

TESI DI LAUREA - SESSIONE OTTOBRE 2026
mercoledì 21 ottobre 2026 ore 14 - aula 2 sede Caniana

	matricola	cognome candidato/a	nome candidato/a	titolo tesi	relatore/relatrice	correlatore/ correlatrice	corso di laurea magistrale in
1	1080007	VETTORE	OSCAR	Dal presidente-imprenditore al fondo di investimento: l'evoluzione della governance e la creazione di valore nei club calcistici di Serie A	STANGHELLINI ALBERTO		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
2	1093820	BRANCALEONI	RICCARDO	Valuation and Explosive Price Dynamics in the Magnificent Seven.	CINCINELLI PETER		ECONOMICS AND FINANCE
3	1080213	CERIBELLI	GIORGIO	Sovereign Risk and Financial Stability in the Eurozone Banking System: An Empirical Analysis using Credit Default Swaps	CINCINELLI PETER		ECONOMICS AND FINANCE
4	1078578	MAZZOLENI	STEFANO	Geopolitical Risk and Financial Markets: A Granger Causality Analysis.	CINCINELLI PETER		ECONOMICS AND FINANCE
5	1078501	REDONDI	ELEONORA	Income Diversification and Bank Performance: Evidence from Large European Banks Before and During the Low Interest Rate Period	CINCINELLI PETER		ECONOMICS AND FINANCE
6	1095477	ARMATI	ENRICA	FROM FAST FASHION TO ACCESSIBLE LUXURY: CONSUMER PERCEPTION OF ZARA'S PREMIUMIZATION STRATEGY	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
7	1080248	BORELLINI	FABIO	Beyond the album: continuous storytelling, live experience and fan relationships in Marracash's artistic project	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
8	1081530	CASTELLANO	LUDOVICA	Personality as a Filter of Consumer Perceptions in Personalized Digital Advertising: An Empirical Analysis of the Moderating Role of Big Five Traits in the Personalization-Privacy Paradox	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
9	1078196	GUGLIERI	ELENA	Trust, Credibility and Transparency in Influencer Marketing: The Ferragni-Balocco Pandoro Scandal and Its Impact on Consumer Perception and Brand Reputation	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
10	1078647	RAMPINELLI	ALBERTO	The role of new technologies and AI in the internationalization of Italian Family SMEs	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
11	1099893	SORRENTINO	DANIELE	Exploring Market Intelligence Practices in Italian Industrial Manufacturing SMEs: An Empirical Study	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
12	1041801	LUSSANA	MARTA	The Future of Green Bonds: Evidence from Literature Review and Corporate Interviews	MAGNO FRANCESCA		INTERNATIONAL MANAGEMENT, ENTREPRENEURSHIP AND FINANCE
13	1101104	NATUZZI	IACOPO	La creazione di un processo automatizzato e condiviso di consuntivazione per controllo della marginalità superare la frammentazione dei dati e i silos organizzativi in un contesto industriale complesso: il caso Hitachi Energy Dry Transformers Switzerland SA	STANGHELLINI ALBERTO		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
14	1051863	PREVITALI	MATTEO	Come differiscono i bisogni e i valori alimentari delle diverse generazioni? Dal "Baby Boomers" alla "Generazione Z"	DOSSENA GIOVANNA		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
15	1103253	SPIONE	ANDREA	Il ruolo del Venture Capital nello sviluppo delle startup innovative: dinamiche di investimento e creazione di valore	DOSSENA GIOVANNA	STANGHELLINI ALBERTO	MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA

PRESIDENTE: prof. Peter Cincinelli
 COMMISSIONE: prof.ssa Giovanna Dossena
 prof. Roberto Aprile
 prof.ssa Francesca Magno
 prof. Alberto Stanghellini
 dott. Luca Farè