

TESI Relazioni Pubbliche e Comunicazione integrata per le imprese... 2012

	Cognome	Nome	Titolo	Relatore	Collocazione	Consultazione
1.	Aprile	Saverio	Il marketing territoriale per il progetto di sviluppo turistico della città di Trieste	Panzini Massimo	TE APR 12	aut.
2.	Armani	Martina	Dire, fare , essere territorio: la valorizzazione e la promozione di Maniago e del suo patrimonio	Pascolini Mauro	TE ARM 12	aut.
3.	Bazzo	Virna	La difficile convivenza tra nativi digitali e immigrati digitali: un' indagine sul campo a Sacile	Pira Francesco	TE BAZ 12	non aut.
4.	Bellin	Erika	DANZA COME MEZZO di COMUNICAZIONE	Strizzolo Nicola	TE BELL 12	aut.
5.	Bellini	Nella	Alerte nucléaire après Fukushima à travers "Le monde" et le "Corriere della sera": analyse linguistique-textuelle et Considérations socio-politico-culturelles	Gerolimich Sonia	TE BEL 12	aut.
6.	Beltramini	Giulia	La digitalizzazione della parola scritta. Dal libro all'e-book	Strizzolo Nicola	TE BELT 12	aut.
7.	Benedetti	Alice	L'opinione pubblica nel processo d'integrazione europea. Allegato CD-ROM	Cressati Claudio	TE BEN 12	aut.
8.	Bergamasco	Claudia	Nuove forme di comunicazione per il turismo esperienziale	Pascolini Mauro	TE BERG 12	Non aut.
9.	Bernardis	Samantha	ICT Researc, Active and Culture. A proposal for Access to Cultural Resource	Dattolo Antonina	TE BER 12	non aut.
10.	Bisol	Alessandra	Cronaca di un golpe annunciato. La copertura mediatica del colpo di stato in Honduras del 2009	Pocecco Antonella	TE BIS 12	aut.
11.	Bisson	Annalisa	Piccole e Medie Imprese e promozione internazionale dei beni di consumo made in Italy: il caso Storyitalia	Brusati Luca	TE BISS 12	Non aut.
12.	Borsato	Francesca	La comunicazione e la promozione dei siti Unesco: il caso di Aquileia e Córdoba	Collodi Donata	TE BOR 12	aut.
13.	Bossa	Elisa	I mass media tra interculturalità e xenofobia	Pocecco Antonella	TE BOS 12	aut.
14.	Bradaschia	Mila	Gay marketing e comunicazione di nicchia: il caso Ra-Re	Collodi Donata	TE BRAD 12	aut.
15.	Bragato	Veronica	Italia e Germania: modello per un Training interculturale	Jammernegg Iris	TE BRA 12	aut.
16.	Bragatto	Rita	La rivitalizzazione del commercio nei centri storici. Analisi di alcune esperienze della	Brusati Luca	TE BRAG 12	aut.

			Provincia di Pordenone			
17.	Bruno	Marco	Let's GO Triathlon. Un esempio di marketing territoriale	Kodilja Renata	TE BRU 12	aut.
18.	Cancian	Martina	Le Lobby: garanti della democrazia o difensori di interessi speciali?	La Caria Mariapaola	TE CANC 12	
19.	Candotti	Paola	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE. COMUNICAZIONE STRATEGIA NEL CRISIS MANAGEMENT	Kodilja Renata	TE CAN 12	non aut.
20.	Caporale	Serena	Educare divertendo: aspetti formativi e promozionali in "Sesame Street" ed in "The Muppet Show"	Kodilja Renata	TE CAP 12	Non aut.
21.	Cayol	Jessica	Il ruolo dell'ente fieristico nello sviluppo della promozione imprenditoriale del Friuli Venezia Giulia	Kodilja Renata	TE CAY 12	aut.
22.	Cerno	Francesca	L'INTELLIGENZA MANAGERIALE NELLE RELAZIONI PUBBLICHE. Abilità e competenze del comunicatore	Vecchiato Giampietro	TE CERN 12	non aut.
23.	Cerrone	Virginiasofia	Strategie e strumenti da campioni: sport marketing public relations con Fabio Scozzoli.	Strizzolo Nicola	TE CER 12	non aut.
24.	Coran	Federica	"I BLOG, YOU BUY". Blogger e Microblogger: Opinion Leader della Net Generation	Collodi Donata	TE CORA 12	aut.
25.	Cordenons	Enrico	Un nuovo progetto nel web sociale e semantico: gastronomy discoverers	Dattolo Antonina	TE CORD 12	aut.
26.	Coronica	Raffaele	SHOPPING A LONDRA: CAMDEN TOWN TRA TRADIZIONE ED INNOVAZIONE	Pascolini Mauro	TE COR 12	aut.
27.	Crismancich	Mateja	AGRITURISMO E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO: IL CASO TRIESTINO	Pascolini Mauro	TE CRI 12	aut.
28.	De Liberali	Ernesto	Nuovi orizzonti tra ebrei e cristiani di Nathan Ben Horin	Del Bianco Maddalena	TE DEL 12	aut.
29.	Demiraku	Flora	La comunicazione nelle campagne elettorali in Albania, il confronto con l' Italia	Pira Francesco	TE DEM 12	aut.
30.	Demichele	Federica	La comunicazione nelle organizzazioni internazionali: la Millenium Campaign dell' ONU	Strizzolo Nicola	TE DEMI 12	non aut.
31.	De Monte	Joan	LA COMUNICAZIONE DEL DONO DEL SANGUE NELL' ERA DEI SOCIAL NETWORK.-IL CASO A.F.D.S-	Pira Francesco	TE DEMO 12	non aut.
32.	De Nardo	Fabrizio	La responsabilità sociale nella piccola e media industria: valutazioni generali sulla sua	Kodilja Renata	TE DEN 12	aut.

			implementazione e suggerimenti per un'integrazione efficace nella gestione dei fornitori			
33.	Dizardi	Blerta	Albania- Il percorso di sviluppo della comunicazione e della pubblicità nel paese delle aquile dal dopo guerra ai giorni d'oggi	Strizzolo Nicola	TE DIZ 12	aut.
34.	Fantini	Luca	Consumo consapevole e prodotti locali: il Km 0 in Friuli Venezia Giulia	Pascolini Mauro	TE FAN 12	non aut.
35.	Ferrari	Roberta	IL RUOLO DEL WEB NELLA COMUNICAZIONE SOCIALE D'IMPRESA	Vodopivec Vladimiro	TE FER 12	aut.
36.	Floreancing	Alberto	La comunicazione nella Pubblica Amministrazione. Il ruolo degli Urp nelle università italiane	La Caria Maria Pia	TE FLO 12	aut
37.	Fornasier	Silvia	La comunicazione negli enti locali: il caso della comunicazione con i cittadini nel comune di Breda di Piave	Jammernegg Iris	TE FOR 12	aut.
38.	Franceschina	Sandy	Immagine della donna in Tv: Sanremo e il caso Belen	Strizzolo Nicola	TE FRAN 12	aut.
39.	Frandolič	Daša	Promuovere e valorizzare un territorio: Duino-Aurisina tra storia, natura e turismo	Pascolini Mauro	TE FRA 12	aut.
40.	Fumagalli	Vania	STRATEGIE DI POSIZIONAMENTO E BRAND IDENTITY: IL CASO NUOVA JOLLY NELLA NAUTICA DA DIPORTO	Collodi Donata	TE FUM 12	non aut.
41.	Furlan	Jessica	MUSICA E COMUNICAZIONE COME VEICOLO DI SPIRITUALITA'. I MANTRA	Del Bianco Maddalena	TE FUR 12	non aut.
42.	Fusaz	Simone	"NEUROMARKETING E MARKETING SENSORIALE: DAVVERO LA RAGIONE CONDIZIONA I NOSTRI ACQUISTI?"	Kodilja Renata	TE FUS 12	aut.
43.	Gallicchio	Matteo	Strategie di internazionalizzazione e marketing esperienziale: il caso Abercrombie e Fitch	Brusati Luca	TE GAL 12	aut.
44.	Gregori	Alice	ETICA E RESPONSABILITA' COME STRUMENTI DELLE ORGANIZZAZIONI. UN APPROCCIO FILOSOFICO ED ECONOMICO	Kodilja Renata	TE GRE 12	non aut.
45.	Guizzo	Giada	Valutazione dell' implementazione della legge 215/92 in Provincia di Treviso affrontando l' uso di un approccio innovativo: la Theory-based evaluation	Fedele Paolo	TE GUI 12	aut.
46.	Gusso	Michela	COMUNICAZIONE AMBIENTALE E RELAZIONI PUBBLICHE: IL RISCHIO GREENWASHING	La Caria Maria Pia	TE GUS 12	aut.

			POLITICHE <i>GREEN</i> NEL SETTORE AEREO			
47.	Ioan	Daniela	Counseling come antidoto allo stress lavoro correlato: uno studio sul personale universitario	Kodilja Renata	TE IOA 12	aut.
48.	Ježina	Diana	Place Branding. Case Study: Brand Croazia	Qualizza Gabriele	TE JEZ 12	aut.
49.	Kavčič	Andreja	Public information films: a multimodal approach to text analysis	Vasta Nicoletta	TE KAV 12	aut.
50.	Landi	Dawn Heather	ENEZIA E NORDEST CAPITALE EUROPEA DELLA CULTURA 2019: UNA SFIDA PER LO STAKEHOLDER MANAGEMENT	Kodilja Renata	TE LAN 12	aut.
51.	Limana	Roberta	LA MUTUALITÀ TRA AZIENDA E TERRITORIO. IL CASO DELLA PROVINCIA DI BELLUNO. Allegato: Alla base della Responsabilità Sociale d'Impresa. Un confronto tra Milton Friedman e Robert Edward Freeman.	La Caria Maria Pia	TE LIM 12 TE LIM 12 all.	aut.
52.	Lofaro	Alessia	Comunicare il genere tra stereotipi e contro stereotipi	Pocecco Antonella	TE LOF 12	non aut.
53.	Mallus	Antonella	Giovanni Guareschi, il "Franco Tiratore" della satira italiana del secondo dopoguerra.	Volpi Gianluca	TE MAL 12	aut.
54.	Maman	Akilou	Contributo delle nuove tecnologie della comunicazione allo sviluppo in Africa Subsahariana	Strizzolo Nicola	TE MAM 12	aut.
55.	Manca	Valeria	Pellegrinaggio a Santiago de Compostela: un fenomeno in crescita. Il ruolo dell'organizzazione e della comunicazione.	Kodilja Renata	TE MAN 12	aut.
56.	Marson	Chiara	Marketing e comunicazione: i vantaggi per la nautica da diporto	Collodi Donata	TE MARS 12	
57.	Martinoli	Erica	QUANDO I MANAGER COMUNICANO LE EMOZIONI. CONFRONTO TRA SETTORE PUBBLICO E PRIVATO.	Kodilja Renata	TE MAR 12	aut.
58.	Massaro	Jonathan	La rivoluzione delle App nello scenario attuale. Ipotesi di applicazione nel mondo universitario.	La Caria Mariapaola	TE MAS 12	non aut.
59.	Mattiuzzi	Benedetta	Tu mi fai sfilare come se fossi una bambola: la sindrome Lolita nel mondo mediatizzato	Strizzolo Nicola	TE MAT 12	aut.
60.	Maurigh	Stefania	PROMOZIONE TERRITORIALE- CULTURALE. PIANO PER UNA RETE DI COORDINAMENTO	Kodilja Renata	TE MAU 12	non aut.

			DEL'ARTE CONTEMPORANEA IN FRIULI VENEZIA GIULIA.			
61.	Millo	Selene	TEATRO 2.0	Strizzolo Nicola	TE MIL 12	aut.
62.	Miniutti	Ilaria	Medienarbeit in der Unternehmenskommunikation	Jammernegg Iris	TE MIN 12	aut.
63.	Molinari	Erika	METAMORFOSI E CONTRADDIZIONI DI UNA TELEVISIONE IN ROSA	Pocecco Antonella	TE MOL 12	aut.
64.	Moretuzzo	Gianmarco	OTTICA DI GENERE	Cattarinussi Bernardo	TE MOR 12	non aut.
65.	Munaretto	Gloria	LA GALASSIA DEI MEDIA 100 ANNI DI MARSHALL MCLUHAN. Incluso CD-ROM	Strizzolo Nicola	TE MUN 12	aut.
66.	Nadalin	Gloria	COME SI COMUNICA L'AZIENDA: IL CASO GALLIGARIS	Collodi Donata	TE NAD 12	aut.
67.	Och	Elisabeth	IL PIANO DI COMUNICAZIONE. Da documento a sistema organizzativo.	Vecchiato Giampietro	TE OCH 12	aut.
68.	Orlando	Rachele	Il Project Management nella Pubblica Amministrazione: soluzione possibile?	Fedele Paolo	TE ORL 12	aut.
69.	Ottomeni	Elisa	Corpo, identità, società	Cattarinussi Bernardo	TE OTT 12	Non aut.
70.	Penko	Susanna	La cooperazione allo sviluppo del Friuli Venezia Giulia: L.R. 30 settembre 2000, n.19 "Interventi per la promozione, a livello regionale e locale, delle attività di cooperazione allo sviluppo e partenariato internazionale".	Komninos N.D.G.	TE PEN 12	aut.
71.	Pingue	Ilaria	Ausa: il profilo di un fiume silenzioso. Ambiente, memorie e società	Pingue Ilaria	TE PIN 12	aut.
72.	Pomponi	Sarah	Analisi evolutiva del mercato della cosmesi. Il caso "Profumerie Galeazzi"	Collodi Donata	TE POM 12	non aut.
73.	Puliè	Sara	CONCETTI E TERMINI DELLA COMUNICAZIONE PLURILINGUE NELL'AFRICA OCCIDENTALE	Bombi Raffaella	TE PUL 12	aut.
74.	Puricelli	Nicole Benedetta	Il Coolhunting: un nuovo fenomeno di Sociologia della Moda	Cattarinussi Bernardo	TE PUR 12	aut.
75.	Ravanello	Giada	iPR "Internet, Individual e Immaginative Public Relations". Il caso Apple	Strizzolo Nicola	TE RAV 12	aut.
76.	Ridolfi	Sebastiano	Il ruolo dei media nel Referendum per l'istituzione della Provincia dell'Alto Friuli	Brusati Luca	TE RID 12	aut.
77.	Riosasso	Mark	MMORPG E RELAZIONI PUBBLICHE: Il caso Blizzard Entertainment	Strizzolo Nicola	TE RIO 12	non aut.
78.	Sanna	Gaetana	Il marketing territoriale per la riqualificazione dei beni sequestrati alla criminalità	Pascolini Mauro	TE SAN 12	non aut.

			organizzata			
79.	Sartor	Erica	MOBBING: QUANTO NE SAPPIAMO? UN'INDAGINE IN PROVINCIA DI BELLUNO	Kodilja Renata	TE SAR 12	aut.
80.	Schincaglia	Mirna	LA LINGUA SPECIALE DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE. IL CASO DI AREA SPA	Bombi Raffaella	TE SCH 12	aut.
81.	Singh	Jasmine	"Sei chiara come un'alba": la trasparenza secondo Vasco	Strizzolo Nicola	TE SIN 12	aut.
82.	Stefanutti	Francesca	Organizzazione e pianificazione dei processi di coinvolgimento degli stakeholder nelle politiche pubbliche: i casi Lombardia, Emilia Romagna, Toscana	Fedele Paolo	TE STE 12	aut.
83.	Stradella	Alessandro	SINERGIE TRA LE RELAZIONI PUBBLICHE ED IL MARKETING RELAZIONALE	La Caria Mariapaola	TE STR 12	non aut.
84.	Tam	Elena	Modalità di utilizzo e condizioni di efficacia delle private label: il caso Coop Italia	Brusati Luca	TE TAM 12	aut.
85.	Tamriş	Bünyamin	Presentazione di: La Comunicazione: Strumento Utile per La Negoziazione	Pira Francesco	TE TAMR 12	Non aut.
86.	Tessari	Anna	AMMINISTRAZIONE PROVINCIALE ED INNOVAZIONE. Aspetti organizzativi nell'uso dei <i>new media</i>. Le province di Udine e Venezia.	Fedele Paolo	TE TES 12	aut.
87.	Todesco	Elisa	LA SPETTACOLARIZZAZIONE DELL'EVENTO: IL DUCE A VICENZA (1938)	Volpi Gianluca	TE TOD 12	aut.
88.	Tomat	Stefano	Media e advertising: dal paid all'owned. Il caso Red Bull Media House.	Lunghi Giovanni	TE TOM 12	aut.
89.	Trevisan	Eleonora	LE "NOTIZIE-SPETTACOLO" E LA COPERTURA MEDIATICA DEL DOLORE	Pocecco Antonella	TE TRE 12	non aut.
90.	Troian	Marta	Marketing generazionale e nuovi consumatori: l'approccio non convenzionale di Havaianas	Qualizza Gabriele	TE TRO 12	aut.
91.	Varaschin	Alice	Internalizzare il servizio di relazioni esterne nella Piccola e Media Impresa: studio di fattibilità nel caso Varaschin SPA	Brusati Luca	TE VARA 12	aut.
92.	Varmo Di	Luca	FRIULI CHE COMUNICA: DALLA CARTA AL WEB	Pascolini Mauro	TE VAR 12	aut.
93.	Veneroso	Riccardo	SOCIAL NEW MEDIA: TRA E-COMMERCE E WEB OPTIMIZATION	Dattolo Antonina	TE VEN 12	aut.
94.	Villani	Gabriele	DISABILITA' E LAVORO	Cattarinussi Bernarndo	TE VIL 12	aut.
95.	Zamberlan	Elisa	MIAMI VICE UNO SPECCHIO DEGLI ANNI OTTANTA	Pocecco Antonella	TE ZAM 12	aut.
96.	Zampa	Stefano	Un modello di comunicazione gratuita attraverso la diffusione delle "zone Wi-Fi"	Strizzolo Nicola	TE ZAMP 12	aut.

97.	Zanotti	Donatella	LA "NUOVA" COMUNICAZIONE SOCIALE. IL CASO CIBOLANDO TRA PARTECIPAZIONE E CROSSMEDIALITA'	Kodilja Renata	TE ZAN 12	non aut.
98.	Zavadlal	Roberta	CONSUM-AUTORI e RE-COMMERCE. Aspetti di un nuovo fenomeno di consumo: il vintage di Carpe Diem	Qualizza Gabriele	TE ZAV 12	aut.
99.	Zorzenon	Paolo	City branding: il caso di Gorizia	Brusati Luca	TE ZOR 12	aut.