



Università
Ca' Foscari
Venezia

Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021

Bando per il conferimento di n. 1 borsa di ricerca

Università Ca' Foscari Venezia – Dipartimento di Management

(L. 240 del 30 dicembre 2010, art. 18, DL 19/2012; Regolamento per l'attivazione di borse per attività di ricerca con D.R. 300/2014 del 14/04/2014, modificato con D.R. n. 399 del 04/05/2018, con D.R. n. 1141 del 19/11/2020 e con D.R. n. 1277 del 18/10/2021. In vigore dal 25/10/2021

Visto il "Protocollo di gestione del Rischio da COVID-19 e Piano di mitigazione del contagio sul luogo di lavoro dell'Università Ca' Foscari Venezia" adottato con DR. N. 440/2020 prot.n. 0024453 del 12/05/2020, modificato dal D.R. n. 927 del 19/10/2020;

Considerata la necessità di ridurre gli spostamenti sul territorio nazionale, il colloquio si terrà in forma telematica senza necessità di richiesta motivata da parte del candidato;

Vista la richiesta del prof. Francesco Casarin - Prot. n. 125292 del 19/11/2021 di indire una procedura comparativa al fine di conferire 1 (una) borsa di ricerca (durata di 12 mesi) e per un importo di euro 18.600,00 (diciottomilaseicento/00) su fondi MAN.MRG.MASTER.CASARIN sul tema **"Realtà e valore. Il nuovo pensiero realista: nuovi concetti e strumenti operativi per la teoria del marketing"**;

Vista l'autorizzazione della suddetta richiesta da parte della Giunta di Dipartimento svoltasi in data 24 novembre 2021;

Verificata la copertura finanziaria relativa al costo della borsa di ricerca che grava sui fondi esterni MAN.MRG.MASTER.CASARIN – n. anticipata 58303

VISTO il D.R. N. 515/2020 Prot. n. 0028737 del 05/06/2020 con il quale è stata approvata l'informativa sullo svolgimento dei concorsi pubblici presso l'Università Ca' Foscari Venezia in periodo di emergenza COVID-19;

Visto il CUP assegnato: H75F21002530007

Descrizione

Il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia, invita a sottoporre candidature per 1 (una) borsa di ricerca di mesi 12 (dodici) sul tema: **"Realtà e valore. Il nuovo pensiero realista: nuovi concetti e strumenti operativi per la teoria del marketing"**.

ATTIVITÀ

La tesi che la realtà costituisca un riferimento paradigmatico e imprescindibile per il pensiero e l'azione umani è stata una costante filosofica fin dall'antichità e, in forma differente, anche nel corso della modernità. Tuttavia, a partire dal diciannovesimo secolo, e soprattutto dalla seconda metà del ventesimo, il concetto di realtà è stato progressivamente messo in discussione, non solo in filosofia, ma anche nelle scienze sociali, e, più in generale, nella cultura contemporanea (Giannasi e Casarin 2022). Tale ridimensionamento si è particolarmente accentuato con l'ascesa, negli anni Ottanta e Novanta, del movimento postmoderno (Ferraris 2012), a vantaggio di una sempre maggiore attenzione per gli aspetti contestuali e variabili (linguistici, epistemologici, storici, istituzionali, politici) dell'esperienza umana.

Negli ultimi decenni, il marketing ha fatto progressivamente propria la tesi filosofica della scarsa rilevanza teoretica e pratica del riferimento alla realtà (Firat e Dholakia 1993; Firat, Dholakia e Venkatesh 1995; Tadajewski, O'Shaughnessy e Hyman 2013), e ha abbracciato impostazioni metodologiche e paradigmi di riferimento di impronta più o meno apertamente antirealista (Giannasi e Casarin 2022).

La valorizzazione delle componenti contestuali dell'esperienza umana, nel secondo Novecento, ha favorito lo sviluppo di approcci originali e innovativi, anche nel campo del marketing (Arnould e Thompson 2005; Lusch e Vargo 2006;



**Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021**

Gilmore e Pine 2007). Tuttavia, in filosofia come nel marketing, proprio a causa della mancata valorizzazione del riferimento alla realtà, tali approcci si sono rivelati unilaterali, riduttivi o incapaci di ottenere appieno i risultati annunciati (Meillassoux 2006; Bryant, Srnicek e Harman 2011, Ferraris 2012, Giannasi e Casarin 2022). Inoltre, la crescente e sempre più condivisa preoccupazione di fronte alla crisi climatica ed ecologica planetaria, e alle forme sempre più spregiudicate di manipolazione comunicativa, sta gradualmente ridimensionando l'entusiasmo novecentesco rispetto al potenziale culturale e politico dell'antirealismo (Bryant, Srnicek e Harman 2011; Ferraris 2012, Morton 2013), con significative ricadute anche nel campo del marketing (Giannasi e Casarin 2022).

Il recente risveglio dell'interesse nei confronti della realtà e del riferimento a essa (Harman 2002, 2018; Ferraris 2012; Gabriel 2014, 2015) ha avviato una nuova fase teorica, talvolta indicata col nome di 'nuovo realismo' o 'realismo speculativo', che ha già dato i primi frutti anche nell'ambito delle scienze sociali e del marketing, con l'elaborazione di nuovi strumenti concettuali e la revisione di importanti assunti teorici, alla base di alcune strategie di ricerca e delle relative applicazioni (Giannasi e Casarin 2022). In particolare, la recente riflessione sul rapporto tra filosofia realista e marketing ha portato alla formulazione di importanti tesi, quali, ad esempio, la centralità e inemendabilità della percezione, la robustezza e paradigmaticità ontologica degli oggetti (naturali e sociali), e la imprescindibilità del riferimento alla realtà da parte dei diversi ambiti e aspetti dell'esperienza e dell'agire umani.

Infine, la riflessione realista ha iniziato a elaborare importanti strumenti teorici innovativi per il marketing, quali ad esempio i concetti di invito, attrito, tratto, resistenza e *affordance*, che hanno contribuito al chiarimento di significativi temi (esperienza, autenticità, riuso, identità, relazione) e all'indicazione di nuove linee di ricerca (Giannasi e Casarin 2022). Tuttavia, tale movimento si trova ancora in una fase iniziale e le sue proposte teoriche abbisognano di ulteriore approfondimento e articolazione. Si tratta, dunque, di proseguire la ricerca in quattro direzioni:

- il consolidamento delle credenziali teoriche del marketing di impronta realista;
- la verifica della sua effettiva fruttuosità per lo sviluppo di nuove linee di ricerca alternative a quelle di derivazione antirealista;
- l'elaborazione di strumenti teorici adeguati, sul piano degli assunti, degli approcci metodologici e degli strumenti concettuali, per lo sviluppo di tali linee di ricerca;
- l'applicazione dei nuovi costrutti a casi studio di marketing.

OBIETTIVI

Il progetto dovrà verificare e specificare ulteriormente il potenziale, per il management, di tesi e categorie filosofiche introdotte, sviluppate o valorizzate nel recente dibattito filosofico di impronta realista, applicandoli a temi, problemi e concreti casi studio del marketing contemporaneo. In particolare, esso dovrà approfondire, in relazione a contesti teorici e applicativi del marketing, le credenziali e il potenziale di alcune rilevanti tesi di derivazione realista:

- l'imprescindibilità del riferimento alla realtà, per il pensiero e l'azione umani;
- il ruolo paradigmatico degli oggetti in ogni contesto dell'esperienza umana;
- la relativa invarianza e impermeabilità della percezione, rispetto alla variabilità degli aspetti linguistici e contestuali dell'esperienza umana.

In secondo luogo, il progetto dovrà esplorare, sempre in riferimento a problemi e casi studio tratti dal marketing, la fecondità operativa di alcuni importanti concetti filosofici di derivazione realista, quali attrito, invito, *affordance*, resistenza, percezione, emergenza e tratto.

Queste linee di ricerca dovranno convergere verso la formulazione di tesi integrative o alternative rispetto a quelle ancora dominanti nell'ambito del marketing, e verso l'individuazione di concreti contesti applicativi. Tale processo dovrà contribuire allo sviluppo di una posizione più aperta, equilibrata e attenta ai temi della sostenibilità ambientale e della responsabilità comunicativa, nel marketing come in filosofia.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021

RISULTATI ATTESI

L'approfondimento di nuovi concetti provenienti dal dibattito filosofico di impronta realista agevererà la loro trasformazione in strumenti operativi di marketing e l'esplorazione del loro potenziale utilizzo in business diversi. Inoltre, l'applicazione di tali concetti a casi studio aziendali aprirà la via a successive operazionalizzazioni, che ne permetteranno un uso più incisivo e consapevole.

È prevista la pubblicazione di un articolo su una rivista internazionale nell'ambito del marketing o del macromarketing.

Il responsabile scientifico del progetto e tutor della borsa è il prof. Francesco Casarin.

Il borsista è tenuto a predisporre e consegnare la seguente documentazione:

- 1 report bimestrale delle attività;
- 1 relazione finale sulla ricerca svolta entro la scadenza dell'incarico, approvata dal docente responsabile, che sarà presentata al Consiglio di Dipartimento;

Per quanto non previsto dal presente Bando si rinvia al Regolamento e alla normativa vigente in materia.

Durata della borsa: 12 mesi, a decorrere indicativamente dal mese di Febbraio 2021.

Importo: l'importo della borsa è pari ad euro 18.600,00 (diciottomilaseicento,00), esente IRPEF e non rilevante IRAP. L'importo, erogato in rate bimestrali posticipate, è da ritenersi comprensivo di ogni eventuale costo legato all'espletamento dell'attività di ricerca prevista dal progetto.

Scadenza per la presentazione delle candidature: ore 13:00 del 16 Dicembre 2021.

Qualora il termine di scadenza indicato cada di sabato o in giorno festivo, la scadenza è prorogata al primo giorno feriale utile.

Chi può partecipare (Regolamento di Ateneo per l'attivazione di borse per attività di ricerca, art. 3)

Ai sensi del Regolamento, per la partecipazione alle selezioni pubbliche sono richieste la laurea o la laurea magistrale o titolo estero equipollente.

Sono esclusi dalla partecipazione alla selezione coloro che abbiano un grado di parentela o di affinità, fino al quarto grado compreso, con un professore appartenente alla Struttura di ricerca o alla struttura che effettua la chiamata ovvero con il Rettore, il Direttore Generale o un componente del Consiglio di Amministrazione dell'Ateneo.

Alla selezione possono pertanto partecipare i cittadini e le cittadine appartenenti a Stati membri dell'Unione Europea e i cittadini extracomunitari, in possesso di:

- Laurea Magistrale o Laurea Vecchio Ordinamento in Filosofia o titolo estero equipollente. Il titolo di Laurea dovrà essere stato conseguito a pieni voti con lode;
- Dottorato di ricerca in Scienze Aziendali o in Filosofia



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021**

- Esperienze di didattica e ricerca nei campi della filosofia e dei beni culturali.

Saranno inoltre valutate, come titoli prioritari, le seguenti capacità, conoscenze e competenze:

- precedenti esperienze nell'ambito di organizzazioni culturali;
- conoscenza della letteratura scientifica, delle teorie e degli strumenti del marketing internazionale;
- conoscenza fluente della lingua inglese e tedesca
- conoscenza dei principali strumenti informatici.

I requisiti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine per la presentazione delle domande stabilito dal presente bando di selezione.

I candidati sono ammessi con riserva alla selezione; l'esclusione dal concorso per difetto dei requisiti prescritti può essere disposta in qualsiasi momento, anche successivamente allo svolgimento della selezione, con motivato provvedimento e notificata all'interessato.

Incompatibilità (Regolamento di Ateneo per l'attivazione di borse per attività di ricerca, art. 12)

Le borse di cui al presente regolamento **sono incompatibili** con:

- altre borse a qualsiasi titolo conferite, ad eccezione di quelle concesse da istituzioni nazionali o straniere utili ad integrare, con soggiorni all'estero, l'attività di ricerca del borsista;
- la frequenza di corsi di dottorato di ricerca con borsa e di specializzazione medica, in Italia e all'estero;
- assegni di ricerca;
- rapporti di lavoro subordinato.

I titolari di borsa possono svolgere attività di lavoro occasionale, previa comunicazione scritta al responsabile scientifico e a condizione che: a) tale attività sia dichiarata dal responsabile stesso compatibile con l'esercizio dell'attività di ricerca di cui alla borsa; b) non comporti conflitto di interessi con la specifica attività di ricerca svolta dal borsista; c) non rechi pregiudizio all'Università, in relazione alle attività svolte.

Il conferimento della borsa non dà luogo alla costituzione di alcun rapporto di lavoro, né dà luogo a diritti in ordine all'accesso ai ruoli del personale universitario.

Come partecipare (Regolamento di Ateneo per l'attivazione di borse per attività di ricerca, art. 5)

I candidati/le candidate devono presentare:

- 1) il modulo di domanda allegato, datato e firmato.

Tale modulo è reperibile anche nella sezione informatica dell'Albo Ufficiale di Ateneo – Albo on line <http://www.unive.it/data/30402/>, nell'apposita pagina web del Dipartimento “Ricerca > Bandi Borse di Ricerca” all'indirizzo <http://www.unive.it/data/17431/>, e nella pagina del sito web di Ateneo denominata “Lavora con noi > Selezioni Ricercatori > Bandi Borse di Ricerca” all'indirizzo <http://www.unive.it/data/12122/>.

Ciascun candidato dovrà indicare sotto la sua responsabilità:



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021**

- il titolo di studio posseduto;
 - la cittadinanza (se cittadino non appartenente all'Unione Europea presente sul territorio italiano: il possesso del permesso di soggiorno valido alla data di scadenza del bando);
 - di avere l'idoneità fisica alla collaborazione;
 - di essere a conoscenza che il conferimento della borsa di ricerca non è compatibile con le posizioni di cui all'art. 12 del Regolamento per l'attivazione di borse per attività di ricerca e dalla normativa vigente;
 - di non essere destinatario di provvedimenti restrittivi della libertà personale;
 - di non avere un grado di parentela o di affinità, fino al quarto grado compreso, con un professore appartenente al Dipartimento o alla struttura che effettua la chiamata ovvero con il Rettore, il Direttore Generale o un componente del Consiglio di Amministrazione dell'Ateneo e di essere consapevole di quanto previsto dalla Legge 240/2010 art. 18 c. 1 lettera b);
 - eventuale godimento di benefici previsti dalla L. 104/92.
- 2) il CV in formato Europeo (formato Europass), datato e sottoscritto in originale e recante, oltre all'indicazione del titolo di studio, la descrizione dei titoli scientifico-professionali, con in calce la dichiarazione resa ai sensi del D.P.R. n. 445/2000 e successive modifiche e integrazioni, e l'autorizzazione al trattamento dei dati personali per le finalità legate alla presente procedura di selezione, resa ai sensi del D. Lgs. 196/2003 e dell'art. 13 del GDPR (Regolamento UE 2016/679). Il formato è scaricabile al seguente indirizzo: <http://www.unive.it/pag/10368/> ;
- 3) la fotocopia di un valido documento di identità (Carta di Identità o Passaporto);
- 4) ogni altro documento, titolo o pubblicazione utile alla selezione.

I candidati/le candidate dovranno dimostrare il possesso dei titoli (escluse le pubblicazioni) mediante le dichiarazioni di cui al citato D.P.R. 445/2000.

La mancanza o inesattezza delle dichiarazioni di cui ai punti 1, 2 e 4 comporterà l'esclusione dalla selezione.

L'Università effettua controlli a campione sulla veridicità di quanto dichiarato dai candidati nelle domande e nel curriculum.

Qualora dal controllo sopra indicato emerga la non veridicità del contenuto della dichiarazione, il dichiarante decade dai benefici eventualmente conseguenti al provvedimento emanato sulla base della dichiarazione non veritiera, fermo restando quanto previsto dal codice penale e dalle leggi speciali in materia.

Come inviare la candidatura

Le candidature possono essere:

- 1) inviate tramite Posta Elettronica Certificata all'indirizzo protocollo@pec.unive.it. Indicare nell'oggetto dell'e-mail la seguente dicitura: "REALTA' E VALORE – Prof. Casarin". Si precisa che la validità di tale invio, così come stabilito dalla normativa vigente, è subordinata all'utilizzo di casella di posta elettronica certificata a sua volta. Non sarà, pertanto, ritenuto valido l'invio da casella di posta elettronica semplice/ordinaria anche se indirizzata alla PEC dell'Università Ca' Foscari Venezia. Al messaggio di posta elettronica dovranno essere allegati esclusivamente documenti in formato PDF;
- 2) inviate tramite posta elettronica all'indirizzo ricerca.management@unive.it specificando nell'oggetto della e-mail "REALTA' E VALORE – Prof. Casarin". Il candidato/la candidata si assume in tale caso la responsabilità derivante dall'eventuale mancato recapito della domanda e della relativa documentazione.

L'Università non assume alcuna responsabilità per i casi di dispersione delle comunicazioni inviate tramite posta elettronica non certificata. Al messaggio di posta elettronica dovranno essere allegati esclusivamente documenti in formato PDF.

Procedure di selezione e modalità di valutazione



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021**

La selezione delle candidature viene effettuata da una commissione esaminatrice, nominata ai sensi del Regolamento per l'attivazione di borse per attività di ricerca art. 7, sulla base di **titoli e colloquio** per via telematica.

La data di inizio dei colloqui è fissata per il giorno **18 Gennaio 2022, dalle ore 10:00**, attraverso la piattaforma GMeet.

L'elenco dei candidati ammessi al colloquio, eventuali rinvii e le modalità di collegamento via GMeet saranno resi noti il giorno 14 Gennaio 2022 mediante avviso che verrà pubblicato nella pagina web del Dipartimento "Ricerca > Bandi Borse di Ricerca" all'indirizzo <http://www.unive.it/data/17431/>. Tale pubblicazione ha valore di notifica a tutti gli effetti ai fini della convocazione al concorso. Pertanto, i candidati sono tenuti a presentarsi, muniti di valido documento di riconoscimento, presentato in fase di candidatura, nel giorno, nell'ora e secondo le modalità telematiche indicati nell'avviso pubblico. L'assenza dei candidati al colloquio sarà considerata a tutti gli effetti come rinuncia alla selezione.

La Commissione Esaminatrice dispone complessivamente di 100 punti per la valutazione delle candidature. È chiamata a definire, sulla base dei punteggi attribuiti, una graduatoria finale di merito e individua il vincitore. In caso di pari merito deve essere designato il candidato più giovane d'età.

La graduatoria sarà utilizzata secondo l'ordine in cui è formulata, e in caso di rinuncia, o di mancata accettazione nei termini comunicati dalla struttura dell'assegnatario o di cessazione anticipata della collaborazione all'attività di ricerca, la borsa sarà assegnata ad altro candidato seguendo l'ordine della graduatoria finale di merito, secondo quanto previsto dal Regolamento per l'attivazione di borse per attività di ricerca (art. 8). La Commissione Esaminatrice trasmetterà il verbale delle operazioni concorsuali alla Direttrice del Dipartimento, la quale, verificata la legittimità degli atti concorsuali, con proprio provvedimento, procederà all'approvazione degli stessi ed all'assegnazione della borsa.

Conferimento della borsa e pubblicità degli atti

Ricevuti gli atti relativi alle selezioni, la Direttrice del Dipartimento li approva con proprio e procede alla pubblicazione della graduatoria finale.

La segreteria dell'Ufficio Ricerca del Dipartimento di Management trasmetterà al vincitore designato una comunicazione, contenente la data di decorrenza della borsa.

Nel termine di sette giorni dal ricevimento della comunicazione scritta di cui al comma precedente, il vincitore dovrà, a pena di decadenza, accettare la borsa. In caso di rinuncia la borsa sarà assegnata ad altro candidato seguendo l'ordine della graduatoria finale di merito.

È assicurata la pubblicità dei risultati di tutte le fasi della selezione nella sezione informatica dell'Albo Ufficiale di Ateneo – Albo on line <http://www.unive.it/data/30402/>, nell'apposita pagina web del Dipartimento "Ricerca > Bandi Borse di Ricerca" all'indirizzo <http://www.unive.it/data/17431/>, e nella pagina del sito web di Ateneo denominata "Lavora con noi > Selezioni Ricercatori > Bandi Borse di Ricerca" all'indirizzo <http://www.unive.it/data/12122/>. È comunque garantito l'accesso agli atti della selezione ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 241 e s. m. i. e del relativo regolamento interno di attuazione. Tutte le informazioni sulla convocazione dei candidati saranno parimenti pubblicate sulle pagine web di Ateneo, senza ulteriori comunicazioni ai candidati.

Il Dipartimento si riserva di annullare la procedura e/o di non procedere alla stipula del Contratto con il vincitore, qualora per qualunque motivo venga meno l'interesse alla ricerca o l'Ente Finanziatore non provveda al versamento di quanto concordato.

Trattamento dei dati personali



Università
Ca' Foscari
Venezia

**Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021**

Il trattamento dei dati personali avverrà in conformità a quanto previsto dalla normativa nazionale e comunitaria applicabile (D.Lgs.196/2003 e Regolamento UE 2016/679). È possibile scaricare l'Informativa al seguente link: <https://www.unive.it/pag/36550/>.

Responsabile del procedimento

Ai sensi di quanto disposto dall'art. 5 della legge 07/08/1990, n. 241 e s. m. i., il responsabile del procedimento amministrativo della presente selezione è la dott.ssa Sonia Pastrello, Segretaria di Dipartimento, Dipartimento di Management.

Norme finali

Per quanto non previsto dal presente Bando si rinvia al Regolamento e alla normativa vigente in materia.

Firmato digitalmente
Visto
La Responsabile del procedimento
Dott.ssa Sonia Pastrello
Segretaria del Dipartimento

Firmato digitalmente
La Direttrice del Dipartimento
Prof.ssa Anna Comacchio



Università
Ca' Foscari
Venezia

Decreto della Direttrice del Dipartimento di Management
DMA n. 991/2021 Prot.n. 128304 del 26/11/2021