



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

DIPARTIMENTO CULTURE E SOCIETÀ
COORDINAMENTO DELLE CLASSI L-20, LM-59, LM-92



**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'**

Sessione straordinaria a.a. 2022/2023

Mercoledì 13 MARZO 2024 ORE 14:30

TEATRO GREGOTTI - EDIFICIO 17 – VIALE DELLE SCIENZE

N.	MATR.	CANDIDATO	TITOLO TESI	CORSO DI LAUREA MAGISTRALE	RELATORE	CORRELATORE
1	0745442	BUTTITA GABRIELE NICHOLAS	«Non mi sentivo mai al mio posto»: un'analisi esplorativa tra persone trans AFAB siciliane	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. RINALDI	PROF.SSA MACALUSO
2	0734617	DI MAURO SILVIA	Medical branding. Analisi semiotica della comunicazione odontoiatrica sui social media	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. SSA VENTURA BORDENCA	PROF. MANGANO
3	0725823	LA VARDERA NOEMI	Raccontarci attraverso la social photography ci rende liberi e autentici?	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF.SSA FICI	PROF.SSA MACALUSO
4	0733713	LORENZANO GIOVANNI	Lingua e propaganda nei regimi totalitari	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. PATERNOSTRO	PROF.SSA MACALUSO
5	0736427	MUSILLAMI GIORGIA ROSA	Il ruolo del dialetto nella comunicazione pubblicitaria	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. PATERNOSTRO	PROF. TROBIA

Proff. Mangano (Presidente), Macaluso, Fici, Paternostro, Trobia, Rizzuto, Rinaldi, Ventura Bordenca.

Supplente: Prof. Crescimanno

Coordinatore
F.to Prof. Dario Mangano

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'**
Sessione straordinaria a.a. 2022/2023

Mercoledì 13 MARZO 2024 ORE 16:30
TEATRO GREGOTTI - EDIFICIO 17 – VIALE DELLE SCIENZE

N.	MATR.	CANDIDATO	TITOLO TESI	CORSO DI LAUREA MAGISTRALE	RELATORE	CORRELATORE
1	0734597	PANEBIANCO GIULIANA	La bugia del greenwashing, un fenomeno semiotico	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. SSA VENTURA BORDENCA	PROF. MANGANO
2	0744089	RAKOTONDRATSIMBA TAHIRY SAROBIDY MICKAELLE ANGE	Le strategie di persuasione della pubblicità sociale:	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. PATERNOSTRO	PROF.SSA RIZZUTO
3	0742120	SCELSO ALESSANDRO	Abbatere gli stereotipi attraverso una campagna pubblicitaria iconica. Il caso Honda Super Cub in America.	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. PATERNOSTRO	PROF.SSA MACALUSO
4	0739263	VALENTINO FEDERICA	Il potere del non detto: strategie implicite nella persuasione pubblicitaria. Il caso Apple	COMUNICAZIONE PUBBLICA, D'IMPRESA E PUBBLICITA'	PROF. PATERNOSTRO	PROF.SSA MACALUSO

Proff. Mangano (Presidente), Macaluso, Fici, Paternostro, Trobia, Rizzuto, Rinaldi, Ventura Bordenca.
Supplente: Prof. Crescimanno

Coordinatore
F.to Prof. Dario Mangano