

Laureati 2000

- Agosta, Giovanni Willy: Regioinsubrica: alla ricerca di una nuova identità europea. (Prof. Stefano Rolando)
- Anderhub, Florian: Bubbling Knowledge. Un modello interpretativo della creazione e del flusso di knowledge all'interno di un'agenzia pubblicitaria. (Prof. Markus Venzin)
- Baechtold, Elisa: La promozione del turismo in Ticino. (Prof. Renato Fiocca)
- Bardola, Sara: Il mercato televisivo europeo: la televisione a pagamento. Analisi delle strategie di marketing e della comunicazione della televisione a pagamento francese Canal+ (Prof. Giuseppe Richeri)
- Beltrami, Rita: Lo Stato del cambiamento. La comunicazione del progetto Amministrazione 2000 riforma amministrativa dello Stato del Canton Ticino. (Prof. Stefano Rolando)
- Bolchini, Davide: Web Design Patterns. Improving quality and performance in design of Web application. (Prof. Paolo Paolini)
- Boni, Massimo: The impact of Internet on corporate communication. A case illustration to understand how to use the Internet as part of the overall strategy of a company. (Prof. Markus Venzin)
- Botturi, Luca: Seaway Tracker – An advanced navigation engine for educational applications. (Prof. Marco Colombetti)
- Bruzzone, Iris: Processi di selezione e criteri d'informazione per il cinema. (Prof. Renato Fiocca)
- Candeloro, Jean-Pierre: Docu-fiction. Convergence and contamination between documentary representation and fictional simulation. (Prof. Theo Mäusli)
- Chevrier, Philippe: Growth strategies of high-tech start-up companies. (Prof. Markus Venzin)
- D'Eramo, Esterina: Pubblicità per il tabacco: la guerra infinita. (Prof. Bertil Cottier)
- Dauwalder, Magali: Crossair la communication interne. (Prof. Renato Fiocca)
- Galdi, Loretta: La teoria dei campi culturali di Pierre Bourdieu. (Prof. Jaques Dubois)
- Giugliano, Arianna: Studio sui linguaggi dominanti di marchi e logotipi. Sistemi semiotici diversi e interagenti che concorrono a creare l'identità aziendale e alla diffusione di un'immagine positiva. (Prof.ssa Liana Nissim)
- Harbaugh, Alexander: Streaming media and corporate communication. (Prof. Markus Venzin)
- Imberti, Arianna: Caratteri e sfide del servizio pubblico televisivo: il caso della TSI (Prof. Giuseppe Richeri)
- Kluzer, Carlo: Organizzazione, cultura e comunicazione. Analisi della strategia comunicativa dell'esercito svizzero. (Prof. Giorgio Inzerilli)
- Lang, Michela: Immagine della polizia, soddisfazione dei cittadini per il servizio offerto: le PR consigliano. (Prof. Jean-Pierre Dauwalder)
- Lazzeri, Arianna: Online public relations and Marketing Nonprofit: is the Internet a worthy meeting place? (Prof. Markus Venzin)
- Leoni, Paola: Radio Fern, brevi onde di democrazia. (Prof. Theo Mäusli)
- Maggio, Francesca: Il modello della probabilità di elaborazione (ELM): manipolazione del percorso periferico attraverso alcune immagini di pubblicità a mezzo stampa. (Prof. Fabio Lorenzi-Cioldi)
- Massara, Marco: L'e-mail marketing e la comunicazione orientata al destinatario. La costruzione del rapporto tra gli interlocutori nel «messaggio di benvenuto». (Prof. Eddo Rigotti)
- Mombelli, Giovanni: La personalizzazione web. (Prof. Stefano Ceri)
- Panzeri, Laura: Radio svizzera di lingua italiana. Studio dei programmi radiofonici dedicati alle donne. (Prof. Theo Mäusli)
- Petazzi, Sara: Le strategie di involvement nell'interazione comunicativa. Definizione e applicazione a testi della comunicazione aziendale. (Prof. Eddo Rigotti)
- Piccini, Chiara: Knowledge Management: rappresentare la conoscenza delle organizzazioni. (Prof. Marco Colombetti)
- Prario, Benedetta: Il giornalismo online. La strategia de La Repubblica. (Prof. Giuseppe Richeri)
- Raouf, David: Il vantaggio competitivo portato dalla funzione di account planning nell'agenzia di pubblicità. (Prof. Renato Fiocca)
- Rega, Isabella: IT e Sviluppo. L'esempio di un cybercentre in Giamaica. (Prof. Giuseppe Richeri)
- Regazzoni, Graziano: La comunicazione di crisi nell'ambito pubblico di fronte ad un evento di grosse dimensioni. (Prof. Renato Fiocca)
- Regusci, Valentina: Le Olimpiadi come progetto di comunicazione televisiva globale. (Prof. Giuseppe Richeri)
- Soldati, Stefano: La teorizzazione semiotica sul teatro di Pirandello. (Prof.ssa Bobes Naves Maria del Carmen)

- Tarantino, Samantha: La pubblicità comparativa: effetti sui consumatori e sulle imprese. (Prof. Renato Fiocca)
- Torreggiani, Andrea: Storia delle radiocronache sportive in Ticino. (Prof. Theo Mäusli)
- Vala, Deborah: Cinema e realtà: un esame dei dispositivi di veridizione. (Prof. Francesco Casetti)
- Vincenzi, Raoul: Aziende in Internet: il caso e.Biscom. (Prof. Paolo Paolini)
- Zueger, Raffaele: Le valenze comunicative dell'annual report. (Prof.ssa Elisabetta Corvi)
- Laureati 2001**
- Antonietti, Corinne: Strategie di comunicazione nel riposizionamento di un marchio di lusso nel sistema moda. Caso Bally. (Prof. Ivan Snehota)
- Ayer, Martine: Strategie comunicative del talk show. Svizzera e paesi frontalieri a confronto. (Prof. Francesco Casetti)
- Balet, Benoît: Le téléviseur et l'ordinateur, deux écrans qui pourraient n'en faire plus qu'un. (Prof. Giuseppe Richeri)
- Bellicini, Nadia: Marketing e comunicazione non profit. Spunti di riflessione. (Prof. Renato Fiocca)
- Bellopede, Salvatore: Tipologia del reportage di viaggio. (Prof. Sergio Cigada)
- Bettelini, Stefano: Nuove forme di diffusione della musica. (Prof. Giuseppe Richeri)
- Bettoni, Daniela: La flessibilità come fattore critico di successo e la sua evoluzione in funzione del cambiamento dei mercati. Il caso Exten. (Prof. Angelo Provasoli)
- Bomio Amichi, Beatrice: Aiutare e comunicare. La dimensione comunicativa dell'aiuto. (Prof.ssa Francesca Rigotti)
- Brender, Sheila: Le componenti della corporate identity: il caso Credit Suisse Group. (Prof. Renato Fiocca)
- Bruhin, Sara: Ruolo e valore della marca nel commercio elettronico. (Prof. Renato Fiocca)
- Burkhardt, Mirilla: Riflessioni sulle modalità di comunicazione delle autorità svizzere in relazione alle organizzazioni che si oppongono in maniera radicale contro le tecnologie della life sciences. (Prof. Jean-Pierre Dauwalder)
- Campagiorni, Francesca: L'impatto comunicativo dei personaggi famosi e il loro diritto alla privacy. (Prof. Bertil Cottier)
- Campagna, Sophie: The future role of interactive advertising as part of the marketing mix. (Prof. Markus Venzin)
- Cavallo, Luca: L'informazione ufficiale in sede di scrutinio popolare. Il processo di formazione della volontà del popolo svizzero. (Prof. Bertil Cottier)
- Cecini, Giuseppe: Discriminazione razziale e Internet: aspetti giuridici. (Prof. Bertil Cottier)
- Ciliberti, Sandra: Il settore della cosmesi maschile: comunicazione e marketing. (Prof. Renato Fiocca)
- Colombo, Luisa: Il merchandising: il caso Manor. (Prof. Renato Fiocca)
- Compagnoni, Michele: Accelerating knowledge sharing through community Web-sites. Communities of practice supported by virtual reality: three dimensional groupware applications. (Prof. Markus Venzin)
- Danese, Elisa: Riorganizzazione della polizia cantonale ticinese: una proposta per una moderna gestione della comunicazione nel cambiamento. (Prof. Renato Fiocca)
- De Santis, Gianfranco: Tele-Vision. Dalla televisione digitale alla televisione via Internet: un problema per il mass media? (Dott. Gaetano Romano)
- Del Percio, Vittorio: Valutare la qualità dei siti Web: proposta di uno schema per una metrica. (Prof. Paolo Paolini)
- Dirlwanger, Rachel: Influence des différentes formes d'organisations sur la créativité: l'exemple Swatch. (Prof. Markus Venzin)
- Fluder, Larissa: Le imprese e la scelta tra globalizzazione e localizzazione della strategia pubblicitaria. (Prof. Renato Fiocca)
- Fovini, Mathieu: Comunità virtuali: da comunità di ricerca a strumento per le relazioni pubbliche. (Prof. Jean-Pierre Dauwalder)
- Fraschini, Margherita: L'immagine della donna nei settimanali femminili italiani, dal 1997 al 2000. (Prof.ssa Francesca Rigotti)
- Galli, Lisa: Paragone e iterazione in 2001: Odissea nello spazio di Stanley Kubrick e di Arthur C. Clarke. (Prof. Sergio Cigada)
- Gianettoni, Stefano: I diritti televisivi di esclusiva sportivi. Analisi giuridica ed economica del settore. (Prof. Bertil Cottier)
- Guarnieri, Nicola: La misurazione del sapere. Natura, aspetti e problematiche del sapere in relazione alla sua misurazione nella disciplina del knowledge management. (Prof. Markus Venzin)
- Guerra, Katia: La formazione continua come opportunità per pubblici poco formati. (Prof. Edo Poggia)
- Illia, Laura: Cyberattivismo e public relations strategy. Nuove dinamiche e regole relazionali. (Prof. Jean-Pierre Dauwalder)
- Iseppi, Clarissa: La valorizzazione dell'evento nella strategia di comunicazione di un'azienda. Il caso Cornèr. (Prof. Markus Venzin)
- Manzan, Alessio: Pubbliche relazioni e nuove tecnologie. La relazione elemento base per il trading online. Illustrazione del progetto E-investment Services Europe di Credit Suisse. (Prof. Jean-Pierre Dauwalder)
- Mariconda, Giovanni: La legislazione dell'Unione Europea in materia di pubblicità comparativa e la sua attuazione in Italia. (Prof. Bertil Cottier)
- Martinelli, Michel: Scienza e media: un esempio di tematizzazione della scienza attraverso il cinema. (Prof. Francesco Casetti)
- Mor, Daniela: Il rispetto della deontologia: la formazione e l'attività del giornalista. (Prof. Bertil Cottier)
- Mueller, Fabio: Linguaggi istituzionali e plurilinguismo. Il caso della Confederazione Svizzera. (Prof. Stefano Rolando)

