

Curriculum vitae
RAFFAELLA TABACCO
(12 maggio 2015)

1. DATI PERSONALI

Nome: Raffaella
Raffaella: Tabacco
Nazionalità: italiana
Indirizzo dell'ufficio: via Tomadini, 30/A - 33100 Udine UD
Email: raffaella.tabacco@uniud.it

2. FORMAZIONE

Dottorato di ricerca in Scienze aziendali (XVI ciclo), conseguito il 30 aprile 2004 presso l'Università degli Studi di Udine

Laurea in Economia e commercio, conseguita nell'a.a. 1998-99 presso l'Università degli Studi di Udine

3. POSIZIONI

2004-oggi: Ricercatore di Economia e gestione delle imprese (SECS/P08) presso l'Università degli Studi di Udine.

2003-2004: Assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi di Udine; titolo del progetto "L'approccio di marketing territoriale alla definizione delle strategie dell'Ente Locale (comune, provincia, regione)"; tutor: Prof. Roberto Grandinetti.

4. PUBBLICAZIONI

4.1. Articoli in riviste referate.

- [1] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R., "Managing distribution networks in emerging markets. Evidence from the furniture sector", *European Business Review*, forthcoming.
- [2] Grandinetti R., Tabacco R., "Supply chain management in space: combining global suppliers with local subcontractors", *International Journal of Globalization and Small Business*, forthcoming.
- [3] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2014), "Le imprese del Nord-Est alla conquista dei mercati emergenti", *Economia e società regionale*, n. 2.
- [4] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2014), "Exporters moving toward emerging markets: A resource-based approach", *International Marketing Review*, vol. 31, n. 5.
- [5] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2014), "Organizzare e gestire la distribuzione nel mercato indiano. Esperienze dal settore dell'arredamento italiano", *Micro & Macro Marketing*, n.1, pp. 169-184.
- [6] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Exporter a confronto tra mercati emergenti e mercati avanzati", *Finanza, Marketing e Produzione*, vol. 2. ISSN: 1593-2230.

- [7] Grandinetti R., Tabacco R. (2013), "Una leadership che viene da lontano: il caso Solari di Udine Spa", *Mercati e competitività*, n. 3.
- [8] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2012), "La meccanica innova nei servizi per competere nei mercati emergenti", *Economia e società regionale*, 117 (3), ISSN: 1827-2479.
- [9] Chiarvesio M., Tabacco R. (2012), "Savio Macchine Tessili e Stark: strategie di internazionalizzazione commerciale nei mercati emergenti", *Micro & Macro Marketing*, n.1.
- [10] Grandinetti R., Tabacco R. (2011), "Quando la prossimità geografica conta ancora. Il caso Solari di Udine Spa", *Economia e Società Regionale*, n. 3.
- [11] Grandinetti R., Tabacco R. (2003), "I distretti industriali come laboratori cognitivi", *Sviluppo Locale*, vol. X, n. 22.

4.2. Capitoli di libri.

- [1] Tabacco R. (2013), "La crisi d'impresa e il ruolo della banca locale", in Baccarani C., Golinelli G. M., Rullani E. (a cura di), *Le BCC banche di territorio. Il mutualismo per la costruzione del futuro*, Padova, Cedam.
- [2] Bonfanti A., Rossato C., Tabacco R. (2012), "Il mutualismo delle Banche di Credito Cooperativo: strumento per superare la crisi e favorire lo sviluppo sostenibile del territorio", in *Aziende di servizi e servizi per le aziende. La ricerca di un percorso di sviluppo sostenibile per superare la crisi*, p. 165-187, Bologna, Il Mulino, ISBN: 9788815240774.
- [3] Chiarvesio M., Tabacco R. (2009), "Competitività e valore per il cliente: il caso Snaidero", in Varaldo R., Dalli D. Resciniti R., Tunisini A. (a cura di), *Un tesoro emergente*, Franco Angeli, Milano.
- [4] Grandinetti R., Tabacco R. (2008), "Marketing e innovazione di prodotto", in Grandinetti R. (a cura di), *Marketing. Mercati, prodotti e relazioni*, Carocci editore, Roma.
- [5] Rossato C., Tabacco R. (2008), "I principali orientamenti strategici delle imprese", in *Veneto e Friuli Venezia Giulia tra locale e globale. Il ruolo delle BCC nell'economia dell'impresa diffusa che guarda al domani*, Edizioni Fiorini, Verona.
- [6] Rossato C., Tabacco R. (2008), "L'innovazione: leva del vantaggio competitivo", in *Veneto e Friuli Venezia Giulia tra locale e globale. Il ruolo delle BCC nell'economia dell'impresa diffusa che guarda al domani*, Edizioni Fiorini, Verona.
- [7] Tabacco R. (2008), "Il capitale relazionale a sostegno del cambiamento del territorio", in *Veneto e Friuli Venezia Giulia tra locale e globale. Il ruolo delle BCC nell'economia dell'impresa diffusa che guarda al domani*, Edizioni Fiorini, Verona.
- [8] Bonfanti A., Rossato C., Tabacco R. (2008), "L'evolversi dei rapporti con le BCC dalla voce degli imprenditori", in *Veneto e Friuli Venezia Giulia tra locale e globale. Il ruolo delle BCC nell'economia dell'impresa diffusa che guarda al domani*, Edizioni Fiorini, Verona.
- [9] Chiarvesio M., Moretti A., Tabacco R. (2007), "Conoscenza, innovazione e piccole imprese innovative: il ruolo delle interfacce cognitive", in Volpato G. (a cura di), *Il knowledge management come strumento di vantaggio competitivo. Un confronto intersettoriale*, Carocci, Roma.
- [10] Pittino D., Tabacco R. (2006), "La ricerca inventa il mercato", in Compagno C., Pittino D. (a cura di), *Ricerca scientifica e nuove imprese*, Isedi.
- [11] Guerra P., Tabacco R. (2003), "Contratti di servizio e carta del servizio: come cambia la regolazione dei servizi pubblici locali", in Grandinetti R., Massarutto A. (a cura di), *Servizi pubblici e politiche territoriali*, Franco Angeli, Milano.
- [12] Tabacco R. (2003), "Il caso Calzavara. Innovare nella new economy", in Compagno C. (a cura di), *Piccole aziende crescono. Strategia, formula imprenditoriale e successione nelle PMI*, Utet, Torino.

- [13] Tabacco R. (2003), "Il caso Toppazzini. Una business idea per il packaging", in Compagno C. (a cura di), *Piccole aziende crescono. Strategia, formula imprenditoriale e successione nelle PMI*, Utet, Torino.
- [14] Tabacco R. (2003), "Il caso Triana. Un'impresa focale nel proto-distretto industriale della fibra del carbonio", in Compagno C. (a cura di), *Piccole aziende crescono. Strategia, formula imprenditoriale e successione nelle PMI*, Utet, Torino.
- [15] Tabacco R. (2003), "Il caso Effezeeta. Manager attorno ad un tavolo nel distretto della sedia", in Compagno C. (a cura di), *Piccole aziende crescono. Strategia, formula imprenditoriale e successione nelle PMI*, Utet, Torino.
- [16] Massarutto A., Tabacco R. (2002), "Il contratto di servizio nei servizi pubblici locali: l'evoluzione degli strumenti utilizzati per regolare la relazione tra soggetto di domanda e soggetto di offerta", in Vaccà S. (a cura di), *Problemi e prospettive dei servizi locali di pubblica utilità in Italia*, Franco Angeli, Milano.
- [17] Chiarvesio M., Guerra P., Tabacco R. (2001), "Le fasi specializzate nella filiera di produzione", in De Toni A., Grandinetti R. (a cura di), *Conoscenze, relazioni e tecnologie di rete nelle filiere distrettuali. Il caso del distretto industriale della sedia*, Franco Angeli, Milano.

4.3. Atti di convegno.

- [1] Balboni B., Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2014), "Internazionalizzazione e performance: strategie e competenze per la crescita nei mercati emergenti", *XI Convegno annuale Società Italiana Marketing, Food marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca*, Modena 18-19 settembre, ISBN 978-88-907662-2-0
- [2] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "What drives export performance in emerging markets? A resource-based approach", *Transnational firms, markets and institutions*, 39th EIBA Annual Conference, Bremen, 12-14 December.
- [3] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Comparing Exporters in Advanced and Emerging Markets: A Resource-based Approach", *Bridging the Divide: Linking IB to Complementary Disciplines and Practice*, Academy of International Business, Istanbul, Turkey, July 3-4.
- [4] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Le imprese del Nord Est nei mercati emergenti: strategie e performance", *Smart life: dall'innovazione tecnologica al mercato*, Convegno annuale Società Italiana Marketing, Milano, 3-4 ottobre.
- [5] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2012), "Exporter a confronto. I risultati di una analisi empirica tra esportatori nei mercati emergenti e nei mercati avanzati", *Marketing internazionale ed effetto country of origin*, IX Convegno annuale Società Italiana Marketing, Benevento, 20-21 settembre.
- [6] Grandinetti R., Tabacco R. (2012), "The Value of Spatial Proximity in Relationship Portfolio: A Case of Strategic Alignment", *Purchasing & Supply Chain Management in a Changing World*, 21st Annual Conference IPSERA, Napoli, 1-4 April.
- [7] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2009), "Network relationships and marketing in Italian small firms. Some evidences from the furnishing industry", *8th International Congress Marketing Trends*, Paris, January 16-17.
- [8] Grandinetti R., Tabacco R. (2003), "Industrial Districts in a Knowledge-based Perspective: The Role of Knowledge Transfer and Knowledge Combination", *Cluster, industrial districts and firms: the challenge of globalization*, Conference in honour of Sebastiano Brusco, University of Modena and Reggio Emilia, 12-13 settembre.

4.4. Working paper e mimeos

- [1] Bettiol M., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Internationalization strategies of luxury firms in China: the role of design and marketing capabilities", *"Marco Fanno" Working Papers*, Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali "M. Fanno", February, n. 157.
- [2] Tabacco R. (2010), "Evoluzione del ruolo del marketing in una PMI. Un caso studio", *Working paper series Management and Organization Studies*, Dipartimento di Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine.
- [3] Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2010), "Preconditions for marketing-through-networking strategies in SMEs. Some evidences from the Italian furnishing industry", *Working paper series Management and Organization Studies*. Dipartimento di Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine.
- [4] Bortoluzzi G., Moretti A., Tabacco R. (2009), "Percorsi di marketing in una media impresa in transizione: un caso aziendale tra orientamento al mercato e innovazione continua", *Working paper series Management and Organization Studies*, Dipartimento di Scienze Economiche, Università degli Studi di Udine.
- [5] Tabacco R. (2004), *La gestione della conoscenza nello sviluppo di nuove aziende*, Tesi di dottorato, mimeo, Udine.
- [6] Grandinetti R., Chiarvesio M., Guerra P., Tabacco R. (2002), *Le politiche commerciali e di marketing nel settore dell'arredamento. Ricerca sui distretti industriali del Livenza e del Quartier del Piave*, quaderno Profili economici 11, Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura Treviso, Treviso.

5. PARTECIPAZIONE A CONVEGNI

- (1) Balboni B., Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2014), "Beyond the entry phase. A study on the determinants of the export performance of the firm in emerging markets", 40th Eiba Conference, Uppsala, Sweden, 11-13 December.
- (2) Chiarvesio M., Mason C. M., Tabacco R. (2014), "I distretti industriali influenzano (ancora) l'internazionalizzazione delle imprese?", *Uscire dalla crisi. Città, Comunità e Specializzazione Intelligenti*, XXXV Conferenza scientifica annuale AISRe (Associazione italiana di scienze regionali), Padova, 11-13 September.
- (3) Balboni B., Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2014), "Internazionalizzazione e performance: strategie e competenze per la crescita nei mercati emergenti", *Food marketing: mercati, filiere, sostenibilità e strategie di marca*, Convegno annuale Società Italiana Marketing, Modena, 18-19 settembre.
- (4) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "What drives export performance in emerging markets? A resource-based approach", *Transnational firms, markets and institutions*, 39th EIBA Annual Conference, Bremen, 12-14 December.
- (5) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Le imprese del Nord Est nei mercati emergenti: strategie e performance", *Smart life: dall'innovazione tecnologica al mercato*, Convegno annuale Società Italiana Marketing, Milano, 3-4 ottobre.
- (6) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2013), "Comparing Exporters in Advanced and Emerging Markets: A Resource-based Approach", *Bridging the Divide: Linking IB to Complementary Disciplines and Practice*, Academy of International Business, Istanbul, Turkey, July 3-4.
- (7) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2012), "The role of distribution networks in supporting SMEs entering emerging markets. Some experiences from the Italian furniture sector", *Developing Networks in International Marketing and Purchasing*, IMP Workshop, Goa (India), 9-12 December.

- (8) Bettiol M., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2012), "Internationalization strategies of luxury firms in China: the role of design and marketing capabilities", *Competing and Cooperating in and for China*, Strategic Management Society, China, 14-16 December.
- (9) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2012), "Exporter a confronto. I risultati di una analisi empirica tra esportatori nei mercati emergenti e nei mercati avanzati", *Marketing internazionale ed effetto country of origin*, IX Convegno annuale Società Italiana Marketing, Benevento, 20-21 settembre.
- (10) Chiarvesio M., Di Maria E., Tabacco R. (2012), "Exporting in emerging markets: a comparison with firms approaching only advanced economies", *Social Innovation for Competitiveness, Organizational Performance and Human Excellence*, 12th EURAM Annual Conference, Rotterdam, 6th-8th June.
- (11) Grandinetti R., Tabacco R. (2012), "The Value of Spatial Proximity in Relationship Portfolio: A Case of Strategic Alignment", *Purchasing & Supply Chain Management in a Changing World*, 21st Annual Conference IPSERA, Napoli, 1-4 April.
- (12) Grandinetti R., Tabacco R. (2011), "Collaborative customization and innovation in business networks: how does proximity matter?", *IMP 2011 Conference*, Glasgow, August 30 - September 3.
- (13) Chiarvesio M., Tabacco R. (2011), "Strategie di internazionalizzazione commerciale nei mercati emergenti: un'analisi esplorativa sul made in Italy", *Mobilità nel rispetto dell'ambiente: una sfida per il marketing*, VIII Convegno annuale Società Italiana Marketing, Roma, 22-23 settembre.
- (14) Bonfanti A., Rossato C., Tabacco R. (2011), "Il mutualismo delle Banche di Credito Cooperativo: strumento per superare la crisi e favorire lo sviluppo sostenibile del territorio", *Aziende di servizi e servizi per le aziende. La ricerca di un percorso di sviluppo sostenibile per superare la crisi*, XXXIV Convegno annuale AIDEA, Perugia, 13-14 ottobre.
- (15) Bortoluzzi G., Moretti A., Tabacco R. (2009), "Percorsi di marketing in una media impresa in transizione: un caso aziendale tra orientamento al mercato e innovazione continua", *Convegno Società Italiana Marketing*, Milano, 2-3 ottobre.
- (16) Bortoluzzi G., Chiarvesio M., Tabacco R. (2009), "Network relationships and marketing in Italian small firms. Some evidences from the furnishing industry", *8th International Congress Marketing Trends, Paris*, 16-17 January.
- (17) Tabacco R. (2008), "Il nuovo ruolo delle banche nei processi di internazionalizzazione delle PMI", *Convegno Aidea Giovani*, Macerata, 25-26 gennaio.
- (18) Grandinetti R., Tabacco R. (2003), "Industrial Districts in a Knowledge-based Perspective: The Role of Knowledge Transfer and Knowledge Combination", *Cluster, industrial districts and firms: the challenge of globalization*, Conference in honour of Sebastiano Brusco, University of Modena and Reggio Emilia, 12-13 settembre.

6. PARTECIPAZIONE A PROGETTI DI RICERCA

Progetti che hanno ottenuto un finanziamento ministeriale per la ricerca (PRIN):

- a. 2008, Innovazione e globalizzazione: strategie di successo delle imprese italiane nei mercati emergenti - Un confronto intersettoriale (responsabile nazionale A. Moretti; responsabile locale A. Moretti);
- b. 2002, Knowledge management e formule imprenditoriali innovative (responsabile nazionale G. Volpato; responsabile locale A. Moretti);

7. ATTIVITA' DI INSEGNAMENTO

7.1 Corsi impartiti presso l'Università degli Studi di Udine

- (1) 2012-13, 2013-14, 2014-15: Marketing (Dipartimento di Scienze economiche e statistiche);
- (2) 2008-09, 2009-10, 2010-11, 2011-12: Marketing (Facoltà di Economia);
- (3) 2008-09, 2009-10: Marketing internazionale (Facoltà di Economia);
- (4) 2003-04, 2004-05, 2005-06, 2006-07, 2007-08: Marketing 1 (Facoltà di Economia);
- (5) 2003-04, 2004-05, 2005-06, 2006-07, 2007-08: Marketing 2 (Facoltà di Economia);
- (6) 2004-05, 2005-06, 2006-07, 2007-08: Economia e tecnica della pubblicità (Facoltà di Scienze e tecnologie multimediali).

7.2 Lezioni tenute presso master dell'Università degli Studi di Udine

- (1) 2007-08, 2008-09, 2009-2010, 2010-11: "Marketing e comunicazione" presso il Master di I livello per Operatore bancario;
- (2) 2004: "Imprenditorialità e rete come fonte di creazione del valore" presso il Master in Educazione ambientale per lo sviluppo sostenibile.

7.3 Altre lezioni impartite presso le seguenti organizzazioni:

Start cup (Università degli Studi of Udine), FVG labor, Azienda Formazione della Camera di Commercio di Udine, ENAIP Tolmezzo (UD), ENAIP Cordenons, IAL Pordenone (PN).

8. ALTRE ATTIVITA'

8.1. Organizzazione di workshop scientifici

- [1] Partecipazione al comitato organizzativo del workshop "La crescita delle PMI nei mercati emergenti: una sfida aperta", presso l'Università degli Studi di Udine (7 giugno 2013).
- [2] Partecipazione all'organizzazione del workshop "Knowledge management e innovazione: un confronto intersettoriale", presso l'Università di Udine (17 giugno 2007);

8.2. Attività organizzative svolte presso il Dipartimento (o la Facoltà) di appartenenza

- [1] Membro della Commissione didattica del corso di laurea in Economia aziendale (dal 10 giugno 2009 ad oggi).