzzo Rubens	TE RAB 11	aut.
139.	Renelli	Andrea	Cefalonia 1943: lettura storica e mediatica	Volpi Gianluca	TE REN 11	aut.
140.	Ribis	Laura	La mitologia moderna: il divo Michael Jackson	Strizzolo Nicola	TE RIB 11	aut.
141.	Rigonat	Alessandra	Private label e comunicazione: il caso Coop	Brusati Luca	TE RIG 11	aut.
142.	Rippa	Serena	Gli acquisti green tra dichiarazioni e comportamenti effettivi	Brusati Luca	TE RIP 11	non aut.
143.	Rizzatto	Rossella	Orgogliolo, versatilità mentale, imprenditorialità e... pregiudizi. Quanto non è rosa il potere	Kodilja Renata	TE RIZ 11	aut.
144.	Rizzi	Barbara	Oversight capacity e qualità delle politiche pubbliche: dall'esperienza valutativa alle opportunità di apprendimento	Boileau Anna Maria	TE RIZZ 11	aut.
145.	Romano	Tiziano junior	ASPETTI SOCIOLOGICI DEL FENOMENO RELIGIOSO	Cattarinussi Bernardo	TE ROM 11	non aut.
146.	Rossi	Laura	Comunicare la politica della sinistra: un confronto Italia - Stati Uniti	La Caria Mariapaola	TE ROS 11	non aut.
147.	Rossi	Marta	Il punto vendita come rappresentazione spaziale della marca. Il caso Stefanel	Qualizza Gabriele	TE ROSS 11	aut.

148.	Rossi	Serena	LA COMUNICAZIONE SOCIALE E GLI STREET PAPERS. "THE BIG ISSUE": PIONIERE DI SUCCESSO	Kodilja Renata	TE ROSSI 11	aut.
149.	Russi	Luisa	Strategie di comunicazione e promozione del territorio: Friuli Venezia Giulia vs. Franken	Jammernegg Iris	TE RUS 11	non aut.
150.	Sanavio	Mariachiar a	SOCIAL NETWORK E ONLINE COMMUNITY: nuove frontiere e opportunità per le aziende	Dattolo Antonina	TE SAN 11	aut.
151.	Santin	Serena	Promuovere relazioni: istituzioni e corregionali all'estero nella provincia di Pordenone	Pascolini Mauro	TE SANT 11	aut.
152.	Sartorello	Chiara	"La comunicazione elettorale per le elezioni amministrative: il caso Codroipo"	Pira Francesco	TE SAR 11	aut.
153.	Sciarratta	Valentina	Comunicare il disturbo mentale per la riduzione del pregiudizio nei giovani	Kodilja Renata	TE SCI 11	aut.
154.	Sdrigotti	Raffaele	L'utilizzo di pubblicità tramite oggetto e regalistica aziendale presso gli operatori economici italiani	Fedele Paolo	TE SDR 11	aut.
155.	Serafin	Martina	Comunicare la depressione: testi e contesti pubblicitari e il marketing degli antidepressivi negli Stati Uniti	Vasta Nicoletta	TE SER 11	aut.
156.	Sessi	Alessia	COME L'IKEA ENTRA A CASA?	Brusati Luca	TE SES 11	non aut.
157.	Simone	Elisabetta	Intelletto.com. Come la tecnologia digitale ha cambiato il nostro modo di pensare	Strizzolo Nicola	TE SIM 11	aut.
158.	Spadotto	Manuela	Il management come design science: strategie internazionali e struttura organizzativa	Fedele Paolo	TE SPA 11	aut.
159.	Spanghero	Luca	LA SOCIETA' MULTICULTURALE: DAI CONTESTI EUROPEI ALLA REALTA' CANADESE	Cattarinussi Bernardo	TE SPAN 11	non aut.
160.	Stojanovic	Marina	IL FASCISMO TRA REALTA' E AUTORAPPRESENTAZIONE	Salimbeni Fulvio	TE STO 11	aut.
161.	Tangarife Cruz	Jenny Andrea	IL VELO ISLAMICO. Analisi di un fenomeno culturale e religioso	Castellani Cristina	TE TAN 11	aut.
162.	Tatalo	Nicola	ONE TEAM, OME COUNTRY SOUTH AFRICA. LO SPORT A SERVIZIO DELLA RIDUZIONE DEL PREGIUDIZIO	Kodilja Renata	TE TAT 11	non aut.
163.	Tellini	Paolo	Public diplomacy uno sviluppo delle relazioni pubbliche e il suo impiego attraverso l'arma dei carabinieri	Vodopivec Vladimiro	TE TEL 11	aut.
164.	Tilatti	Giovanni Battista	Cooperazioni che non sviluppano: Il Caso Tana Beles in Etiopia	Pascolini Mauro	TE TIL 11	non aut.

165.	Tius	Francesco	Advertising alcohol in the U.K. Case study: Peroni Nastro Azzurro	Komninos Nickolas	TE TIU 11	non aut.
166.	Toffolon	Claudia	Indagine Sui Giovani Veneziani	Batic Nidia	TE TOF 11	aut.
167.	Tosello	Samuele	La cultura veicolata dalla pubblicità del gioco: un excursus all'interno della comunicazione pubblicitaria di Sisal	Strizzolo Nicola	TE TOS 11	aut.
168.	Urbani	Valentina	GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA E CUSTOMER SATISFACTION: IL CASO DELLA COOPERATIVA DEI CONSUMATORI DI MAROSTICA	Fedele Paolo	TE URB 11	non aut.
169.	Venditti	Sara	La reputazione travolta dalla crisi. Il caso pedofilia e Vaticano	Kodilja Renata	TE VEN 11	aut.
170.	Ventola	Emanuela	LA COMUNICAZIONE INTERCULTURALE NELLE BIBLIOTECHE: INDAGINE CONOSCITIVA SUI SERVIZI INTERCULTURALI OFFERTI DALLE BIBLIOTECHE PUBBLICHE DELLA REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA	Vecchiato Giampietro	TE VENT 11	aut.
171.	Vishnevskaya	Anna	WEB MARKETING DEL BENESSERE	Strizzolo Nicola	TE VISH 11	aut.
172.	Visintin	Manuela	Auroville: costruita attorno all'uomo	Boileau Anna Maria	TE VIS 11	aut.
173.	Vittori	Rodolfo	IL RUOLO DELLE RELAZIONI INDUSTRIALI NELLE OPERAZIONI DI FINANZA STRAORDINARIA. Il caso CAFC spa	Brusati Luca	TE VIT 11	aut.
174.	Zamarian	Selena	Su alcuni neologismi endogeni ed esogeni della lingua speciale della politica	Bombi Raffaella	TE ZAM 11	aut.
175.	Zamparutti	Alessandra	Bambini e televisione: un'indagine sociale	Batic Nidia	TE ZAMP 11	non aut.
176.	Zedda	Martina	Crisis management: il caso Andrea Doria	Pira Francesco	TE ZED 11	aut.
177.	Zufferli	Giorgia	Promuovere il territorio con la didattica in fattoria: l'esperienza "Fattorie Didattiche F.V.G."	Pascolini Mauro	TE ZUF 11	aut.

--	--	--	--	--	--	--