

Procedura valutativa indetta dall'Università degli Studi di Parma, con Decreto Rettorale rep. DRD n. 573/2022 PROT. 88569 del 01.04.2022, pubblicato sul sito web istituzionale di Ateneo in data 11.04.2022, per la chiamata del Prof. Marco Ieva, Ricercatore a tempo determinato, di cui all'art. 24, comma 3, lett. b), della Legge n. 240/2010, nel terzo anno del contratto triennale di lavoro subordinato, a tempo determinato, stipulato con la medesima Università ed in possesso dell'Abilitazione Scientifica Nazionale, ai sensi dell'art. 16 della Legge n. 240/2010, quale Professore Universitario di ruolo di Seconda Fascia, presso l'Università degli Studi di Parma, Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese", ai sensi dell'art. 24, comma 5, della Legge n. 240/2010 e del vigente "Regolamento per la disciplina delle procedure di chiamata dei professori di prima e seconda fascia" di Ateneo.

**VERBALE
(riunione telematica)**

La Commissione di valutazione della suddetta procedura valutativa, composta dai seguenti professori:

Prof. CRISTINI GUIDO - Professore Universitario di ruolo di Prima Fascia presso l'Università degli studi di Parma – settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese" – settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese"

Prof. DE LUCA MELCHIORI PATRIZIA - Professore Universitario di ruolo di Prima Fascia presso l'Università degli studi di Trieste – settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese" – settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese"

Prof. ZUCHELLA ANTONELLA - Professore Universitario di ruolo di Prima Fascia presso l'Università degli studi di Pavia – settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese" – settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese"

si è riunita, salvo rikusazioni per via telematica, il giorno 7 giugno, alle ore 09:30.

In apertura di seduta, ciascun Commissario dichiara di non trovarsi in rapporto di incompatibilità, affinità o parentela, entro il quarto grado incluso, con gli altri componenti della Commissione e che non sussistono le cause di astensione, previste dagli artt. 51 e 52 del c.p.c., nonché le situazioni previste dall'art. 35-bis del Decreto Legislativo 30.3.2001, n. 165, così come introdotto dalla Legge 6.11.2012, n. 190.

Ciascun Commissario, presa visione del bando nel quale è indicato il nominativo del candidato proposto dal Dipartimento, da sottoporre a valutazione, dichiara:

- 1) di aver preso visione del D.P.R. 16.4.2013, n. 62: *"Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del Decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165"* e che non sussistono le condizioni previste dagli art. 6 e 7 del medesimo D.P.R. n. 62/2013;
- 2) che non sussistono situazioni di incompatibilità con il candidato, ai sensi degli artt. 51 e 52 del c.p.c. e di non avere rapporti di parentela o affinità, entro il quarto grado incluso.

La Commissione procede immediatamente alla nomina del Presidente, nella persona del Prof. Guido Cristini e del Segretario, nella persona della Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori, attenendosi ai criteri di seguito specificati:

per l'individuazione del Presidente:

- maggiore anzianità, ai fini giuridici, nel ruolo;
- a parità di ruolo e di anzianità ai fini giuridici, si darà la priorità al componente con maggiore anzianità anagrafica;

per l'individuazione del Segretario:

- minore anzianità, ai fini giuridici, nel ruolo;
- a parità di ruolo e di anzianità ai fini giuridici, si darà la priorità al componente con minore anzianità anagrafica.

La Commissione prende visione degli atti normativi e regolamentari che disciplinano lo svolgimento della procedura valutativa.

La Commissione prende atto di quanto previsto dall'art. 10 del vigente "Regolamento per la disciplina delle procedure di chiamata dei professori di prima e seconda fascia" dell'Università degli Studi di Parma:

1. Dopo l'assegnazione deliberata dal Consiglio di Amministrazione ai sensi dell'articolo 2 del presente regolamento, è avviata con Decreto Rettorale la procedura valutativa, ai fini della chiamata nel ruolo di professore associato del titolare del contratto di ricercatore a tempo determinato, di cui al comma 3, lettera b), dell'articolo 24, della legge n. 240/2010, che abbia conseguito l'abilitazione scientifica nazionale. Il Decreto Rettorale è pubblicato sul sito web e sull'Albo on-line di Ateneo.
2. La valutazione dell'attività di didattica, di didattica integrativa e di servizio agli studenti, nonché delle attività di ricerca svolte dal candidato, è effettuata da una Commissione nominata e disciplinata ai sensi dell'articolo 5 del presente regolamento, che conclude i propri lavori entro trenta giorni, decorrenti da quello successivo al Decreto Rettorale di nomina della stessa.
3. La valutazione avviene nel rispetto degli standard qualitativi riconosciuti a livello internazionale per la valutazione, nell'ambito dei criteri previsti dal D.M. MIUR 4 agosto 2011, n. 344.
4. Non possono partecipare coloro i quali abbiano un grado di parentela o affinità entro il quarto grado compreso, con un professore appartenente al Dipartimento che richiede l'assegnazione del posto e/o che effettua la chiamata, ovvero con il Rettore, con il Direttore Generale o un componente del Consiglio di Amministrazione dell'Ateneo.
5. La valutazione si svolge durante il terzo anno di contratto stipulato ai sensi dell'articolo 24 comma 3 lettera b) della legge n. 240/2010. La richiesta del Consiglio di Dipartimento, di cui all'articolo 2, è effettuata nel terzo anno di contratto e comunque entro centottanta (180) giorni antecedenti la scadenza del medesimo contratto. Qualora il ricercatore non acquisisca l'abilitazione scientifica nazionale entro il citato termine di centottanta (180) giorni, la procedura potrà essere avviata successivamente al conseguimento della stessa, purché entro la naturale data di scadenza del contratto.
6. La Commissione dispone di un massimo di 100 punti per la valutazione, di cui 30 per la valutazione dell'attività didattica, 60 per la valutazione delle attività di ricerca e 10 per la valutazione dei compiti organizzativi connessi all'attività didattica e di ricerca. La valutazione si intende positiva se il ricercatore avrà conseguito un punteggio almeno pari alla metà del massimo attribuibile nella valutazione dell'attività di ricerca e una valutazione complessiva pari o superiore a 70/100.
7. Al termine della valutazione, la Commissione redige verbale recante una circostanziata motivazione che dovrà dare conto dell'iter logico che ha condotto alla valutazione conclusiva delle candidature al fine di fornire ogni elemento conoscitivo utile per la proposta di chiamata. Tale verbale viene tempestivamente trasmesso dal Presidente della Commissione al Responsabile del procedimento amministrativo.
8. Il Rettore approva la correttezza formale degli atti.
9. Gli atti della procedura, nonché il Decreto Rettorale di approvazione degli stessi, sono pubblicati sul sito web istituzionale dell'Ateneo. Il Decreto Rettorale di approvazione atti è altresì pubblicato sull'Albo on-line di Ateneo.

La Commissione richiama i seguenti "Criteri per l'individuazione degli standard qualitativi, riconosciuti a livello internazionale, per la valutazione, ai sensi e per gli effetti dell'articolo 24, comma 5, della legge 30 dicembre 2010, n. 240, dei ricercatori titolari dei contratti.", previsti

dal summenzionato D.M. n. 344 del 4 agosto 2011, che dovranno essere utilizzati per la valutazione del candidato:

- ai fini della valutazione dell'attività didattica, di didattica integrativa e di servizio agli studenti, sono oggetto di valutazione i seguenti aspetti:

- a) numero dei moduli/corsi tenuti e continuità della tenuta degli stessi;
- b) esiti della valutazione da parte degli studenti, con gli strumenti predisposti dall'ateneo, dei moduli/corsi tenuti;
- c) partecipazione alle commissioni istituite per gli esami di profitto;
- d) quantità e qualità dell'attività di tipo seminariale, di quella mirata alle esercitazioni e al tutoraggio degli studenti, ivi inclusa quella relativa alla predisposizione delle tesi di laurea, di laurea magistrale e delle tesi di dottorato;

- ai fini della valutazione dell'attività di ricerca scientifica, sono oggetto di valutazione i seguenti aspetti:

- a) organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, ovvero partecipazione agli stessi;
- b) conseguimento della titolarità di brevetti;
- c) partecipazione in qualità di relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali;
- d) conseguimento di premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca;

- è prevista la valutazione delle pubblicazioni o dei testi accettati per la pubblicazione secondo le norme vigenti nonché di saggi inseriti in opere collettanee e di articoli editi su riviste in formato cartaceo o digitale con l'esclusione di note interne o rapporti dipartimentali;

- è prevista altresì la valutazione della consistenza complessiva della produzione scientifica, 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 valutazione delle pubblicazioni scientifiche è svolta sulla base degli ulteriori seguenti criteri:

- a) originalità, innovatività, rigore metodologico e rilevanza di ciascuna pubblicazione;
- b) congruenza di ciascuna pubblicazione con il profilo di professore universitario da ricoprire oppure con tematiche interdisciplinari ad esso strettamente 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, nel caso di partecipazione del medesimo a lavori in collaborazione;
- e) nell'ambito dei settori in cui ne è consolidato l'uso a livello internazionale le università si avvalgono anche dei seguenti indicatori, riferiti alla data di inizio della valutazione:
 - 1) numero totale delle citazioni;
 - 2) numero medio di citazioni per pubblicazione;
 - 3) «impact factor» totale;
 - 4) «impact factor» medio per pubblicazione;
 - 5) combinazioni dei precedenti parametri atte a valorizzare l'impatto della produzione scientifica del candidato (indice di Hirsch o simili);

- potranno essere oggetto di specifica valutazione la congruità del profilo scientifico con le esigenze di ricerca dell'ateneo nonché la produzione scientifica elaborata successivamente alla data di scadenza del bando in base al quale ha conseguito l'abilitazione scientifica nazionale, in modo da verificare la continuità della produzione scientifica, utilizzando criteri e parametri coerenti con quelli previsti dal decreto di cui all'art. 16, comma 3, lettera a), della legge 30 dicembre 2010, n. 240, potendo altresì prevederne un utilizzo più selettivo.

La Commissione procede quindi ad esaminare la documentazione che il candidato ha inviato, presso l'Università degli Studi di Parma, ai fini della formulazione del giudizio, nel rispetto dei summenzionati criteri generali di valutazione, fissati dal D.M. n. 344 del 4 agosto 2011.

Candidato MARCO IEVA

Profilo curriculare:

Il Dott. Marco Ieva è attualmente docente negli insegnamenti di CRM and Customer Analytics, Marketing dei servizi e del Laboratorio di Digital & Analytics presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali dell'Università di Parma. Ha svolto anche attività didattica presso la CUOA Business School e all'estero presso l'Università di Valencia (Spagna), l'Università di Almería (Spagna) e la Technological University Dublin (Irlanda). Nell'ambito delle attività di Dipartimento è membro della Commissione Paritetica docenti-studenti con riferimento al Corso di Laurea in Economia e Management, della Commissione Placement di Dipartimento, e del Comitato di indirizzo del Corso di Laurea in Trade e Consumer Marketing. Il Dott. Ieva è autore di cinquantatré pubblicazioni scientifiche (19 articoli, 11 contributi in volume, 22 atti di convegno e una monografia) e svolge abitualmente attività di referaggio per numerose riviste scientifiche internazionali. E' inoltre membro dell'Editorial Board di una rivista scientifica internazionale (Journal of Research in Interactive Marketing), Co-Chair per un Convegno accademico internazionale (National Brands & Private Label Marketing 2022) e ha vinto due Best Paper Award in convegni accademici nazionali e internazionali e un Best Paper Award su una rivista scientifica nazionale.

La Commissione valutata l'attività didattica, l'attività di didattica integrativa e di servizio agli studenti, l'attività di ricerca scientifica, nel rispetto dei medesimi criteri fissati dal D.M. n. 344 del 4 agosto 2011, esprime il seguente punteggio:

Attività Didattica (massimo 30 punti)

Attribuire il punteggio **dettagliatamente** sulla base dei criteri di cui al D.M. 344/2011 relativi alla attività didattica

Attività Didattica	Punteggi attribuiti dal Prof. Guido Cristini	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Antonella Zucchella	TOTALE
numero dei moduli/corsi tenuti e continuità della tenuta degli stessi	9	9	9	27
esiti della valutazione da parte degli studenti, con gli strumenti predisposti dall'ateneo, dei moduli/corsi tenuti;	10	10	10	30
partecipazione alle commissioni istituite per gli esami di profitto;	4	4	4	12
quantità e qualità dell'attività di tipo seminariale, di quella mirata alle esercitazioni e al tutoraggio degli studenti, ivi	5	5	5	15

inclusa quella relativa alla predisposizione delle tesi di laurea, di laurea magistrale e delle tesi di dottorato;				
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	28	28	28	84
PUNTEGGIO MEDIO ATTRIBUITO (SOMMARE IL PUNTEGGIO COMPLESSIVO DELLE COLONNE 1, 2, 3 E DIVIDERE PER 3)				28

Attività di ricerca e produzione scientifica (massimo 60 punti)

Attribuire il punteggio **dettagliatamente** sulla base dei criteri di cui al D.M. 344/2011 relativi alla attività di ricerca

Attività di Ricerca	Punteggi attribuiti dal Prof. Guido Cristini	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Antonella Zucchella	TOTALE
conseguimento della titolarità di brevetti;	0	0	0	0
partecipazione in qualità di relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali	5	5	5	15
conseguimento di premi e riconoscimenti nazionali e internazionali per attività di ricerca;	3	3	3	9
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	8	8	8	24
PUNTEGGIO MEDIO ATTRIBUITO (SOMMARE IL PUNTEGGIO COMPLESSIVO DELLE COLONNE 1, 2, 3 E DIVIDERE PER 3)				8

PRODUZIONE SCIENTIFICA Valutazione del Prof. Guido Cristini

<p>PRODUZIONE SCIENTIFICA</p>	<p>Originalità, innovatività, rigore metodologico e rilevanza di ciascuna pubblicazione</p>	<p>Congruenza di ciascuna pubblicazione con il profilo di Professor e universitario da ricoprire oppure con tematiche interdisciplinari ad esso strettamente correlate</p>	<p>Rilevanza scientifica della collocazione editoriale di ciascuna pubblicazione e sua diffusione all'intero della comunità scientifica</p>	<p>Determinazione analitica, anche sulla base di criteri riconosciuti nella comunità scientifica internazionale di riferimento, dell'apporto individuale, nel caso di partecipazione del medesimo a lavori in collaborazione</p>	<p>Eventuali indicatori per i settori nei quali ne è consolidato l'uso a livello internazionale di cui alla lett. e,) del comma 3 dell'art. 4 del DM 344 del 2011</p>	<p>TOTALE</p>
<p>1.ZILIANI, C., & IEVA, M. (2020). "Loyalty Management: From Loyalty Programs to Omnichannel Customer Experiences", London: Routledge, ISBN: 978-0-367-07762-4 (versione hardbook), ISBN: 978-0-367-21072-4 (versione paperback), ISBN: 978-0-429-02266-1 (versione ebook), DOI: 10.4324/9780429022661. Monografia in lingua inglese pubblicata con editore internazionale e soggetta a referaggio da revisori internazionali anonimi.</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1,5</p>	<p>1</p>		<p>4,5</p>
<p>2.D'ATTOMA, I. &</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1,5</p>	<p>1</p>		<p>4,5</p>

IEVA, M. (2022) "The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation". JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, 342 (pagine in fase di definizione). ISSN: 0959-6526, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130957 (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
3. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J. C., & D'ATTOMA, I. (2022). "I read, therefore I buy? Analyzing the impact of flyer distribution and readership on purchase behaviour". JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, 64, 102725, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102725 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	0,5		4
4. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). "Complaint behaviour in multichannel retailing: a cross-stage approach." INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT., Vol. 49 No. 12, pp. 1640-1659. ISSN: 0959-0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2020-0089 . (Rivista	1	1	1,5	0,8		4,3

classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
5. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). "Online channel adoption in supermarket retailing." JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 59. ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.10.2374 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	0,5	1	1,5	0,8		3,8
6. D'ATTOMA, I., & IEVA, M. (2020). "Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?". INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, Vol. 91, pp. 64-81, ISSN: 0019-8501, DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.015 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	1		4,5
7. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2019). "Understanding complaint channel usage in multichannel retailing", JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 47, pp. 94-103, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.007 . (Rivista classificata in fascia A	0,8	1	1,5	0,8		4,1

secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
8. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J.C. & D'ATTOMA, I. (2018). "Online versus offline promotional communication: Evaluating the effect of medium on customer response", JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, Vol. 58, No. 3, pp. 338-348, ISSN: 0021-8499, DOI: 10.2501/JAR-2017-040. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	0,5		4
9. IEVA, M. & ZILIANI, C. (2018). "Mapping touchpoint exposure in retailing: Implications for developing an omnichannel customer experience", INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT, Vol. 46, No. 3, pp. 304-322, ISSN: 0959-0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2017-0097 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	1		4,5
10. IEVA, M. & ZILIANI, C. (2018). "The role of customer experience touchpoints in driving loyalty intentions in services", THE TQM JOURNAL, Vol. 30, No. 5, pp. 444-457, ISSN: 1754-2731, DOI: https://doi.org/10.1108/TQM-11-2017-0141 .	1	1	1,5	1		4,5

(Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
Consistenza complessiva, della produzione scientifica, intensità e continuità temporale	5					
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	47,7					

PRODUZIONE SCIENTIFICA Valutazione della Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori

PRODUZIONE SCIENTIFICA	Originalità, innovatività, rigore metodologico e rilevanza di ciascuna pubblicazione	Congruenza di ciascuna pubblicazione con il profilo di Professor e universitario da ricoprire oppure con tematiche interdisciplinari ad esso strettamente correlate	Rilevanza scientifica della collocazione editoriale di ciascuna pubblicazione e sua diffusione all'interno della comunità scientifica	Determinazione analitica, anche sulla base di criteri riconosciuti nella comunità scientifica internazionale di riferimento, dell'apporto individuale, nel caso di partecipazione del medesimo a lavori in collaborazione	Eventuali indicatori per i settori nei quali ne è consolidato l'uso a livello internazionale di cui alla lett. e,) del comma 3 dell'art. 4 del DM 344 del 2011	TOTALE
1.ZILIANI, C., & IEVA, M. (2020). "Loyalty Management: From Loyalty Programs to Omnichannel Customer Experiences", London: Routledge, ISBN: 978-0-367-07762-4 (versione hardbook), ISBN: 978-0-367-21072-4 (versione paperback), ISBN: 978-0-429-02266-1	1	1	1,5	1		4,5

(versione ebook), DOI: 10.4324/9780429022661. Monografia in lingua inglese pubblicata con editore internazionale e soggetta a referaggio da revisori internazionali anonimi.						
2. D'ATTOMA, I. & IEVA, M. (2022) "The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation". JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, 342 (pagine in fase di definizione). ISSN: 0959-6526, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130957 (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	1		4,5
3. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J. C., & D'ATTOMA, I. (2022). "I read, therefore I buy? Analyzing the impact of flyer distribution and readership on purchase behaviour". JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, 64, 102725, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102725 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	0,8	1	1,5	0,5		3,8
4. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). "Complaint behaviour in multichannel retailing: a cross-stage	0,5	1	1,5	0,8		3,8

<p>approach.” INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT., Vol. 49 No. 12, pp. 1640- 1659. ISSN: 0959- 0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2020-0089. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>						
<p>5. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). “Online channel adoption in supermarket retailing.” JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 59. ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102374. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>	0,5	1	1,5	0,8		3,8
<p>6. D'ATTOMA, I., & IEVA, M. (2020). “Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?”. INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, Vol. 91, pp. 64-81, ISSN: 0019-8501, DOI: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.015. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>	1	1	1,5	1		4,5
<p>7. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2019). “Understanding complaint channel</p>	0,5	1	1,5	0,8		3,8

usage in multichannel retailing", JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 47, pp. 94-103, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.007. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
8. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J.C. & D'ATTOMA, I. (2018). "Online versus offline promotional communication: Evaluating the effect of medium on customer response", JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, Vol. 58, No. 3, pp. 338-348, ISSN: 0021-8499, DOI: 10.2501/JAR-2017-040. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	0,5		4
9. IEVA, M. & ZILIANI, C. (2018). "Mapping touchpoint exposure in retailing: Implications for developing an omnichannel customer experience", INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT, Vol. 46, No. 3, pp. 304-322, ISSN: 0959-0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2017-0097. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	1	1	1,5	1		4,5
10. IEVA, M. &	1	1	1,5	1		4,5

ZILIANI, C. (2018). "The role of customer experience touchpoints in driving loyalty intentions in services", THE TQM JOURNAL, Vol. 30, No. 5, pp. 444-457, ISSN: 1754-2731, DOI: https://doi.org/10.1108/TQM-11-2017-0141. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
Consistenza complessiva, della produzione scientifica, intensità e continuità temporale	5					
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	46,7					

PRODUZIONE SCIENTIFICA Valutazione della Prof.ssa Antonella Zucchella

PRODUZIONE SCIENTIFICA	Originalità, innovatività, rigore metodologico e rilevanza di ciascuna pubblicazione	Congruenza di ciascuna pubblicazione con il profilo di Professor e universitario da ricoprire oppure con tematiche interdisciplinari ad esso strettamente correlate	Rilevanza scientifica della collocazione editoriale di ciascuna pubblicazione e sua diffusione all'interno della comunità scientifica	Determinazione analitica, anche sulla base di criteri riconosciuti nella comunità scientifica internazionale di riferimento, dell'apporto individuale, nel caso di partecipazione del medesimo a lavori in collaborazione	Eventuali indicatori per i settori nei quali ne è consolidato l'uso a livello internazionale di cui alla lett. e,) del comma 3 dell'art. 4 del DM 344 del 2011	TOTALE
1. ZILIANI, C., & IEVA, M. (2020). "Loyalty	1	1	1,5	1		4,5

<p>Management: From Loyalty Programs to Omnichannel Customer Experiences", London: Routledge, ISBN: 978-0-367-07762-4 (versione hardbook), ISBN: 978-0-367-21072-4 (versione paperback), ISBN: 978-0-429-02266-1 (versione ebook), DOI: 10.4324/9780429022661. Monografia in lingua inglese pubblicata con editore internazionale e soggetta a referaggio da revisori internazionali anonimi.</p>						
<p>2. D'ATTOMA, I. & IEVA, M. (2022) "The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation". JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, 342 (pagine in fase di definizione). ISSN: 0959-6526, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130957 (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>	1	1	1,5	1		4,5
<p>3. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J. C., & D'ATTOMA, I. (2022). "I read, therefore I buy? Analyzing the impact of flyer distribution and readership on purchase behaviour". JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, 64, 102725, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102725</p>	1	1	1,5	0,5		4

6/j.jretconser.2021.10 2725. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
4. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). "Complaint behaviour in multichannel retailing: a cross-stage approach." INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION MANAGEMENT., Vol. 49 No. 12, pp. 1640- 1659. ISSN: 0959- 0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2020-0089 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	0,5	1	1,5	0,8		3,8
5. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2021). "Online channel adoption in supermarket retailing." JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 59. ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102374 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	0,5	1	1,5	0,8		3,8
6. D'ATTOMA, I., & IEVA, M. (2020). "Determinants of technological innovation success and failure: Does marketing innovation matter?". INDUSTRIAL MARKETING MANAGEMENT, Vol. 91, pp. 64-81, ISSN: 0019-8501, DOI:	1	1	1,5	1		4,5

<p>https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.015. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>						
<p>7. FRASQUET, M., IEVA, M., & ZILIANI, C. (2019). "Understanding complaint channel usage in multichannel retailing", JOURNAL OF RETAILING AND CONSUMER SERVICES, Vol. 47, pp. 94-103, ISSN: 0969-6989, DOI: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.11.007. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>	0,5	1	1,5	0,8		3,8
<p>8. IEVA, M., ZILIANI, C., GÁZQUEZ-ABAD, J.C. & D'ATTOMA, I. (2018). "Online versus offline promotional communication: Evaluating the effect of medium on customer response", JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH, Vol. 58, No. 3, pp. 338-348, ISSN: 0021-8499, DOI: 10.2501/JAR-2017-040. (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).</p>	1	1	1,5	0,5		4
<p>9. IEVA, M. & ZILIANI, C. (2018). "Mapping touchpoint exposure in retailing: Implications for developing an omnichannel customer experience", INTERNATIONAL JOURNAL OF RETAIL & DISTRIBUTION</p>	1	1	1,5	1		4,5

MANAGEMENT, Vol. 46, No. 3, pp. 304-322, ISSN: 0959-0552, DOI: https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2017-0097 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).						
10. IEVA, M. & ZILIANI, C. (2018). "The role of customer experience touchpoints in driving loyalty intentions in services", THE TQM JOURNAL, Vol. 30, No. 5, pp. 444-457, ISSN: 1754-2731, DOI: https://doi.org/10.1108/TQM-11-2017-0141 . (Rivista classificata in fascia A secondo ultima classificazione riviste fascia A per ASN).	0,6	1	1,3	1		3,9
Consistenza complessiva, della produzione scientifica, intensità e continuità temporale	5					
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	46,3					

VALUTAZIONE COMPLESSIVA DELLA Attività di Ricerca e della Produzione Scientifica (MAX 60 punti)
54,9

Compiti Organizzativi connessi all'attività didattica e di ricerca (massimo 10 punti)

Attribuire il punteggio **dettagliatamente** sulla base dei criteri di cui al D.M. 344/2011 relativi a tale ambito

Compiti Organizzativi connessi all'attività didattica e di ricerca	Punteggi attribuiti dal Prof. Guido Cristini	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori	Punteggi attribuiti dalla Prof.ssa Antonella Zucchella	TOTALE
organizzazione, direzione e coordinamento di gruppi di ricerca nazionali e internazionali, ovvero partecipazione agli stessi;	9	9	9	27
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	9	9	9	27
PUNTEGGIO MEDIO ATTRIBUITO (SOMMARE IL PUNTEGGIO COMPLESSIVO DELLE COLONNE 1, 2, 3 E DIVIDERE PER 3)				9

Punteggio totale conseguito (minimo 70/100 di cui almeno 30/100 nella valutazione dell'attività di ricerca)

91,9 punti

Motivato giudizio individuale:

1. Giudizio espresso dal Prof. Guido Cristini

Il candidato ha svolto attività didattica a livello di laurea triennale e magistrale con ottime valutazioni da parte degli studenti e ricoprendo nel contempo diversi incarichi nelle commissioni di Dipartimento e come relatore di tesi. Sotto il profilo scientifico, il candidato ha realizzato un numero consistente di pubblicazioni, coerenti con il settore scientifico di riferimento ed incentrate su diversi interessi di ricerca. Le pubblicazioni presentate a valutazione risultano inoltre di ottimo livello rispetto a collocazione editoriale e rigore metodologico. Il candidato ha anche conseguito tre premi per le attività di ricerca ed è attivo nei comitati editoriali di riviste e convegni scientifici internazionali.

Considerato complessivamente il curriculum del candidato Marco Ieva, si esprime parere pienamente positivo alla sua chiamata quale Professore universitario di ruolo di Seconda Fascia per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese".

2. Giudizio espresso dalla Prof.ssa Patrizia De Luca Melchiori

Le attività di didattica e di ricerca e i connessi compiti organizzativi svolti dal candidato sono di ottimo livello, per continuità e quantità, qualità e attinenza rispetto al settore scientifico disciplinare oggetto del bando. Il livello di internazionalizzazione del candidato è ottimo sia per quanto riguarda l'attività scientifica, in particolare nella partecipazione ai gruppi di ricerca, che per l'attività didattica. Alla luce delle valutazioni del curriculum e delle pubblicazioni del

candidato Marco Ieva, esprimo parere pienamente positivo alla sua chiamata quale Professore universitario di ruolo di Seconda Fascia per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese".

3. Giudizio espresso dal Prof.ssa Antonella Zucchella

Il candidato ha svolto attività di ricerca costante e continua nel tempo, congruente con il settore scientifico di riferimento, realizzando pubblicazioni di livello più che buono sotto il profilo della collocazione editoriale e dell'originalità. Inoltre, il candidato ha conseguito premi per le attività di ricerca e ha raggiunto un crescente livello di internazionalizzazione rispetto alle attività di ricerca e di didattica. Positiva è anche la valutazione sull'impegno didattico del candidato.

Alla luce di quanto sopra, esprimo parere pienamente positivo alla chiamata del candidato quale Professore universitario di ruolo di Seconda Fascia per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese".

Motivato giudizio collegiale:

La Commissione all'unanimità esprime il seguente giudizio:

Il curriculum e le pubblicazioni del candidato denotano una piena maturità scientifica e continuità nell'attività di ricerca, nell'attività didattica e per quanto riguarda l'impegno organizzativo. Pertanto, con giudizio ampiamente positivo, il candidato Marco Ieva viene ritenuto idoneo a rivestire la carica di Professore universitario di ruolo di Seconda Fascia per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese".

La Commissione, dopo aver attribuito i punteggi in relazione alla attività didattica, di didattica integrativa e di servizio agli studenti, alla attività di ricerca scientifica e ai compiti organizzativi connessi alla attività didattica e di ricerca, con deliberazione assunta all'unanimità dei componenti, dichiara che il medesimo è valutato positivamente per ricoprire il posto di professore universitario di ruolo di seconda fascia, presso il Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali, per il settore concorsuale 13/B2 "Economia e Gestione delle Imprese", settore scientifico-disciplinare SECS-P/08 "Economia e Gestione delle Imprese".

Il presente Verbale, redatto dal Segretario della Commissione, datato, sottoscritto e siglato in ogni foglio dal medesimo, unitamente alle dichiarazioni di adesione, corredate dai rispettivi documenti di identità, in corso di validità, dei Commissari che hanno partecipato alla stesura dello stesso, per via telematica, viene consegnato dal Presidente della Commissione, al Responsabile del Procedimento Amministrativo: Dott.ssa Scapuzzi Marina – Responsabile dell'Unità Organizzativa (UO) Amministrazione Personale Docente – Area Dirigenziale Personale e Organizzazione dell'Università degli Studi di Parma, per gli adempimenti di competenza.

La riunione viene sciolta alle ore 12.00.

Parma, 7 giugno 2022

Letto, approvato e sottoscritto.

La Commissione

Prof. Guido Cristini

(Presidente) _____

Prof. ssa Antonella Zucchella

(Componente) _____

Prof. ssa Patrizia De Luca Melchiori

(Segretario) *Patrizia De Luca Melchiori*