

**PROCEDURA DI SELEZIONE PER LA COPERTURA DI UN POSTO DI PROFESSORE UNIVERSITARIO DI RUOLO DI SECONDA FASCIA DA COPRIRE MEDIANTE CHIAMATA AI SENSI DELL'ART. 18, COMMA 1 DELLA LEGGE 30 DICEMBRE 2010 N. 240, SETTORE CONCORSUALE 14/C2, SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE SP/08 PRESSO LA FACOLTA' DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI PUBBLICHE E PUBBLICITA' DELLA LIBERA UNIVERSITA' DI LINGUE E COMUNICAZIONE IULM, BANDITA CON D.R. N. 18448 IN DATA 19 FEBBRAIO 2019 PUBBLICATA SULLA G.U. IV S.S. CONCORSI ED ESAMI N. 18 DEL 5 MARZO 2019**

**VERBALE N. 3**

Il giorno 15 maggio 2019, alle ore 10.00 si riunisce, presso la Sala Riunioni dell'Ufficio Affari Istituzionali dell'Università IULM, la Commissione giudicatrice della procedura di selezione per la copertura di un posto di professore universitario di ruolo di seconda fascia presso la Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità, Settore Concorsuale 14/C2, Settore Scientifico Disciplinare SPS/08, nominata dal Rettore dell'Università IULM in data 9 aprile 2019 con Decreto n. 18519.

Sono presenti i Professori

Roberta PALTRINIERI      Presidente  
Guido GILI                      Componente  
Vanni CODELUPPI              Segretario

La Commissione prende atto che è intervenuta la rinuncia della candidata Mariagrazia Santagati, in data 14 maggio 2019, protocollata in pari data, prot. n. 2024. Copia della rinuncia è allegata al presente verbale. 13 gm 14 maggio 2019 gm

La Commissione, assodato che l'ufficio amministrativo responsabile del procedimento ha verificato l'autenticità della comunicazione di rinuncia, stabilisce di non procedere alla valutazione di tale candidatura.

La Commissione, accertato che i criteri sono stati resi pubblici sul Portale di Ateneo per oltre sette giorni, constata che hanno presentato domanda i candidati:

BORDONI Carlo	• Abilitazione Scientifica Nazionale professore II fascia SC 14/C3
CAVALLO Marino	• Abilitazione Scientifica Nazionale professore II fascia SC 14/C2
PEDRONI Marco Luca	• Dal 28/03/2017 professore II fascia SPS/08 Università eCampus • Abilitazione Scientifica Nazionale professore II fascia SC 14/C2
POLESANA Maria Angela	• dal 21/04/2010 al 20/04/2016 Ricercatore a tempo determinato art. 1 co. 14 L. 230/2005 • Abilitazione Scientifica Nazionale professore II fascia SC 14/C2

eke

La Commissione procede quindi ad esaminare la documentazione che i candidati hanno inviato al fine di procedere alla valutazione scientifico-didattica mediante l'esame delle pubblicazioni scientifiche, del curriculum, dell'attività didattica e dei titoli presentati rilevando quanto segue. Po

BORDONI Carlo

Il candidato Carlo Bordoni ha sviluppato un'attività didattica e di ricerca che si è concentrata principalmente su tematiche appartenenti agli ambiti della sociologia generale, della sociologia politica e della sociologia della comunicazione.

Per quanto riguarda la formazione, il candidato non possiede un titolo di dottore di ricerca. Ha conseguito invece nel 2018 l'abilitazione scientifica nazionale per la seconda fascia e per il Settore concorsuale 14/C3 *Sociologia dei fenomeni politici e giuridici*.

Come docente a contratto, ha portato avanti un'attività didattica continuativa a partire dall'AA 1982-1983 presso corsi di laurea di varie università italiane, tenendo corsi soprattutto nelle aree della sociologia dei media, della sociologia dei processi culturali e della sociologia della letteratura.

È stato Direttore dal 1990 al 2003 dell'Accademia di Belle Arti di Carrara, dove è stato anche docente di Teoria e metodo dei mass media e di Estetica.

Nel curriculum il candidato non dichiara di aver partecipato a progetti di ricerca, né di essere in comitati scientifici ed editoriali o di aver partecipato in qualità di relatore a convegni.

Il candidato inoltre non ha dichiarato l'insieme delle sue pubblicazioni. Quelle selezionate per la presente valutazione sono relative soprattutto alle aree della sociologia generale, della sociologia politica e della sociologia della comunicazione.

Alla luce dei titoli forniti dal candidato, non è possibile sviluppare una valutazione in merito a tutta la sua attività di ricerca.

Le pubblicazioni presentate dimostrano comunque una buona conoscenza dei vari approcci metodologici, un buon livello di originalità e una discreta capacità di collocare le pubblicazioni presso editori rilevanti sul piano scientifico.

Si tratta di pubblicazioni che evidenziano la varietà degli interessi di ricerca del candidato, ma al cui interno soltanto l'ultima presentata (*Società digitali. Mutamento culturale e nuovi media*) può essere pienamente ricondotta direttamente all'ambito del Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* e del Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.

In conclusione, il candidato mostra di avere sviluppato delle attività didattiche e di ricerca scientifica di buon livello, ma poco pertinenti con le funzioni richieste dal bando dell'Università IULM, focalizzate sull'analisi della pubblicità, considerata sia dal punto di vista linguistico, che da quelli della sociologia dei consumi e delle strategie aziendali. Il candidato inoltre non fornisce elementi utili al fine di valutare, come richiesto ancora dal bando, le sue capacità di sviluppare e consolidare rapporti con gruppi di ricerca internazionali e nazionali.

CAVALLO Marino

Il candidato Marino Cavallo, nel corso della sua attività didattica e di ricerca, si è occupato principalmente di economia e consumo sostenibile e di responsabilità sociale d'impresa, ma anche di comunicazione pubblica, teorie della comunicazione e vari linguaggi mediatici.

Per quanto riguarda la formazione, il candidato non possiede un titolo di dottore di ricerca. È in possesso invece dell'abilitazione scientifica nazionale per la seconda fascia e per il Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.

Come docente a contratto, ha portato avanti un'attività didattica continuativa a partire dall'AA 2002-2003 presso master e corsi di laurea di varie università italiane, tenendo corsi soprattutto nelle aree della sociologia della comunicazione, della comunicazione organizzativa, della progettazione della professionalità e del marketing territoriale.

Ha lavorato a vari progetti di ricerca (dei quali in vari casi è stato coordinatore, da solo o con altri), finanziati da programmi europei di cooperazione, ricerca e sviluppo e in gran parte commissionati da soggetti istituzionali o universitari italiani. Tra tali progetti, sono stati portati a termine negli ultimi anni i seguenti:

- 2007: *Analisi degli ambiti produttivi della provincia di Bologna*, commissionata da IEFE Istituto di Economia e Politica dell'Energia e dell'Ambiente, dell'Università Bocconi, della Provincia di Bologna e della Regione Emilia-Romagna;

- 2007: *L'università telematica e i fabbisogni formativi delle imprese*, commissionata da Regione Emilia-Romagna, Ministero del Lavoro, Fondo Sociale Europeo, IAL, Cisl Emilia-Romagna;

- 2012: *Ecomarketing to Promote Ecoindustrial Parks Innovative Service Guidelines*, Bologna, Brussels, Valencia;

- 2012: *Sustainable Industrial Areas Benchmarking*, Bologna, Brussels, Lubiana;

- 2013: *Promoting Corporate Social Responsibility. Trends in the Region of Extremadura*, Badajoz (SP);

- 2017: *Study on Drivers and Fears of Society for Crowdfunding*, Bologna, Vienna.

Collabora alle attività internazionali del Centro di Ricerca IMODEV (Institut du Monde et du Développement pour la Bonne Gouvernance Publique) di Parigi e fa parte del Consiglio scientifico internazionale di tale Centro.

È componente del Consiglio scientifico internazionale de *La Revue Internationale des Gouvernements Ouverts (International Journal of Open Government)* e del consiglio scientifico internazionale de *La Revue Internationale de Droit des données et du Numérique (International Journal of Digital and Data Law)*. È stato componente del Comitato editoriale della *Rivista Italiana di Comunicazione Pubblica* ed attualmente è *referee* per riviste scientifiche del gruppo editoriale Elsevier.

Ha partecipato in qualità di relatore a numerosi convegni in Italia e all'estero a partire dal 2002.

Le pubblicazioni presentate per la presente valutazione sono relative soprattutto alle aree del consumo sostenibile e della responsabilità sociale d'impresa, ma anche della comunicazione pubblica, delle teorie della comunicazione e dei media digitali. L'attività di ricerca del candidato si è sviluppata in maniera continuativa, sebbene su temi estremamente differenti tra loro. Ha dimostrato comunque una buona conoscenza dei vari approcci metodologici, un buon livello di originalità e una discreta capacità di collocare le pubblicazioni presso editori rilevanti sul piano scientifico.

Per quanto riguarda l'apporto individuale nei lavori in collaborazione, va rilevato che le 12 pubblicazioni presentate dal candidato evidenziano spesso dei problemi da questo punto di vista. In particolare, è stato riscontrato quanto segue:

1. M. Cavallo, M. Marchettini, S. Pedrini, *Lo swing delle città*, Bologna, Clueb, 2018: si tratta di un rapporto di ricerca e non è rilevabile l'apporto del candidato;

2. M. Cavallo, *Progettare e promuovere e-services*, Milano, Angeli, 2016: si tratta di una monografia sul particolare tema dei servizi che possono essere offerti nell'ambito dell'economia digitale;

3. M. Caroli, M. Cavallo, A. Valentino, *Eco Industrial Park. A green and place marketing approach*, Roma, Luiss Edizioni, 2015: si tratta di una curatela in inglese in cui un solo contributo di 10 pagine sul marketing territoriale e ambientale è attribuibile con certezza al candidato;

4. M. Cavallo, P. Parmiggiani, *Macro Benchmarking Study. Practices in Promoting Sustainability in the Small and Medium Enterprises and Existing Gaps*, Milano, Angeli, 2013: si tratta di una monografia in inglese sull'economia sostenibile pubblicata da un editore italiano, e firmata insieme a P. Parmiggiani, in cui il candidato ha scritto i capp. e i parr. 2, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5;

5. M. Cavallo, *Oltre la società della comunicazione*, Milano, Angeli, 2012: si tratta di un testo sulle principali teorie della sociologia della comunicazione;

6. M. Cavallo, F. Spadoni, *I social network. Come internet cambia la comunicazione*, Angeli, 2010: si tratta di una monografia sui social network firmata insieme a F. Spadoni e in cui non è rilevabile l'apporto del candidato;
7. M. Cavallo, R. Cariani, *Produzione ecologica e consumo responsabile*, Milano, Angeli, 2009: si tratta di una curatela sull'economia e il consumo sostenibile in cui non è rilevabile l'apporto del candidato;
8. M. Cavallo, *La comunicazione pubblica tra nuovi media e globalizzazione*, Milano, Angeli, 2005: si tratta di una monografia sulla comunicazione pubblica;
9. M. Cavallo (eds), *Sustainable Consumption and Production in the Mediterranean Area*, Bologna, BUP-Bononia University Press, 2014: si tratta di una curatela in inglese pubblicata da un editore italiano (in particolare di un rapporto di ricerca) in cui non è rilevabile l'apporto del candidato;
10. M. Cavallo, P. Degli Esposti, K. Kostantinou, *Handbook of Green Communication and marketing*, Milano – Salonicco, Angeli, 2012: si tratta di una curatela in inglese in cui un solo contributo di 15 pagine sul marketing territoriale e ambientale è attribuibile con certezza al candidato;
11. M. Cavallo, *Policies for encouraging business models oriented to sustainable consumption and production: an overview about the European Mediterranean countries*, in "Procedia Environmental Science, Engineering and Management", n. 2/2014: si tratta di un articolo in inglese di 4 pagine;
12. M. Cavallo, "La globalizzazione e la dinamica della società contemporanea", in I. Sanna (a cura di), *L'etica della comunicazione nell'era digitale*, Roma, Edizioni Studium, 2012: si tratta di un testo pubblicato all'interno di un volume collettaneo e della lunghezza di 10 pagine.

Nel complesso, sono dunque valutabili all'interno dell'attività svolta dal candidato soprattutto 3 monografie (*Progettare e promuovere e-services*, *Oltre la società della comunicazione*, *La comunicazione pubblica tra nuovi media e globalizzazione*) e i capp. e i parr. 2, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5 di *Macro Benchmarking Study. Practices in Promoting Sustainability in the Small and Medium Enterprises and Existing Gaps*. Si tratta di pubblicazioni che evidenziano la varietà degli interessi di ricerca del candidato, ma al cui interno soltanto la seconda e la terza possono essere ricondotte all'ambito del Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* e del Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.

In conclusione, il candidato mostra di avere sviluppato delle attività didattiche e di ricerca scientifica di buon livello, ma solo parzialmente pertinenti con le funzioni richieste dal bando dell'Università IULM, focalizzate sull'analisi della pubblicità, considerata sia dal punto di vista linguistico, che da quelli della sociologia dei consumi e delle strategie aziendali. Il candidato invece è certamente in grado, come richiesto ancora dal bando, di sviluppare e consolidare rapporti con gruppi di ricerca internazionali e nazionali.

PEDRONI Marco Luca

Il candidato Marco Luca Pedroni ha sviluppato un'attività didattica e di ricerca concentrata principalmente su alcuni aspetti della moda contemporanea (come, ad esempio, il *coolhunting* e il rapporto tra moda e arte), ma si è occupato anche di vari temi della sociologia dei media e della comunicazione (tra cui in particolare gli aspetti comunicativi del gioco d'azzardo).

Il candidato ha conseguito nel 2009 il titolo di dottore di ricerca in *Sociologia e metodologia della ricerca sociale* presso l'Università Cattolica di Milano. È stato assegnista di ricerca nel 2012-2013 presso l'Università di Bergamo e nel 2013-2014 presso l'Università Cattolica di Milano e ricercatore a tempo determinato nel Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* e nel Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* dal 2014 al 2017 presso l'Università Cattolica di Milano. Dal 2017 è professore di seconda fascia nel

Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* presso l'Università eCampus.

Ha svolto come docente a contratto un'attività didattica continuativa a partire dall'AA 2005-2006 presso master e corsi di laurea di varie università italiane, tenendo corsi in varie aree della sociologia della cultura e della comunicazione. Ha tenuto lezioni anche all'estero e presso dottorati dell'Università Cattolica di Milano e della Aalto University (Helsinki).

Il candidato ha partecipato anche a vari progetti di ricerca universitari, tra cui negli ultimi anni i seguenti progetti PRIN:

- 2005: *Il mutamento dei modelli di civismo: cittadinanza, identità e valori in Europa* dell'unità di ricerca dell'Università di Trento;

- 2005-2006: *Cross-fertilization per l'innovazione: nuovi strumenti e strategie progettuali all'insegna della competitività del sistema moda Italia* dell'unità di ricerca dell'Università Cattolica di Milano;

- 2007: *Terzo settore e nuove forme di partnership per lo sviluppo del welfare societario: il ruolo delle fondazioni comunitarie* dell'unità di ricerca dell'Università del Molise;

- 2012-2013: *Relazioni sociali e identità in Rete: presentazione di sé, identità e relazioni nei siti di social network italiani* dell'unità di ricerca dell'Università di Bergamo;

- 2013-2017: *Pratiche sostenibili di vita quotidiana nel contesto della crisi: lavoro, consumi, partecipazione* dell'unità di ricerca dell'Università Cattolica di Milano.

Ha partecipato a numerosi altri progetti di ricerca, tra cui si segnalano quelli di livello internazionale:  
- 2009: *European Values Studies 2008: Studio sui valori degli italiani nel contesto europeo – IV*, realizzato dall'Università Cattolica di Milano;

- 2010-2017: *International Cool City Hunt Project*, realizzato da Science of the Time (trend research and innovation agency) in collaborazione con Fontys University (Olanda) e Shanghai Institute of Technology (Cina);

- 2014-2017: *Costume methodologies: Building methodological tools for research in the field of costume design*, realizzato dall'Aalto University, Helsinki (Finlandia);

- 2015-2017: *In between materiality and immateriality: Fashion in the digital age*, realizzato dalla Southampton Solent University (Southampton).

Ha inoltre lavorato a progetti di ricerca professionali commissionati da parte di soggetti aziendali (Doxa, Datamonitor, Blumine, Best Tours).

È membro dell'Extreme Anthropology Research Network, del Research Centre on Multi-Level Integration and Governance Processes dell'Università eCampus e di ModaCult - Centro per lo studio della moda e della produzione culturale dell'Università Cattolica di Milano.

È membro del comitato scientifico della collana editoriale "Open Sociology" (FrancoAngeli), membro dell'editorial board della rivista *JEA: Journal of Extreme Anthropology* ed editorial assistant della rivista *International Journal of Fashion Studies*.

Svolge attività di referaggio per le riviste accademiche *Sage Open*, *International Journal of Information Management: The Journal for Information Professionals*, *Sociologia urbana e rurale*, *Heliyon*, *Prisma Social*, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, *ZoneModaJournal*, *Etnografia e ricerca sociale*, *Poetics*, *Comunicazioni sociali*, *Studi di Sociologia*, *Observatorio (OBS\*) Journal*, *Fashion Practice*.

Ha lavorato all'organizzazione di numerosi convegni scientifici, anche di respiro internazionale, e ha partecipato in qualità di relatore a molti convegni, nazionali e internazionali, a partire dal 2007. Ha ricevuto vari riconoscimenti per la sua attività di ricerca.

Le pubblicazioni presentate per questa valutazione sono relative principalmente all'ambito dei *fashion studies*. In particolare, 8 delle pubblicazioni sono dedicate a vari aspetti della moda, 2 ai social media e 2 al gioco d'azzardo, di cui uno riferito alla sua promozione pubblicitaria. Si tratta generalmente di articoli su riviste scientifiche (uno in collaborazione). I volumi presentati sono 3 e



di questi 1 è una monografia sul fenomeno del *coolhunting* e due sono curatele, di cui una realizzata in collaborazione.

Il candidato ha sviluppato la sua attività di ricerca in maniera continuativa, dimostrando una buona conoscenza dei diversi approcci metodologici, un buon livello di originalità e una buona capacità di collocare le pubblicazioni presso editori rilevanti sul piano scientifico. L'apporto individuale nei lavori frutto di un progetto collettivo è chiaramente riscontrabile.

Nel complesso, l'attività di ricerca del candidato evidenzia una piena rispondenza ai temi caratterizzanti il Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* e il Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.

In conclusione, il candidato mostra di avere sviluppato delle attività didattiche e di ricerca scientifica di ottimo livello, ma solo parzialmente pertinenti con le funzioni richieste dal bando dell'Università IULM, focalizzate sull'analisi della pubblicità, considerata sia dal punto di vista linguistico, che da quelli della sociologia dei consumi e delle strategie aziendali. Il candidato invece è certamente in grado, come richiesto ancora dal bando, di sviluppare e consolidare rapporti con gruppi di ricerca internazionali e nazionali.

POLESANA Maria Angela

La candidata Maria Angela Polesana ha sviluppato un'attività didattica e di ricerca focalizzata sulla comunicazione pubblicitaria, considerata principalmente dal punto di vista linguistico e sociologico, ma si è occupata anche di altri ambiti della sociologia della comunicazione e di strategie aziendali.

Per quanto riguarda la formazione, la candidata ha conseguito nel 2005 il titolo di dottore di ricerca in *Marketing e comunicazione di impresa* presso l'Università IULM. È stata assegnista di ricerca dal 2000 al 2004 e ricercatrice a tempo determinato nel Settore concorsuale 14/D1 *Sociologia dei processi economici, del lavoro, dell'ambiente e del territorio* e nel Settore Scientifico Disciplinare SPS/09 *Sociologia dei processi economici e del lavoro* per un periodo di 6 anni (dal 2010 al 2016) presso l'Università IULM. Ha conseguito nel 2018 l'abilitazione scientifica nazionale per la seconda fascia e per il Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.

Ha svolto come docente a contratto un'attività didattica continuativa a partire dall'AA 2000-2001 presso master e corsi di laurea di varie università italiane, tenendo numerosi corsi soprattutto nelle aree della pubblicità, delle strategie aziendali e di marca, della sociologia dei consumi e del turismo e della sociologia dei media.

La candidata ha partecipato a vari progetti di ricerca universitari, tra cui negli ultimi anni:

- 2016 ad oggi: progetto di ricerca sulla moda *Fashion Center (FaCe)*, dell'Università IULM, vincitore del bando "Smart Fashion and Design" della Regione Lombardia finanziato con fondi dell'Unione europea;

- 2016-2017: *Modelli della comunicazione pubblicitaria delle imprese del Terzo Settore e loro evoluzione nel tempo*, ricerca dell'Università IULM di Milano commissionata da Mediafriends (Mediaset);

- 2016-2017: *Osservatorio sulla società italiana dell'Università IULM di Milano*, che ha prodotto il volume M.A. Polesana (a cura di), *La società italiana. Cambiamento sociale, consumi e media* (GueriniNext, Milano, 2106);

- 2016-2017: *Milano città senza paura: per un'esperienza urbana al femminile*, del Dipartimento di "Arti, comunicazione e media" dell'Università IULM;

- 2019: *Vite datificate e incompetenza narrativa*, del Dipartimento di "Arti, comunicazione e media" dell'Università IULM.

Ha inoltre svolto delle attività di tipo professionale, collaborando a progetti di ricerca nell'ambito delle ricerche di mercato e del marketing aziendale. Tra cui, negli ultimi anni:

- 2011: ricerca sull'evoluzione del mercato dell'erboristeria, commissionata da SANA (Salone Internazionale del biologico e del naturale);
- 2014: "The market of functional foods (designer foods, pharmafoods, nutraceuticals) and the impact of progressively ageing population on their consumption", commissionata da IMS Health;
- 2015: ricerca sulle dimensioni socio-culturali della marca e sull'influenza esercitata sulle medesime dai nuovi devices, commissionata da Fastweb;
- 2016: "The new consumer: how the definition of health is changing and impacting his behaviour", commissionata da IMS Health.

È membro di TWG Advertising Research Ecrea (European Communication Research and Education Association) e segretario Generale di Italia4Blockchain, associazione che vuole informare e divulgare la conoscenza della tecnologia blockchain.

È membro del comitato scientifico delle collane editoriali "Ricerche IULM. Comunicazione, arti e media" (Mimesis), "Impresa, comunicazione, mercato" (FrancoAngeli), iMedia (Edizioni Estemporanee). Svolge attività di referaggio per la rivista accademica *Mediascapes Journal* della Università La Sapienza.

Ha partecipato in qualità di relatrice a numerosi convegni scientifici a partire dal 2003.

Le pubblicazioni presentate per questa valutazione sono relative fondamentalmente al linguaggio pubblicitario e al ruolo sociale della pubblicità. In particolare, la candidata ha dedicato alla pubblicità 2 monografie e 7 articoli e saggi. Una terza monografia è dedicata alla pubblicità considerata nell'ambito delle strategie di comunicazione dell'impresa e un'altra è relativa al caso del trattamento mediatico della cronaca nera. Infine, un articolo è dedicato all'*influencer* Chiara Ferragni.

La candidata ha sviluppato la sua attività di ricerca in maniera continuativa, dimostrando una buona conoscenza dei diversi approcci metodologici, un buon livello di originalità e una buona capacità di collocare le pubblicazioni presso editori rilevanti sul piano scientifico. L'apporto individuale nei lavori frutto di un progetto collettivo è chiaramente riscontrabile.

Nel complesso, l'attività di ricerca della candidata evidenzia una piena rispondenza ai temi caratterizzanti il Settore concorsuale 14/C2 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* e il Settore Scientifico Disciplinare SPS/08 *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*.




In conclusione, la candidata mostra di avere sviluppato delle attività didattiche e di ricerca scientifica di ottimo livello e pienamente pertinenti con le funzioni richieste dal bando dell'Università IULM, focalizzate sull'analisi della pubblicità, considerata sia dal punto di vista linguistico, che da quelli della sociologia dei consumi e delle strategie aziendali. La candidata inoltre è certamente in grado, come richiesto ancora dal bando, di sviluppare e consolidare rapporti con gruppi di ricerca internazionali e nazionali.

La Commissione, terminato l'esame della documentazione prodotta dai candidati, si aggiorna alle ore 14.00 per procedere all'accertamento della conoscenza della lingua inglese al fine di redigere un giudizio comparativo collegiale con la conseguente individuazione del candidato maggiormente qualificato alla chiamata.

Il presente verbale è trasmesso alla Dott.ssa Giuseppina Mastro, Responsabile Ufficio Affari Istituzionali, Responsabile amministrativo del procedimento, che ne curerà la diffusione.

La seduta ha termine alle ore 13,00.

Letto, approvato e sottoscritto seduta stante.

  
  
  
 7

La Commissione

Prof.ssa Roberta PALTRINIERI (Presidente)



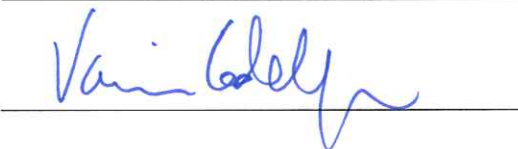
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberta Paltrinieri', written over a horizontal line.

Prof. Guido GILI (Componente)



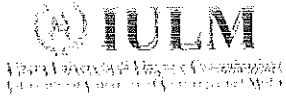
A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Guido Gili', written over a horizontal line.

Prof. Vanni CODELUPPI (Segretario)



A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Vanni Codiluppi', written over a horizontal line.





IULM, reclutamento docenti <reclutamento.docenti@iulm.it>

**Rinuncia partecipazione - selezione prof II fascia 14 C/2 - SPS/08 - IULM - Facoltà di Comunicazione, Relazioni pubbliche e Pubblicità**

1 messaggio

Santagati Mariagrazia [redacted]  
A: "reclutamento.docenti@iulm.it" <reclutamento.docenti@iulm.it>

13 maggio 2019 22:34

Gent.mi

scrivo per rinunciare a partecipare alla selezione di professore di II fascia SSD 14/C2 - SPS/08, indetta presso il vostro Ateneo.

In fede,

Mariagrazia Santagati

