

PROCEDURA DI VALUTAZIONE AI SENSI DELL'ART. 24, COMMA 5, DELLA LEGGE 240/2010, DI UN RICERCATORE A TEMPO DETERMINATO DI TIPO B) PRESSO IL DIPARTIMENTO DI SCIENZE SOCIALI E POLITICHE DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO, SETTORE CONCORSUALE 14/C2 – Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, SETTORE SCIENTIFICO-DISCIPLINARE SPS/08 – Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, AI FINI DELLA CHIAMATA QUALE PROFESSORE DI SECONDA FASCIA – CODICE PROCEDURA 900359

ALLEGATO 1 AL VERBALE 2

SCHEDA DI RIPARTIZIONE PUNTEGGI

(N.B. valutare analiticamente ogni titolo posseduto dal candidato)

Nome e Cognome Carlo NARDELLA

ATTIVITA' DIDATTICA (Punteggio massimo attribuibile 25)	punti
2021 Titolare dell'insegnamento in lingua inglese di "Advertising Communication" per il corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa (9 crediti, 60 ore)	5
2022 Titolare dell'insegnamento in lingua inglese di "Advertising Communication" per il corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa (9 crediti, 60 ore)	5
2023 Titolare dell'insegnamento in lingua inglese di "Advertising Communication" per il corso di laurea magistrale in Comunicazione Pubblica e d'Impresa (9 crediti, 60 ore)	5
Relatore tesi di laurea magistrale (23 tesi)	3
Correlatore di tesi di laurea magistrale (55 tesi)	3
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	21

PUBBLICAZIONI (punteggio massimo attribuibile 52,5) <i>N.B.: Valutare esclusivamente le pubblicazioni inviate ai fini della valutazione e indicate nel relativo elenco</i>	Tipologia*	Punti
1. Nardella, C. (2023), "Public Relations and Advertising" in Y. Cohen e P. Soukup (a cura di), Handbook on Religion and Communication, Oxford, UK, Wiley Blackwell, pp. 181-195.	Articolo su libro	4
2. Leonini L. e Nardella, C. (2022), "Pubblicità ribaltate" in R. Bartoletti, R. Paltrinieri e P. Parmiggiani (a cura di), Pratiche di consumo alla prova del Covid-19, Milano, Franco Angeli, pp. 117-133.	Articolo su libro	2.5
3. Nardella, C. (2021), "Dinamica dei simboli religiosi" in V. Montieri (a cura di) La manipolazione del sacro: L'immagine religiosa nel mondo della comunicazione, Milano, Mimesis, pp. 15-50.	Articolo su libro	3
4. Gili, G. e Nardella, C. (2019), "Introduzione. Dinamiche e mutamenti nel rapporto tra religione e media", Problemi dell'informazione, vol. 44, n. 3, pp. 407-418.	Articolo su rivista	2.5
5. Nardella, C. (2019), "La strategia del quotidiano. Nuove forme della ristrutturazione cattolica", Problemi dell'informazione, vol. 44, n. 3, pp. 491-513.	Articolo su rivista	3
6. Nardella, C. (2017), "The Symbolic Legitimation of the	Articolo su	3.5

European Union: Patterns and Problems", Sociologica, vol. 10, n. 1, pp. 1-18.	rivista	
7. Nardella, C. e Orlandi, E.C. (2017), "Giovani e crisi. Alcune tendenze" in P. Rebughini, E. Colombo e L. Leonini (a cura di), <i>Giovani dentro la crisi</i> , Milano, Guerini, pp. 163-199.	Articolo su libro	2.5
8. Nardella, C. (2015), <i>La migrazione dei simboli. Pubblicità e religione</i> , Milano, Guerini, 192 pp.	Monografia	4
9. Nardella, C. (2014), "Studying Religion and Marketing: An Introduction", <i>Sociologica</i> , vol. 8, n. 3, pp. 1-15.	Articolo su rivista	3.5
10. Nardella, C. (2014), "The Migration of Symbols: Religion and Italian Advertising, 1969-2013", <i>Sociologica</i> , vol. 8, n. 3, pp. 1-23.	Articolo su rivista	3.5
11. Nardella, C. (2014), "Europe's Disputed Symbolic Boundaries: Identity, Religion and Turkey's EU Membership" in M. Topić e S. Sremac (a cura di), <i>Europe as a Multiple Modernity: Multiplicity of Religious Identities and Belongings</i> , Newcastle, Cambridge Scholars Publishing, pp. 320-338.	Articolo su libro	3.5
12. Nardella, C. (2012), "Religious Symbols in Italian Advertising: Symbolic Appropriation and the Management of Consent", <i>Journal of Contemporary Religion</i> , vol. 27, n. 2, pp. 217-240.	Articolo su rivista	4
PUNTEGGIO COMPLESSIVO		39.5

* riportare in tabella ciascun titolo valutato, indicandone la tipologia (monografie, saggi, articoli, ecc.) e il punteggio assegnato.

ATTIVITA' DI RICERCA (Punteggio massimo attribuibile 17,5)	punti
Progetto SEED Simboli contesi	3.5
Progetto ISSR New Uses, Old Places	3.5
Progetto Cariplo Mapping Cultural Production ...	2.5
CMRC Public Religion Project	1.5
Research Group Medien und Religion	1.5
Partecipazione in qualità di relatore a congressi e convegni nazionali e internazionali	3
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	15.5

ATTIVITA GESTIONALE, ORGANIZZATIVA E DI SERVIZIO (punteggio massimo attribuibile 5)	Punti
Coordinamento Erasmus Dipartimentale	4
PUNTEGGIO COMPLESSIVO	4

PUNTEGGIO TOTALE	80 PUNTI
-------------------------	-----------------