

<b>Titoli delle relazioni finali a.a. 2015/16</b>
UK vs. Italy institutional communication and advertising campaigns: Public healthcare, safety and social issues.
Missouri Burning: Il caso Ferguson attraverso la Stampa italiana
La sponsorizzazione aziendale tramite Twitter: un caso di studio
Il caso Eataly: comunicazione di un'immagine
Olio di palma: tra scienza e media
Le unioni civili tra società, opinione pubblica e politica
I mass media, tra storia e pensieri, il loro ruolo nella società
OMS su carni rosse e lavorate: analisi dei maggiori quotidiani italiani online
Il branding e il caso elicotteristico aeronautico
L'anomalia meteorologica dell'inverno 2015-2016. Analisi della copertura mediatica sulla stampa quotidiana online
Comunicare l'inglese agli italiani: prospettive linguistiche diacroniche e sincroniche per comprendere e superare le difficoltà di apprendimento
Comunicare global. I casi studio di Decathlon Italia, UK e India
Strategie e strumenti di divulgazione delle Scienze Naturali: l'esempio della mostra "Piante Guerriere"
Intelligenza Emotiva e Team Building: come risolvere i problemi di Management
L'arte nel documentario. Il caso italiano "Wunderkammer". Invenzione della Meraviglia" di Magnitudo Film
Turismo di massa e commedia all'italiana
Diritti ed eguaglianza della donna: l'Occidente delle due guerre e l'Oriente del XXI secolo
"L'esclusa". Pirandello e la poetica dell'umorismo
Dialogando attraverso l'arte
Da campioni a testimonial: evoluzione delle strategie comunicative tra atleti e pubblico
Il matrimonio tra concezioni filosofiche e Wedding Planner
Si va in scena: il costume come simbolo comunicativo nel personaggio della Marchesa Lucrezia Van Necker nella fiction kolossal "Elisa di Rivombrosa"
L'adattamento nelle serie televisive: Parenthood e Tutto può succedere
La reazione dei giornali dopo la nomina a capo del CSM
La comunicazione tra conoscenza e relativismo: Socrate e i Sofisti "Analisi del Protagora"
Strategie di marketing rivolte al target infantile. Il bambino: un consumatore da fidelizzare dai primi passi
Libera antenna in libero stato: l'eccezionalità di Antenna 3
La comunicazione 2.0 nell'era dei social network
Emergenza ambientale di Fukushima: analisi dei quotidiani online e del cinema
Story Map - Un nuovo modo di fare comunicazione scientifica
La bontà comunicative
Marketing esperienziale e degli eventi: quattro casi di promozione del prodotto a confronto
La funzione dei riti di passaggio nelle culture tradizionali e in quella postmoderna
Cambiamenti climatici e produzione cinematografica
Analisi della copertura mediatica locale e internazionale dell'emergenza alluvione del 2014 nei Balcani
La stampa italiana racconta Adolf Eichmann
Il Femminile e il Sacro
La mente, una potente presa di coscienza
Human Stereotypes and Intercultural Communication
La tecnologia, il progresso e l'abisso: l'uomo ideatore e creatore di un confine tra realtà e illusione
Marvel: tra sogni e supereroi
Free Nelson Mandela: quando la musica unisce anche in politica.
comunicazione e rappresentazione sociale nell'era della spettacolarizzazione globale
Analisi dei quotidiani italiani in merito al caso Spotlight
La comunicazione non verbale e l'espressione delle emozioni negli studi di Paul Ekman
Sport e questione razziale. Il match del secolo: Ali vs. Foreman (1974)

Strategie per il nuovo millennio. L'azienda e i nuovi media
La morte di Kennedy tra storiografia e giornalismo
Distratti dal dramma e attratti dal trauma. La rappresentazione dei conflitti tra disinformazione e spettacolarizzazione
Comunicare l'etica e la responsabilità sociale d'impresa nel settore farmaceutico: i casi studio Novartis, Pfizer, Roche e Giuliani
L'Adattamento cinematografico, dal film alla serie tv: il caso Westworld
Il teatrodanza di Pina Bausch: un osservatorio sui principi dell'antropologia teatrale
Politica glocal e social network: le campagne elettorali 2.0 di Samuele Astuti, Sindaco di Malnate (2011-2016)
Paul & Shark. Da Varese a New York. Analisi della comunicazione e del marketing aziendale
Linguaggi olimpici
Autenticità e inautenticità nell'esistenzialismo e nell'umanesimo e La nausea Di Jean-Paul Sartre
Varie forme di marketing e strategie vincenti: alcuni casi aziendali
Il fumo nell'immaginario collettivo
il ricordo della marca
Teatro Apollonio di Varese: gestione interna, comunicazione e nuove prospettive del marketing territoriale
Marketing aziendale, Rivestimenti Speciali e competitor a confronto
Social Media: evoluzioni e strategie nel mondo web
Il colore e la sua simbologia
Esiste un fascino perverso del razzismo?
La scienza sul grande schermo: come il cinema comunica i rischi ambientali e i cambiamenti climatici
Vulcanismo, eruzioni vulcaniche e cinema
Il marketing dell'arredamento made in Italy: il caso Meroni 1984
Terremoti e comunicazione: i due recenti casi che hanno segnato l'Italia centrale
Il percorso iniziatico mostrato attraverso la lettura de "Il Piccolo Principe", in analogia con "Siddharta", "Il Gabbiano Jonathan Livingston" e "L'Alchimista".
Il problema della ragione in Hume e Kant
Il Megafono: Medium, Metafora e Marchio di Fabbrica
La Confindustria e il Sindacato: quale futuro?
I Simboli di Loggia
Le funzioni comunicative della fotografia: approcci storici e sincronici
Mass media e imprese spaziali. Analisi su come la stampa italiana ha trattato le missioni Vostok 1 e Apollo 11
La crocifissione come pena capitale. L'evoluzione di un simbolo