

---

AFFILIATE PROFESSOR

**Innovation**

**BORIS.DURISIN@SDABOCCONI.IT**

---

# Biografia

Boris Durisin è Affiliate Professor di Marketing and Sales presso SDA Bocconi School of Management. È anche Professore Associato presso ESCP Europe Business School-Paris Campus.

Presso SDA Bocconi, è stato membro del Management Team “EMMS – Executive Master in Marketing & Sales” (unitamente all'ESADE Business School e in collaborazione con la faculty della Cornell University). Tiene conferenze, offre consulenze e collabora con aziende, operanti nei settori elettronico, farmaceutico e delle telecomunicazioni, su piani di marketing, temi di market innovation e strategie di lancio sul mercato di prodotti inediti e di tecnologie radicalmente innovative.

Le sue ricerche si concentrano sulla innovazione di mercato (la modalità attraverso cui le aziende fronteggiano le innovazioni tecnologiche e creano nuovi mercati), sulla capacità di assorbimento (il riconoscimento del valore dell'innovazione e la capacità da parte delle imprese di acquisire, trasformare, assimilare o sfruttare nuove conoscenze) e la organizzazione ambidestra dell'innovazione (la capacità delle imprese di confrontarsi con e sviluppare innovazioni radicali e incrementali).

È autore di capitoli di libri e articoli che riguardano i temi da lui trattati. I suoi lavori sono stati pubblicati su journal quali Academy of Management Review, Journal of Product Innovation Management, e altre riviste accademiche di gran rilievo. È stato Visiting Professor presso l'Università Bocconi ed ha svolto attività di Visiting Scholar presso la Stern School of Business dell'Università di New York e la Sloan School of Management del MIT a Cambridge, MA.

Boris ha ottenuto la Laurea del programma MiM di CEMS, ottenendo un titolo sia dall' Universität St. Gallen e da HEC Paris; Ha conseguito il Dottorato di Ricerca presso l'Universität St. Gallen e ha seguito il programma ITP (International Teachers Programme) presso l'HEC di Parigi.

## Ambito di insegnamento

New Product Development

Design Thinking

Managerial Ethics and Responsible Leadership

B2B Marketing

Pricing and Revenue Management

---

## ARTICOLI SU RIVISTA SCIENTIFICA

DURISIN B., TODOROVA G.

**A study of the performativity of the “Ambidextrous Organizations” theory: neither lost in nor lost before translation**

Journal of Product Innovation Management, 2012, vol.29, no. S1, pp.53-75

DURISIN B., CALABRETTA G., OGLIENGO M.

**Uncovering the Intellectual Structure of Research in Business Ethics: A Journey through the History, the Classics, and the Pillars of Journal of Business Ethics**

Journal of Business Ethics, 2011, pp.499-524

DURISIN B., CALABRETTA G., PARMEGGIANI V.

**The Intellectual Structure of Product Innovation Research: A Bibliometric Study of the Journal of Product Innovation Management, 1984-2004**

Journal of Product Innovation Management, 2010, vol.27, no. 3, pp.437-451

DURISIN B., PUZONE F.

**Maturation of Corporate Governance Research, 1993-2007: An Assessment**

Corporate Governance: An International Review, 2009, vol.17, no. 3, pp.266-291

DURISIN B., TODOROVA G.

**Absorptive Capacity: Valuing a Reconceptualization**

Academy of Management Review, 2007, vol.32, no. 3, pp.774-786

---

## CONTRIBUTI IN VOLUME, CAPITOLI O SAGGI SCIENTIFICI

DURISIN B., VON KROGH G.

**Competitive Advantage, Knowledge Assets and the Role of Group-Level Effects. An Empirical Study of Global Investment Banking in *Strategies in Transition***

Bettis R. (a cura di), Blackwell Publishing, pp.35-80, 2005

---

## RAPPORTI DI RICERCA

DURISIN B.

**“The world is changing so rapidly I have little time to be astonished.” Some reflections on Leadership in High-Tech for addressing tectonic shifts and fault lines in our Society**

2020, ESCP Research Institute of Management (ERIM)

---