

SELEZIONE PUBBLICA MEDIANTE VALUTAZIONE COMPARATIVA PER IL RECLUTAMENTO DI UN RICERCATORE A TEMPO DETERMINATO AI SENSI ART. 24, COMMA 3, LETTERA B) L. 240/10 PER IL SETTORE CONCORSUALE 13/B2 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE, BANDITA CON D.R. N. 67 DEL 08/02/2022, IL CUI AVVISO È PUBBLICATO NELLA G.U. N. 15 DEL 22/02/2022

La Commissione giudicatrice, terminati i lavori della selezione in oggetto, formula la seguente

RELAZIONE FINALE

La Commissione giudicatrice, costituita in base al D.R. N. 429 del 05/05/2022, si è riunita in prima seduta il giorno 26.05.2022, alle ore 15.30, avvalendosi della piattaforma MTeams ed ha designato quale Presidente il Prof. Umberto Martini e quale Segretaria la Prof.ssa Maria Chiarvesio; in tale seduta ha preso atto dei criteri per la selezione dei candidati.

La Commissione giudicatrice si è riunita il giorno 06.06.2022 alle ore 10.00, avvalendosi della piattaforma MTeams per la valutazione preliminare comparativa; in tale seduta ha proceduto a prendere visione dei candidati ammessi e a esaminarne i titoli, i curricula e la produzione scientifica in conformità dei criteri di cui alla seduta preliminare. La Commissione ha quindi formulato per ciascun candidato un motivato giudizio analitico e, in seguito, ha effettuato la valutazione comparativa.

La prova di connessione con il candidato ammesso si è correttamente svolta il giorno 05.07.2022 alle ore 10.00 tramite la piattaforma MTeams, come da Verbale 2.

La Commissione giudicatrice si è riunita il giorno 07.07.2022 alle ore 9.45, ai sensi del Decreto Rettorale n. 344 del 11/04/2022 "Svolgimento delle procedure di reclutamento dei professori ordinari e associati e dei ricercatori a tempo determinato in modalità di videoconferenza" e delle relative Linee guida, per lo svolgimento della discussione pubblica dei titoli e della produzione scientifica dei candidati, avvalendosi della piattaforma MTeams.

La Commissione, dopo aver preso atto della rinuncia alla procedura concorsuale della candidata Lea Iaia, si collega sulla piattaforma con il candidato Francesco Raggiotto e illustra le modalità di svolgimento della prova. Accertata l'identità del candidato, procede con la discussione dei titoli e della produzione scientifica presentati dal medesimo. Terminata la discussione, la Commissione chiude il collegamento con il candidato e prosegue la riunione con cui attribuisce un punteggio ai titoli e a ciascuna delle pubblicazioni presentate dal candidato, nel limite fissato nella seduta preliminare.

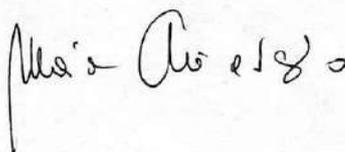
La Commissione, con deliberazione assunta all'unanimità dei componenti, dichiara vincitore della presente selezione il sottoindicato candidato:

Raggiotto Francesco – Punteggio: 74,4

Alla presente relazione finale sono annessi tutti gli allegati delle singole fasi della procedura, che ne fanno parte integrante.

Ciascun commissario attesta che il verbale da lui inviato è identico a quello degli altri commissari.

Prof. Umberto Martini - Presidente
Prof. Ivan Russo - Componente
Prof.ssa Maria Chiarvesio - Segretaria



VERBALI DELLA COMMISSIONE GIUDICATRICE DELLA SELEZIONE PUBBLICA MEDIANTE VALUTAZIONE COMPARATIVA PER IL RECLUTAMENTO DI UN RICERCATORE A TEMPO DETERMINATO AI SENSI ART. 24, COMMA 3, LETTERA B) L. 240/10 PER IL SETTORE CONCORSUALE 13/B2 ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E STATISTICHE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI UDINE, BANDITA CON D.R. N. 67 DEL 08/02/2022, IL CUI AVVISO È PUBBLICATO NELLA G.U. N. 15 DEL 22/02/2022

ALLEGATO 1) al Verbale 1

CRITERI DI VALUTAZIONE

La Commissione giudicatrice della selezione in oggetto prende atto dei criteri di valutazione previsti dal bando.

La selezione avviene mediante valutazione preliminare dei candidati con motivato giudizio analitico sui titoli, sul curriculum e sulla produzione scientifica, ivi compresa la tesi di dottorato.

La commissione giudicatrice effettua una motivata valutazione seguita da una valutazione comparativa, facendo riferimento allo specifico settore concorsuale e al profilo eventualmente indicato nell' art. 1 del bando, del curriculum e dei seguenti titoli, debitamente documentati, dei candidati:

- a) dottorato di ricerca o equipollenti conseguito in Italia all'estero;
- b) eventuale attività didattica a livello universitario in Italia o all'estero;
- c) documentata attività di formazione o di ricerca presso qualificati istituti italiani o stranieri;
- d) organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, o partecipazione agli stessi;
- e) relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali;
- f) premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca.

La valutazione di ciascun titolo è effettuata considerando specificamente la significatività che esso assume in ordine alla qualità e quantità dell'attività di ricerca svolta dal singolo candidato.

La commissione giudicatrice effettua la valutazione comparativa delle pubblicazioni di cui all'art. 4 del bando sulla base dei seguenti criteri:

- a) originalità, innovatività, rigore metodologico e rilevanza di ciascuna pubblicazione scientifica;
- b) congruenza di ciascuna pubblicazione con il settore concorsuale per il quale è bandita la procedura e col profilo eventualmente indicato nell' art. 1 del bando, ovvero con tematiche interdisciplinari ad essi correlate;
- c) rilevanza scientifica della collocazione editoriale di ciascuna pubblicazione e sua diffusione all'interno della comunità scientifica;
- d) determinazione analitica, anche sulla base di criteri riconosciuti nella comunità scientifica internazionale di riferimento, dell'apporto individuale del candidato nel caso di partecipazione del medesimo a lavori in collaborazione.

La Commissione precisa che il settore concorsuale non è bibliometrico, pertanto l'eventuale utilizzo di indicatori bibliometrici avverrà a supporto della valutazione della rilevanza della collocazione editoriale delle pubblicazioni.

La commissione giudicatrice valuta altresì la consistenza complessiva della produzione scientifica del candidato, l'intensità e la continuità temporale della stessa, fatti salvi i periodi, adeguatamente documentati, di allontanamento non volontario dall'attività di ricerca, con particolare riferimento alle funzioni genitoriali.

La commissione prende atto che il bando prevede che i candidati possano presentare le pubblicazioni nel numero massimo di dodici.

Qualora il candidato presenti un numero di pubblicazioni superiore al limite indicato, la commissione giudicatrice procederà alla valutazione delle stesse in numero pari al limite di cui sopra e nell'ordine riportato nell' "Elenco delle pubblicazioni presentate" dal candidato. Nel caso in cui il candidato non presenti tale elenco, in numero pari al limite di cui sopra, prendendo in considerazione le più recenti come data di pubblicazione.

A seguito della valutazione preliminare i candidati comparativamente più meritevoli, in regola con i requisiti di cui all'art. 2, primo comma, del bando, e con gli eventuali requisiti ulteriori indicati nel medesimo articolo, saranno ammessi, in misura compresa tra il 10 e il 20 per cento del numero degli stessi e comunque non

Me

inferiore a sei unità, alla discussione pubblica con la commissione dei titoli e della produzione scientifica. Saranno tutti ammessi alla discussione qualora il loro numero sia pari o inferiore a sei.

L'esito della valutazione preliminare verrà pubblicato all'Albo on-line di Ateneo e nel sito web dell'Ateneo.

Contestualmente alla discussione dei titoli e delle pubblicazioni la commissione accerterà, con apposita prova orale, la adeguata conoscenza della lingua inglese.

A seguito della discussione la commissione giudicatrice attribuirà un punteggio ai titoli e a ciascuna delle pubblicazioni presentate dai candidati ammessi.

Il punteggio massimo attribuibile a titoli e pubblicazioni è pari a 100 ed è così ripartito:

- titoli: 50 punti
- pubblicazioni: 50 punti, di cui:
 - 48 punti per la valutazione delle pubblicazioni (max 4 punti per pubblicazione);
 - 2 punti riservati alla consistenza complessiva della produzione scientifica.

Prof. Umberto Martini - Presidente
Prof. Ivan Russo - Componente
Prof.ssa Maria Chiarvesio - Segretaria



ALLEGATO A al Verbale 2
Valutazione dei titoli, del curriculum e della produzione scientifica

- **Candidato: IAIA Lea**

Tipologie di titoli	Titoli presentati dal candidato e valutati
Dottorato di ricerca o equipollenti, conseguito in Italia o all'estero	Dottorato di ricerca in Economia aziendale - Università del Salento (XXVII ciclo - 2016)
Eventuale attività didattica a livello universitario in Italia o all'estero	<ul style="list-style-type: none"> - Insegnamento di Digital Marketing Principles - LM in Digital Marketing - Università di Chieti-Pescara (dal 2019) - Insegnamento di Advanced market research - Scuola di Dottorato del Dipartimento di Economia Aziendale in Accounting, Management and Business Economics (Università di Chieti-Pescara) (dal 2018) - Coordinatrice Master I livello "Hospitality Management e Gestione delle Strutture ricettive" - Università telematica L. da Vinci (dal 2020) - Componente del Collegio dei docenti del XXXV, XXXVI e XXXVII ciclo della Scuola di Dottorato del Dipartimento di Economia Aziendale in Accounting, Management and Business Economics - Università di Chieti-Pescara - Insegnamento Introduzione e fondamenti di Marketing & sales - Master I livello Hospitality Management e Gestione delle Strutture ricettive - Università telematica L. da Vinci (2020) - Insegnamento Tourism Digital Marketing I - ITS Iota Sviluppo Puglia (2020) - Insegnamento di Economia e gestione delle imprese design oriented - Corso di Laurea Triennale in Design - Dipartimento di architettura - Università di Chieti-Pescara (2017-2019) - Attività di tutorato didattico - Università di Bari sede di Taranto (2016) - Tutorato didattico TFA e PAS Università del Salento (2014 e 2015) - Laboratorio di E-tourism Master Marketing management dei servizi turistici - Università del Salento
Documentata attività di formazione o di ricerca presso qualificati istituti italiani o stranieri	<ul style="list-style-type: none"> - Visiting researcher presso Università di Nicosia (Cipro) - Winterschool of Placetelling, Dipartimento di Storia, Società e Studi Corso di Laurea in Lettere, Università del Salento e Centro Universitario Europeo per i Beni Culturali (2017) - Scuola di Metodologia della Ricerca Italiana Marketing (2013)
Organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, o partecipazione agli stessi	<ul style="list-style-type: none"> - Borsa di ricerca Bando Ritorno al Futuro della Regione Puglia - progetto e-Win Tour (e-Branding for Wine Tourism) con FIRM Srl Spin off del Salento e il Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento (09.2010-09.2011) - Tourism Group Research Interest Committee Euromed Research Business Institute (componente dal 2014) - Gruppo di ricerca Imagine Unisalento (componente - 2012-2018) - Progetto Autoctonie - Confindustria Chieti-Pescara e Università Chieti-Pescara (componente 11.2018-11.2019) - Progetto La diffusione della conoscenza nei territori del web - Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento (incarico di ricerca 05-10.2017) - Progetto EMOTION Regione Puglia (ricerca industriale su bando - 01-11.2017) - Progetto I turismi di Puglia - Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento (incarico di ricerca 05-10.2017) - Progetto PON Università del Salento (02-05.2015) - Progetto Ewine - Università del Salento (07-12.2014) - Progetto Win - Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento (incarico di ricerca 05-06.2013) - Progetto Interreg- Dipartimento di Scienze dell'Economia Università del Salento (incarico di ricerca 05.2012-03.2013)
Relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali	Relatrice a 25 conferenze, di cui metà internazionali (in prevalenza Emab), dal 2012. Ha partecipato all'organizzazione di alcuni convegni.
Premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca	<ul style="list-style-type: none"> - Conference Best Session Chair Award, 13th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business (EMAB), online, 9th and 10th September 2020 - Emerald's Literati Awards for excellence (2019) - Fellow e associate fellow dell'Euromed Academy of Business (dal 2019) - Selected paper rivista Sinergie (2012)

me

Pubblicazioni presentate dal candidato e valutate:
1. Iaia L. (2019), Management 4.0: processi digitali e creazione di valore, Giappichelli
2. De Luca F., Iaia L., Mehmood A., Vrontis D. (2022), Can social media improve stakeholder engagement and communication of Sustainable Development Goals? A cross-country analysis", Technological Forecasting and Social Change, 177, April
3. Leonelli, S., Iaia, L., Masciarelli, F. and Vrontis, D. (2022), Keep dreaming: how personality traits affects the recognition and exploitation of entrepreneurial opportunities in the agritourism industry", British Food Journal, ahead of print
4. Christofi M., Iaia L., Marchesani F., Masciarelli F. (2021), Marketing innovation and internationalization in smart city development: A systematic review, framework and research agenda, International Marketing Review, 38,5
5. Iazzi, A., Pizzi, S., Iaia, L., Turco M. (2020), Communicating the stakeholder engagement process: a cross-country analysis in the tourism sector, Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27,4
6. Quaglione D., Crociata A., Agovino M., Iaia L. (2020), Cultural capital and the purchase of tourism service online, Annals of Tourism Research, 80
7. Christofi M., Thrassou A., Chebbi H., Ahmed Z., Grandhi B., Iaia L. (2019), CRM campaigns with choice for enhanced business process performance: The collectivist customers' collaborative role for positive word-of-mouth, Business Process Management Journal, 26,5.
8. Iaia L., Vrontis D., Fait M., Maizza A., Cavallo F., Scorrano P. (2019), Family businesses, corporate social responsibility, and websites: The strategies of Italian wine firms in talking to stakeholders, British Food Journal, 121,7
9. Scorrano P., Fait M., Iaia L., Rosato P. (2018), The image attributes of a destination: an analysis of the wine tourists' perception, EuroMed Journal of Business, 13, 3
10. Iaia L., Scorrano P., Fait M., Cavallo F. (2017), Wine family businesses and web marketing strategies to compete effectively, British Food Journal, 119,11
11. Iaia L., Maizza A., Fait M., Scorrano P. (2016), Origin based agro-food products: how to communicate their experiential value online?. British Food Journal, 118,8
12. Za S., Ceci F., Masciarelli F., Iaia L. (2021), "Exploring the effects of Social Value on Social Network Dependence" in Metallo et al., Transformation and Human Behavior - Innovation for People and Organisations. LNISO, volume 37, Springer

Giudizio collegiale:

La commissione esprime il seguente giudizio analitico sui titoli, sul curriculum, sulle pubblicazioni presentate dal candidato nonché sulla consistenza complessiva della produzione scientifica, in base a quanto stabilito nei "Criteri di valutazione" di cui all'allegato 1 al verbale 1:

Lea Iaia ha conseguito il Dottorato di ricerca in Economia aziendale presso l'Università del Salento nel 2016. Attualmente è ricercatrice a tempo determinato di tipo A di Economia e gestione delle imprese presso l'Università degli studi di Chieti-Pescara. Attualmente è visiting researcher presso l'Università di Nicosia (Cipro). Ha conseguito l'abilitazione scientifica nazionale a professore di seconda fascia per il settore oggetto del concorso.

L'attività di ricerca prevalente è centrata sui temi del marketing e della comunicazione, in particolare digitale e nel settore turistico e filiere collegate.

Ha ricevuto alcuni incarichi di ricerca, prevalentemente presso l'Università del Salento, in alcuni casi anche in collaborazione con soggetti esterni. E' componente del Tourism Group Research Interest Committee dell'Euromed Research Business Institute.

Ha esperienza didattica in corsi di laurea triennale, magistrale, dottorato e Master, anche in lingua inglese. E' coordinatrice di un Master di I livello presso l'Università telematica L.Da Vinci.

Presenta una intensa partecipazione a conferenze, anche internazionali, in prevalenza Emab, sui temi oggetto di studio.

Complessivamente la produzione scientifica è abbastanza intensa, con alcuni lavori di maggiore rilievo; ha ricevuto alcuni riconoscimenti, in particolare uno come best paper.

Presenta per la valutazione 12 pubblicazioni scientifiche, di cui 10 articoli in riviste internazionali (9 pubblicazioni in fascia A secondo la classificazione Anvur), 1 capitolo di libro in un volume di editore internazionale e 1 monografia in lingua italiana. Tutte le pubblicazioni sono coerenti con il settore oggetto del concorso e hanno un sufficiente livello di originalità e rigore; le pubblicazioni, inoltre, hanno una collocazione editoriale perlopiù discreta (rispetto al ranking ABS, 1 lavoro è collocato in ranking ABS 4, 2 in ABS 3, 1 in ABS 2, 6 in ABS 1), presentando complessivamente un quadro discreto della candidata dal punto di vista della produzione scientifica.

Candidato: RAGGIOTTO Francesco

Tipologie di titoli	Titoli presentati dal candidato e valutati
Dottorato di ricerca o equipollenti, conseguito in Italia o all'estero	Dottorato di ricerca in Scienze manageriali e attuariali Università di Udine (with honors – 2019)
Eventuale attività didattica a livello universitario in Italia o all'estero	<ul style="list-style-type: none"> - Adjunct professor - Executive Programme in Marketing&Sales - Master in Marketing Management - Luiss Business School (dal 2021) - Modulo Consumer Behaviour - PhD Accounting and Management Università di Udine e Verona (2022) - Modulo di Economia e gestione delle imprese - Corso di laurea triennale - Università di Udine (dal 2015) - Corso di Marketing dei servizi finanziari - Laurea in Banca e Finanza - Università di Udine (dal 2021) - Corso di Economia a gestione delle imprese - Laurea in Scienze e tecniche del turismo culturale - Università di Udine (dal 2020) - Corso in Marketing dei servizi pubblici - Laurea magistrale in Economia aziendale - Università di Udine (2019-2020) - Corso Project Management - South Champagne Business School, Troyes (2019-2020) - Laboratorio di Marketing del Turismo culturale - Università di Udine (2017) - Member scientific committee - Master in Multimedia Design and Management for Entertainment and culture - Università di Udine (2022)
Documentata attività di formazione o di ricerca presso qualificati istituti italiani o stranieri	<ul style="list-style-type: none"> - Assegno di ricerca annuale presso l'Università di Udine (2019-2020) - Visiting scholar Jonkoping University Business School, Center for Family Business Studies, Sweden, second semester 2019 - Visiting scholar Jonkoping University Business School, Center for Family Business Studies, Sweden, first semester 2018
Organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, o partecipazione agli stessi	<ul style="list-style-type: none"> - Post-doc Research Scholarship - Progetto "Modelli di imprenditorialità nel settore turistico" (2019) - Osservatorio Turismo e territorio - Università degli studi di Udine - Post-doc Research Scholarship - Progetto "Analisi economico-statistica del turismo sportivo in Friuli Venezia Giulia" (2018) - Osservatorio Turismo e territorio - Università degli studi di Udine - Progetto di ricerca "Customer experience in Services" - Università di Udine, Lean Experience Factory, McKinsey&Co, Confindustria Alto Adriatico (PI - dal 2021) - Progetto di ricerca "Studio sulle dinamiche economiche, finanziarie e manageriali delle imprese del comparto prosciutti DOP" - Università di Udine e Consorzio del prosciutto di San Daniele (partecipazione - dal 2019) - Progetto di ricerca "Gender funding discriminaton in academic spin-offs: a signaling effect approach" - Università di Udine, progetto dipartimentale (partecipazione - 2018-2019)
Relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali	Relatore a 12 conferenze, di cui 4 internazionali (dal 2016).
Premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca	<ul style="list-style-type: none"> - Best PhD Thesis Award - Società Italiana Marketing (Second place - first and second place awarded – 2019) - Best Paper award Australasian Marketing Journal (2018) - Pericles Lytras Best paper award TOURMAN (Tourism Management Conference) (2018) - Best Conference paper Award 10th International conference IIOAC (2017) - Selected paper award XXVIII Sinergie annual conference (2016)

Pubblicazioni presentate dal candidato e valutate:
1. Raggiotto F. (2020), Consuming Extreme Sports. Psychological Drivers and Consumer Behaviours of Extreme Athlets, Palgrave Macmillan
2. Massara F., Raggiotto F., Voss W.G. (2021), Unpacking the privacy paradox of consumers: A Psychological perspective. Psychology & Marketing, 18, 10
3. Raggiotto F., Scarpi D. (2021), This must be the place: A destination-loyalty model for extreme sporting events, Tourism Management, 83
4. Raggiotto F., Scarpi D. (2020), Living on the edge: Psychological drivers of athletes' intention to re-patronage extreme sporting events, Sport Management Review, 23, 2.
5. Raggiotto F., Scarpi D., Moretti A. (2020), Advertising on the edge: appeal effectiveness when advertising in extreme sports, International Journal of Advertising, 39,5
6. Raggiotto F., Scarpi D., Mason M. C. (2019), Faster! More! Better! Drivers of upgrading among participants in extreme sports events, Journal of Business Research, 102

ME

7. Scarpi D., Pizzi G., Raggiotto F. (2019), The extraordinary attraction of being ordinary: A moderated mediation model of purchase for prototypical products, <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 49
8. Scarpi D., Mason M., Raggiotto F. (2019), To Rome with love: A moderated mediation model in Roman heritage consumption, <i>Tourism Management</i> , 71
9. Scarpi D., Pizzi G., Raggiotto F., Mason M. (2018), A qualitative comparative analysis (QCA) of satisfaction toward extreme sporting Events. <i>Australasian Marketing Journal (AMJ)</i> , 26,4.
10. Raggiotto F., Mason M.C., Moretti A. (2018), Religiosity, materialism, consumer environmental predisposition. Some insights on vegan purchasing intentions in Italy, <i>International Journal of Consumer Studies</i> , 42,6.
11. Shamah R. A. M., Mason M. C., Moretti A., Raggiotto F. (2018), Investigating the antecedents of African fast food customers' loyalty: A self-congruity perspective. <i>Journal of Business Research</i> , 86
12. Raggiotto F., Risk is my business. Determinants of revisit intentions among participants in extreme sporting events, <i>Mercati e competitività</i> , 2

Giudizio collegiale:

La commissione esprime il seguente giudizio analitico sui titoli, sul curriculum, sulle pubblicazioni presentate dal candidato nonché sulla consistenza complessiva della produzione scientifica, in base a quanto stabilito nei "Criteri di valutazione" di cui all'allegato 1 al verbale 1:

Francesco Raggiotto ha conseguito nel 2019 il Dottorato di ricerca in Scienze manageriali e attuariali (with honors) presso l'Università di Udine, dove oggi è ricercatore a tempo determinato di tipo A di Economia e gestione delle imprese e dove, in precedenza, ha svolto attività post-doc come assegnista di ricerca. Ha conseguito l'abilitazione scientifica nazionale a professore di seconda fascia per il settore oggetto del concorso. Ha svolto due periodi di studio e formazione all'estero, come visiting scholar presso la Jonkoping University Business School in Svezia.

I temi di ricerca prevalenti si concentrano sul consumer behavior, sul marketing del turismo e il marketing dello sport. Ha partecipato ad alcuni progetti di ricerca presso l'Università di Udine, anche in collaborazione con soggetti esterni.

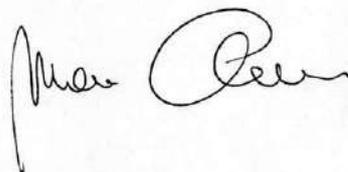
Ha esperienza didattica in corsi di laurea triennale, magistrale, dottorato e Master, con anche una esperienza di didattica internazionale.

Presenta una buona partecipazione a conferenze, anche internazionali sui temi oggetto di studio.

Complessivamente la produzione scientifica è intensa e di rilievo, in considerazione anche dell'età accademica, e ha ricevuto premi e riconoscimenti, in particolare tre premi come best paper.

Presenta per la valutazione 12 pubblicazioni scientifiche, di cui 10 articoli in riviste internazionali (8 pubblicazioni sono in fascia A secondo la classificazione Anvur), 1 articolo in rivista nazionale e 1 monografia in lingua inglese, con rinomato editore internazionale. Tutte le pubblicazioni sono coerenti con il settore oggetto del concorso e hanno un ottimo livello di originalità e rigore, con una attenzione particolare al tema degli sport estremi; le pubblicazioni hanno, inoltre, una collocazione editoriale molto buona (rispetto al ranking ABS, 2 lavori sono collocati in ranking ABS 4, 3 in ABS 3, 4 in ABS 2, 1 in ABS 1), presentando complessivamente un quadro ottimo del candidato dal punto di vista della produzione scientifica.

Prof. Umberto Martini - Presidente
 Prof. Ivan Russo - Componente
 Prof.ssa Maria Chiarvesio - Segretaria



ALLEGATO B al Verbale 2
Valutazione comparativa

Candidato: IAIA Lea

Lea Iaia presenta titoli e curriculum coerenti con la presente procedura concorsuale, con una buona esperienza didattica in termini di estensione temporale, varietà e tipologia dei corsi tenuti. Ha una sufficiente esperienza in progetti di ricerca, prevalentemente locali.

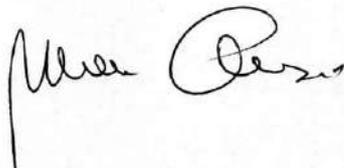
Presenta una produzione scientifica caratterizzata da continuità e abbastanza intensa; è inoltre coerente con il settore concorsuale; i lavori presentano un sufficiente livello di originalità e rigore, con una collocazione editoriale apprezzabile, per quanto meno rilevante dal punto di vista della valutazione comparativa.

Candidato: RAGGIOTTO Francesco

Francesco Raggiotto presenta titoli e curriculum coerenti con la presente procedura concorsuale, con una buona esperienza didattica in termini di varietà e tipologia dei corsi tenuti. Ha una sufficiente esperienza in progetti di ricerca, prevalentemente locali.

Presenta una produzione scientifica continua, intensa e coerente con il settore; i lavori presentano una collocazione editoriale e un ottimo livello di originalità e rigore, che portano a dare un giudizio migliore anche rispetto alla valutazione comparativa.

Prof. Umberto Martini - Presidente
Prof. Ivan Russo - Componente
Prof.ssa Maria Chiarvesio - Segretaria



ALLEGATO A al Verbale 3
Punteggi

- Candidato: *Raggiotto Francesco*

Titoli	punti	36,9
Publicazioni (riportare gli estremi di ciascuna pubblicazione valutata)		
1. Raggiotto F. (2020), Consuming Extreme Sports. Psychological Drivers and Consumer Behaviours of Extreme Athletes, Palgrave Macmillan	punti	2,9
2. Massara F., Raggiotto F., Voss W.G. (2021), Unpacking the privacy paradox of consumers: A Psychological perspective. Psychology & Marketing, 18, 10	punti	3,6
3. Raggiotto F., Scarpi D. (2021), This must be the place: A destination-loyalty model for extreme sporting events, Tourism Management, 83	punti	3,6
4. Raggiotto F., Scarpi D. (2020), Living on the edge: Psychological drivers of athletes' intention to re-patronage extreme sporting events, Sport Management Review, 23, 2.	punti	3,2
5. Raggiotto F., Scarpi D., Moretti A. (2020), Advertising on the edge: appeal effectiveness when advertising in extreme sports, International Journal of Advertising, 39,5	punti	2,8
6. Raggiotto F., Scarpi D., Mason M. C. (2019), Faster! More! Better! Drivers of upgrading among participants in extreme sports events, Journal of Business Research, 102	punti	3,3
7. Scarpi D., Pizzi G., Raggiotto F. (2019), The extraordinary attraction of being ordinary: A moderated mediation model of purchase for prototypical products, Journal of Retailing and Consumer Services, 49	punti	3,2
8. Scarpi D., Mason M., Raggiotto F. (2019), To Rome with love: A moderated mediation model in Roman heritage consumption, Tourism Management, 71	punti	3,1
9. Scarpi D., Pizzi G., Raggiotto F., Mason M. (2018), A qualitative comparative analysis (QCA) of satisfaction toward extreme sporting Events. Australasian Marketing Journal (AMJ), 26,4.	punti	2,2
10. Raggiotto F., Mason M.C., Moretti A. (2018), Religiosity, materialism, consumer environmental predisposition. Some insights on vegan purchasing intentions in Italy, International Journal of Consumer Studies, 42,6.	punti	2,4
11. Shamah R. A. M., Mason M. C., Moretti A., Raggiotto F. (2018), Investigating the antecedents of African fast food customers' loyalty: A self-congruity perspective. Journal of Business Research, 86	punti	2,8
12. Raggiotto F., Risk is my business. Determinants of revisit intentions among participants in extreme sporting events, Mercati e competitività, 2	punti	2,4
Consistenza complessiva della produzione scientifica	punti	2
Totale pubblicazioni	punti	37,5
TOTALE	PUNTI	74,4
Adeguata conoscenza lingua straniera	SI	

Prof. Umberto Martini - Presidente
Prof. Ivan Russo - Componente
Prof.ssa Maria Chiarvesio - Segretaria

