

Award

(doi: 10.1431/90501)

Micro & Macro Marketing (ISSN 1121-4228)

Fascicolo 2, agosto 2018

Ente di afferenza:

()

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.
Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

Licenza d'uso

Questo articolo è reso disponibile con licenza CC BY NC ND. Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it/>

Award

L'anno scorso, *Micro & Macro Marketing* ha festeggiato i venticinque anni di attività. Per una Rivista scientifica non sono pochi, specie per una Rivista italiana.

Quando nel 1992 il gruppo dei Fondatori diede vita al progetto editoriale, individuò come cifra distintiva della Rivista il suo essere «ponte» fra diverse comunità disciplinari attive sul fronte del marketing (economisti, psicologi, sociologi, statistici, esperti di comunicazione). Come diceva l'Editoriale di presentazione del primo numero: «Solo un approccio fortemente trasversale potrà infatti contribuire a promuovere e nel contempo a diffondere il sapere generato nell'intersezione tra aziende e mercati».

Da allora, nel contesto italiano molto è cambiato: il marketing si è diffuso sia nelle imprese che in altre organizzazioni, gli insegnamenti impartiti nelle università sono di molto aumentati come pure il numero dei docenti, il livello qualitativo degli studi è sensibilmente progredito, il confronto con gli studiosi di altri paesi ormai pratica ampiamente seguita, le regole di pubblicazione sempre più allineate agli standard internazionali.

Micro & Macro Marketing, intendendo continuare a essere un sicuro punto di riferimento per gli studiosi e gli operatori, ha adeguato i propri processi editoriali alle prassi delle migliori riviste, ottenendo l'accreditamento da parte di Aidea e avviando quello con Scopus.

Nell'ambito di questa dinamica, lo scorso anno – in connessione con il venticinquesimo di attività – il Comitato editoriale, nel confermare il ruolo di «ponte» della Rivista immaginato dai Fondatori, ha ritenuto di porre in essere un'iniziativa in grado di concorrere al continuo miglioramento dei contributi pubblicati: premiare il miglior articolo dell'anno.

L'individuazione di tale articolo, fra tutti quelli pubblicati nelle sezioni «Panel» e «Ricerche», avviene in base alle votazioni espresse dai membri del Board scientifico professionale della Rivista.

Con riferimento al 2017, il lavoro che ha ottenuto il maggior numero di segnalazioni, e al quale compete pertanto il riconoscimento di «miglior articolo pubblicato su *Micro & Macro Marketing* nel 2017», è quello presentato da Vito Tassiello, Matteo De Angelis e Cesare Amattulli, dal titolo *Piattaforme digitali e rischio sociale nella condivisione di opinioni estreme*.

Ai tre Autori le congratulazioni della Rivista, alle quali faranno seguito – ne siamo certi – quelle di molti Colleghi.