

**TESI DI LAUREA - SESSIONE LUGLIO 2025**  
**martedì 15 luglio 2025 ore 9 - aula 1 sede Caniana**

matricola	cognome candidato/a	nome candidato/a	titolo tesi	relatore/relatrice	correlatore/ correlatrice	corso di laurea magistrale in	
1	<b>1066498</b>	<b>ALLOCCA</b>	<b>FIORILE</b>	Bilancio di sostenibilità nelle società quotate, grandi aziende e PMI: modelli, impatti e best practices	GERVASIO DANIELE		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
2	<b>1072763</b>	<b>AZZOLA</b>	<b>BENEDETTA</b>	Sinergia tra revisione interna ed esterna: una difesa coordinata contro le frodi societarie	GERVASIO DANIELE		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
3	<b>1076715</b>	<b>BENVENUTI</b>	<b>GIULIA</b>	Sostenibilità e PMI: L'evoluzione del Bilancio di Sostenibilità come Strumento di Comunicazione e Crescita	GERVASIO DANIELE		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
4	<b>1075190</b>	<b>GIRARDI</b>	<b>BIANCA</b>	L'evoluzione della fatturazione elettronica in Europa: un confronto tra Germania, Italia e Portogallo	BARASSI MARCO		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
5	<b>1073791</b>	<b>MILANI</b>	<b>ELENA</b>	Infortuni: dalle normative al CCNL. Analisi comparativa tra il CCNL Metalmeccanico e il CCNL Logistica e Trasporti	IMBERTI LUCIO		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
6	<b>1095439</b>	<b>SECK</b>	<b>DIAKHER</b>	HC, IAC ed applicazioni dello IAS 29: un caso studio sull'Argentina	GERVASIO DANIELE		ECONOMIA AZIENDALE, DIREZIONE AMMINISTRATIVA E PROFESSIONE
7	<b>1092040</b>	<b>GAUDIANO</b>	<b>ANNALISA</b>	The Power of Credibility in Influencer Marketing: How Macro- and Micro-Influencers Shape Purchase Intentions Through Parasocial Interactions in Fashion and Beauty	BARATTUCCI MASSIMILIANO		INTERNATIONAL MANAGEMENT AND MARKETING
8	<b>1075202</b>	<b>SPATARO</b>	<b>GIAMMARCO</b>	L'impatto del climate change sull'informativa finanziaria redatto secondo i principi contabili IAS/IFRS	GERVASIO DANIELE		MANAGEMENT, FINANZA E INTERNATIONAL BUSINESS
9	<b>1072905</b>	<b>GRASSI</b>	<b>ANDREA</b>	Adozione della stampa 3D nel settore della produzione di componenti per autoveicoli: analisi quantitativa dei fattori determinanti e degli impatti su supply chain e performance aziendali	BERGAMASCHI MARA		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
10	<b>1073989</b>	<b>REDOLFI</b>	<b>LUCA</b>	Implicazioni della chirurgia robotica assistita sul sistema organizzativo aziendale: evidenze dal caso Humanitas Gavazzeni	BERGAMASCHI MARA		MANAGEMENT, INNOVAZIONE E FINANZA
11	<b>1058261</b>	<b>CAMBIANICA</b>	<b>MARIO</b>	Consumer behaviour and consumer personality in the world of running.	BARATTUCCI MASSIMILIANO		MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE
12	<b>1090533</b>	<b>KALLYANPARAMBIL SEBASTIAN</b>	<b>MARY TANIYA</b>	The Impact of Retail Therapy on Consumer Behavior among Generation Z: A Comparative Analysis of In-Store and Online Shopping Experiences	BARATTUCCI MASSIMILIANO		MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE
13	<b>1083086</b>	<b>KAUR</b>	<b>ANITA</b>	From Awareness to Conversion: TikTok's Role in Shaping Modern Consumer Behaviour and Brand Strategies. A Focus on TikTok Shop and the Rise of Social Commerce	BARATTUCCI MASSIMILIANO		MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE

PRESIDENTE: prof.ssa Mara Bergamaschi

COMMISSIONE: prof. Lucio Imberti  
 prof. Marco Barassi  
 prof. Massimiliano Barattucci  
 prof. Daniele Gervasio  
 dott. Luigi Reggi