

TESI DI LAUREA - SESSIONE LUGLIO 2026
martedì 14 luglio 2026 ore 14 - aula 4 sede Caniana

matricola	cognome candidato/a	nome candidato/a	titolo tesi	relatore/relatrice	correlatore/ correlatrice	corso di laurea magistrale in
1 1101038	ALLEGRI	DANIELE	CORPORATE DECARBONISATION STRATEGIES IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY: COMPARATIVE STUDY OF THE FUTURE OF RISK ASSESSMENT: A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN MANUAL SCORECARDS AND AI-POWERED TOOLS	PELLEGRINI LAURA		ACCOUNTING, GOVERNANCE AND SUSTAINABILITY
2 1101951	COLOMBO	LUCIA	La revisione dei principi di rendicontazione della sostenibilità (ESRS) a seguito dell'Omnibus Package.	SERVALLI STEFANIA		ACCOUNTING, GOVERNANCE AND SUSTAINABILITY
3 1080236	BELOLI	DESIREE	Dall'armonizzazione al coordinamento: la Side-by-Side Package nell'evoluzione della Global Minimum Tax	ROSSI CLAUDIA		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
4 1099540	BOMBOLINO	CLAUDIO	L'ascesa della Cina nella filiera globale dei veicoli elettrici: produzione, sussidi e impatti sul commercio mondiale	BARASSI MARCO		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
5 1099601	BUONPENSIERO	ALESSIO	L'ADESIONE ALL'UNIONE EUROPEA FAVORISCE LA CRESCITA DEI PAESI BALCANICI?	LECCE GIAMPAOLO		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
6 1078562	GAVOCI	ANGELO	Emotions and Cognitive Biases in Financial Decision-Making: The Evolving Psychology of Investors	BARATTUCCI MASSIMILIANO		ECONOMICS AND FINANCE
7 1080261	GRIECO	FRANCESCA	Do Real Estate Mergers Create Value? Synergies and Post-Merger Performance: Evidence from the Vonovia-Deutsche Wohnen Merger	PELLEGRINI LAURA		ECONOMICS AND FINANCE
8 1051900	TOLASSI	PIETRO	Designing new paths, a new frontier: the Neuro-HR management	BARATTUCCI MASSIMILIANO	CAROLLO LUCA	INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
9 1079754	ALESIANI	MARCO	International consumer perception of Franciacorta: branding, experience and positioning in the global wine market	BARATTUCCI MASSIMILIANO		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
10 1096602	FIORETTI	GIORGIA	Beyond the low-cost stereotype: the accelerated growth of Poland as a new European engine of innovation and competitiveness	WASSLER PHILIPP		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
11 1079125	MAURO	FRANCESCA	Il ruolo della comunicazione marketing nella trasformazione digitale	WASSLER PHILIPP		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
12 1081224	CAPELLI	LAURA	Misurare e mitigare il context switching: analisi empirica di una software house italiana nel settore CAD/CAM.	TONINELLI DANIELE		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
13 1067121	CONFALONIERI	MATTEO	Fashion social commerce and Generation Z: trust, perceived authenticity and purchase intention in the Shein case	BARATTUCCI MASSIMILIANO		MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE
14 1067433	PEITI	MATTEO				

PRESIDENTE: prof.ssa Claudia Rossi

COMMISSIONE: prof.ssa Stefania Servalli
 prof. Marco Barassi
 prof. Massimiliano Barattucci
 prof.ssa Laura Pellegrini
 prof. Daniele Toninelli
 prof. Philipp Wassler