

Giorgio Pagliarani Best Paper Award 2018

- Bando

- I contributi sottomessi devono essere già pubblicati nei volumi degli anni 2015, 2016, 2017, 2018 oppure accettati per la pubblicazione e visibili on line con DOI
- Gli autori ammessi devono essere giovani studiosi in possesso del titolo di dottore di ricerca da meno di 8 anni alla data 1/1/2018 (es. ricercatori a tempo determinato/indeterminato, assegnisti e borsisti di ricerca, dottorandi)
- I contributi a più nomi sono ammessi alle seguenti condizioni:
 - nessuno dei co-autori deve essere un professore ordinario o associato o avere una analoga qualifica straniera alla data 1/1/2018
 - almeno uno dei co-autori deve iscriversi alla Riunione Scientifica Annuale ed essere presente alla sessione plenaria in cui verrà presentato il lavoro qualora risultasse vincitore
 - il premio di 2.000 euro deve essere diviso equamente tra i co-autori in caso di vittoria
- Ogni autore può essere presente in un solo lavoro e non sono ammessi lavori sottomessi a precedenti edizioni

- Commissione

- Valentina Lazzarotti, Alberto Nastasi, Pietro Romano

- Criteri

- Qualità del contributo e della rivista secondo la classificazione AiIG

Candidature 2018

Autori	Titolo	Journal	Anno
Agostino D., Sidorova Y.	How social media reshapes action on distant customers: some empirical evidence	Accounting Auditing & Accountability Journal	2017
Ardito L.	Markets for university inventions: The role of patents' underlying knowledge in university-to-industry technology commercialisation	International Journal of Technology Management	2018
Fronzetti Colladon A.	The Semantic Brand Score	Journal of Business Research	2018
Hayes DR., Cappa F.	Open-source intelligence for risk assessment	Business Horizon	2018
Galati F.	Extending perfect timing theory: not just one but several windows of opportunity	Technology Analysis and Strategic Management	2018
Guercini J., Mezzatesta V., Chiarini A., Bianciardi C., Bellandi L., Moi S., Biandolino, P.	Applicazione della metodologia SMED per il miglioramento delle operations nelle sale operatorie. Il caso Azienda Ospedaliera Universitaria Senese	MECOSAN	2016



Giorgio Pagliarani Best Paper Award 2018

WINNER

Andrea Fronzetti Colladon

For the paper

The Semantic Brand Score

XXIX RSA, Castellanza
October 11th-12th 2018

Massimo G. Colombo
AiIG President

Motivazione

La ricerca presenta una nuova e originale misura dell'importanza del brand (semantic brand score) che combina due tipi di analisi - la social network analysis e la semantic analysis - contribuendo in modo rigoroso e significativo al filone di studi sulla brand equity.

La Commissione ha apprezzato l'innovatività del contributo, che combina in modo originale due tecniche di analisi, il rigore metodologico e la concretezza e utilità della metrica proposta, che può essere efficacemente utilizzata in molteplici contesti.