Università di Brescia

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E MANAGEMENT

Titoli Tesi di Laurea dei Corsi di Studio Magistrali

Corso di Laurea in Marketing per il Made in Italy

agg. ottobre 2026

COGNOME	NOME	TITOLO	RELATORE
		Ottobre 2026	
MARCHETTA	MARIA CARMEN	Tutela e valorizzazione dei prodotti DOCG: dalla normativa Nazionale alle strategie di export del Franciacorta	MAROCCHI MARCO
CASSINELLI	ANDREA	Analisi statistica dei comportamenti di consumo degli utenti di servizi streaming video	MACIS AMBRA
DI BELLA	TOMMASO ANGELO	La costruzione delle destinazioni turistiche tra dimensione globale e sviluppo locale: DMO e il caso del Tigullio	FRANZONI SIMONA
ZANETTI	ALESSIA	Identità territoriale e sostenibilità come leve competitive nel wine marketing contemporaneo: il caso di rebranding di Cà Maiol	CARLONI ELISA
BARBIERI	FRANCESCA	Country of Origin e sostenibilità nella moda Made in Italy: Un'analisi qualitativa su valori e percezioni del consumatore.	CARLONI ELISA
GEREVINI	GIOVANNI	Il contratto di licensing come leva strategica per lo sviluppo dell'impresa	MAROCCHI MARCO
		Marzo 2026	
PALETTI	PAOLA	Gli eventi sportivi tra brand reputation, sostenibilità e attrattività territoriale	FRANZONI SIMONA
		Dicembre 2025	
SHOAIB	MUHAMMAD	Processi operativi nel settore farmaceutico e Intelligenza Artificiale. Il contributo di GlaxoSmithKline S.p.A.	FRANZONI SIMONA
		Ottobre 2025	
ALOISI	ALESSANDRA	Tradizione e innovazione nel vino Made in Italy: strategie di marketing per l'internazionalizzazione del settore vitivinicolo.	CARLONI ELISA
BIANCHESSI	GAIA	Il Made in Italy nel settore arredamento: costruzione identitaria e sviluppo di strategie di marketing	CARLONI ELISA
GIANNINI	ALESSIA	Internazionalizzazione e Made in Italy nel Settore Alimentare: strategie aziendali e percezione del Made in Italy tra consumatori nazionali e internazionali.	CARLONI ELISA
FEZZARDI	FRANCESCA	L'integrazione dell'Intelligenza Artificiale nel Content Marketing: analisi di campagne pubblicitarie e il loro impatto su aziende e consumatori.	CARLONI ELISA
		Luglio 2025	
SPASSINI	MATTEO	Il Made in Italy tra percezione e strategia: l'effetto sul consumatore e la comunicazione delle imprese nel confronto con il Made in Sweden	CARLONI ELISA