

سیدرضا جلال زاده

عضو هیات علمی دانشگاه خاتم



متولد: ۱۳۶۰/۲/۱۹

وضعیت تأهل: متأهل

وضعیت سربازی: معافیت غیر پزشکی

سوابق تحصیلی

دکتری مدیریت بازرگانی

گرایش: مدیریت بازاریابی

موسسه/دانشگاه: دانشگاه اصفهان

اصفهان

۱۳۹۲ - ۱۳۹۸

معدل: ۱۷.۷۵

دولتی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

گرایش: بازاریابی بین الملل

موسسه/دانشگاه: دانشگاه شهید بهشتی

تهران

۱۳۸۲ - ۱۳۸۵

معدل: ۱۶.۷۵

دولتی

کارشناسی مدیریت بازرگانی

موسسه/دانشگاه: دانشگاه علامه طباطبائی

تهران

۱۳۷۸ - ۱۳۸۲

معدل: ۱۷.۲۰

دولتی

دیپلم علوم تجربی

موسسه/مدرسه: نمونه مردمی

۱۳۷۴ - ۱۳۷۸

معدل: ۱۹.۱۵

دولتی

سوابق آموزشی

عضو هیئت علمی دانشگاه خاتم هم اکنون

تهران

آغاز همکاری از ۱۳۹۳

وظایف و دستاوردها

■ تدریس درس های تحقیقات بازاریابی، رفتار مصرف کننده، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی صنعتی، بازاریابی و مسائل بازاریابی، مدیریت بازاریابی پیشرفته، مدیریت تبلیغات و برند، بازاریابی بین الملل، استراتژی های بازرگانی بین الملل و مدیریت استراتژیک بازاریابی در گروه های مدیریت بازرگانی، مهندسی صنایع و اقتصاد در مقطع کارشناسی ارشد

مدرس مدعو دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی

آغاز همکاری از ۱۳۹۹

وظایف و دستاوردها

■ تدریس درس مدیریت استراتژیک بازاریابی در مقطع کارشناسی ارشد

مدرس مدعو موسسه عالی بانکداری بانک مرکزی ایران

۱۳۹۳ - ۱۳۹۷

وظایف و دستاوردها

■ تدریس درس مدیریت بازاریابی

مدرس مدعو اداره کل آموزش بانک مسکن

تهران

۱۳۸۶ - ۱۳۹۸

وظایف و دستاوردها

■ تدریس درس بازاریابی خدمات بانکی، اصول و فنون مذاکرات تجاری، مشتری مداری و تکريم ارباب رجوع در سطوح شغلی مختلف

r.jalalzadeh@khatam.ac.ir

۰۲۱-۸۹۱۷۴۹۲۱-۳

www.drjalalzadeh.com

تهران، خیابان ملاصدرا، خ شیراز
شمالی، خ دانشور شرقی، پلاک ۱۷،
دانشگاه خاتم، طبقه ششم

زبان

انگلیسی

مهارت خواندن

مهارت نوشتن

مهارت گفتاری

مهارت شنیداری

◀ مدیر مرکز آموزش‌های تخصصی و مهارت افزایی دانشگاه خاتم

تهران
آغاز همکاری از اسفند ۱۳۹۹ - تاکنون

◀ عضویت شورای آموزش و تحصیلات تکمیلی دانشگاه خاتم

تهران
آغاز همکاری از مهر ۱۴۰۰ - تاکنون

◀ مدیر نظارت، ارزیابی و کیفیت آموزشی دانشگاه خاتم

تهران
مهر ۱۴۰۰ - خرداد ۱۴۰۲

◀ عضو کارگروه نوآوری، بازاریابی و تبلیغات بانک مسکن با حکم مدیرعامل وقت

تهران
۱۳۹۲ - ۱۳۹۳

◀ دبیر و عضو کمیته عالی بازاریابی بانک مسکن با حکم مدیر عامل وقت

تهران
۱۳۹۰ - ۱۳۹۱

◀ رئیس واحد بازاریابی، تحقیق و توسعه اداره کل بازاریابی بانک مسکن

تهران
۱۳۹۰ - ۱۳۹۸

◀ عضو هیات تحقیق و تفحص از نظام بانکی کشور در کمیته بازاریابی، تجهیز منابع و امور شعب بانک مرکزی

تهران
۱۳۸۷ - ۱۳۸۷

◀ موسس و رئیس واحد بازاریابی اداره کل حوزه مدیریت بانک مسکن

تهران
۱۳۸۶ - ۱۳۸۸

◀ کارشناس اداره طرح و برنامه بانک مسکن

تهران
۱۳۸۶ - ۱۳۸۷

◀ کارشناس مرکز تحقیقات بازاریابی بانک کشاورزی

۱۳۸۵ - ۱۳۸۵

عضویت در کنفرانس‌های علمی

◀ عضو هیئت تحریریه نشریه علمی-پژوهشی مدیریت استراتژیک هوشمند

خرداد ماه ۱۴۰۴

◀ عضو کمیته علمی پنجمین همایش ملی مدیریت دانش و کسب وکارهای الکترونیکی با رویکرد اقتصاد دانش بنیان و هوشمندسازی

خرداد ماه ۱۴۰۲

◀ عضو کمیته علمی اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت کسب‌وکار

بهمن ماه ۱۴۰۰

◀ مهارت‌های حرفه‌های شناسایی و حل مسئله در کسب‌وکار، بازاریابی و فروش

ناشر: چاپ و نشر بازرگانی

سال ۱۴۰۴

◀ استراتژی جهانی بازرگانی

ناشر: دانشگاه خاتم

سال ۱۴۰۴

◀ خرده فروشی و مدیریت فروشگاه

ناشر: دانشگاه خاتم

سال ۱۴۰۴

◀ مدیریت بحران و انسان مبارز

ناشر: دانشگاه خاتم

آبان ۱۴۰۳

◀ دیپلماسی و نفوذ حداکثری

ناشر: دانشگاه خاتم

آبان ۱۴۰۳

◀ استراتژی، بازاریابی و فروش

ناشر: انتشارات مهربان

آبان ۱۴۰۳

◀ کتاب اجرای استراتژی قیمت‌گذاری (عملیاتی کردن استراتژی‌های قیمت‌گذاری)

ناشر: ادیبان روز

مهر ۱۴۰۰

◀ کتاب بازاریابی مد

چاپ چهارم

ناشر: ادیبان روز

اسفند ۱۳۹۹

◀ کتاب مدیریت استراتژیک خرده فروشی (مطالعه موردی خرده‌فروشی‌های سنتی تا خرده‌فروشی‌های آنلاین بین المللی)

چاپ دوم

ناشر: ادیبان روز

اردیبهشت ۱۳۹۹

◀ کتاب مدل کسب‌وکار (راه توسعه محصولات جدید، خلق ارزش بازار، ایجاد رقابت نابرابر)

چاپ سوم

ناشر: ادیبان روز

آذر ۱۳۹۸

◀ کتاب مدیریت استراتژیک برند

چاپ سوم

ناشر: ادیبان روز

دی ۱۳۹۷

◀ کتاب اصول برندسازی در کسب‌وکارهای بزرگ

ناشر: ادیبان روز

تیر ۱۳۹۵

تأثیر بحران برند بر گسست هویت و مخالفت مصرف‌کننده از برند

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مطالعات رفتار مصرف‌کننده

فروردین ۱۴۰۵

مشترک با خانم پرنیان رحمتی، خانم مهسا لطفیان مقدم

بررسی تأثیر هوش مصنوعی، نوآوری محصول و نوآوری فرایند بر عملکرد شرکت‌ها، با توجه به نقش تعدیل‌گری حمایت رهبری

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مدیریت استراتژیک هوشمند

مهر ۱۴۰۴

مشترک با خانم دکتر سونا بایرام‌زاده، خانم سمانه جلیلی

بررسی تأثیر اصول اخلاقی محاسبات شناختی در بازاریابی دیجیتال بر بهبود شهرت سازمانی

ناشر: مجله علمی و پژوهشی راهبردهای نوآورانه توسعه کسب‌وکارها

مهر ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر طهمورث حسینی‌پور یاسوری، آقای عادل غلامشاهی

شناسایی شاخص‌های کلیدی عملکرد استراتژی بازاریابی محتوا در بازاریابی دیجیتال کسب‌وکارهای نوپا در صنعت خدمات آنلاین

ناشر: مجله علمی و پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین

شهریور ۱۴۰۴

مشترک با خانم دکتر مریم دانشور، آقای سالار کشاورز هدایتی

بررسی عوامل موثر بر استفاده واقعی از فناوری بازاریابی دیجیتال هوشمند

ناشر: مجله علمی و پژوهشی فصلنامه پژوهشنامه مدیریت اجرایی

مرداد ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر سیدحمید خداداد حسینی، خانم حدیث لایق‌مند

تأثیر کاربرد هوش مصنوعی و یادگیری هوشمند بر تفکر استراتژیک و عملکرد با نقش تعدیل‌کننده اخلاق فردی

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مدیریت و چشم‌انداز آموزش

خرداد ۱۴۰۴

مشترک با خانم دکتر سونا بایرام‌زاده، خانم زهرا حیات مهر

تأثیر فعالیتهای بازاریابی چت‌بات بر رابطه مشتری با برند (مورد مطالعه: مشتریان چت‌بات سایت فروشگاه‌های ایرانی ۲۴)

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مدیریت بازاریابی هوشمند

تیر ۱۴۰۴

مشترک با خانم دکتر سونا بایرام‌زاده، خانم عارفه عطاری

تأثیر همخوانی خودپنداره و دلبستگی به برندهای لوکس بر قصد خرید مصرف‌کننده

ناشر: مجله علمی و پژوهشی فصلنامه علمی مدیریت برند

فروردین ۱۴۰۴

مشترک خانم دکتر فاطمه کریمی جعفری، آقای علی زند بیگلری

تأثیر یکپارچگی کانال‌های چندگانه در استراتژی کانال همه‌کاره بر تجربه و بازگردانی مشتریان در صنعت خرده‌فروشی

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی

فروردین ۱۴۰۴

مشترک با خانم شراره ایلاتلو، خانم مهسا لطفیان مقدم

تأثیر محرک‌های فناوری هوش مصنوعی و چت‌بات‌ها بر تجربه هوشمند مشتریان و بازاریابی توصیه‌ای بر اساس چارچوب محرک - ارگانیزم - پاسخ

پاسخ

ناشر: مجله علمی و پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی

اسفند ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم مهسا لطفیان مقدم

بررسی عوامل موثر بر تمایل مصرف‌کنندگان به خرید و رفتار خرید بیان‌شده نسبت به مواد غذایی ارگانیک یک با نقش تعدیل‌کننده دفعات خرید

ناشر: مجله علمی و پژوهشی فصلنامه علمی دانش نو در مدیریت بازاریابی

آذر ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، آقای مهدی پنیریان

تأثیر ویژگی‌های نوآورانه و نگرش بر قصد استفاده از برنامه‌های کاربردی خرید مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده با نقش میانجی ارزش ادراک شده

ناشر: راهبردهای نوآورانه توسعه کسب وکارها

تیر ۱۴۰۳

مشترک با خانم دکتر کریمی جعفری، خانم الناز شکیبائی

◀ تاثیر ادراک مشتری از رعایت اصول اخلاقی خرده‌فروشان الکترونیکی بر تجربه خرید آنلاین و رضایت مشتری و باورهای اخلاقی

ناشر: مجله علمی و پژوهشی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی

خرداد ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم کیمیا کشاورز سرکار

◀ عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از برنامه وفاداری هدیه نقدی مبتنی بر مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری در خریدهای آنلاین

(مورد مطالعه: دیجی‌کالا)

ناشر : راهبردهای نوآورانه توسعه کسب وکارها

فروردین ۱۴۰۳

مشترک با خانم یاسمین صادقی

◀ بررسی عوامل مقاومت مشتریان در پذیرش و استفاده از خدمات بانک‌های تمام دیجیتال (مورد مطالعه: شعب شهر تهران بانک پاسارگاد)

ناشر : فصلنامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی

دی ۱۴۰۲

مشترک با خانم دکتر مریم دانشور، خانم نگین ربیعی

◀ بررسی تاثیر ویژگی‌های تاثیرگذاران در رسانه‌های اجتماعی بر نگرش و قصد خرید مشتریان با نقش میانجی خودبیانگری برند

ناشر : مجله علمی و پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

آذر ۱۴۰۲

مشترک با آقای علی اکبر حسین پور

◀ تاثیر ویژگی‌های پلتفرم‌های مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده بر پاسخ‌های رفتاری و شناختی مشتریان

ناشر: مجله علمی و پژوهشی مدیریت بازاریابی هوشمند

فروردین ۱۴۰۲

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم مهدیه شیرانی

◀ بررسی اثر اصول بازی وارسازی بر درگیری مشتری با توجه به نقش میانجی امید و وسواس (مورد مطالعه: اپلیکیشن اسنپ)

ناشر : مجله علمی و پژوهشی چشم انداز مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی

آبان ۱۴۰۱

مشترک با آقای محمودرضا افرا

◀ تاثیر ویژگی‌های فناوری تعاملی واقعیت افزوده بر هویت فناوری اطلاعات در خرده‌فروشی‌های الکترونیکی

ناشر : مجله علمی و پژوهشی فصلنامه رسانه

آبان ۱۴۰۱

مشترک با خانم مهتاب قادریور

◀ تاثیر منابع نامشهود و جهت گیری کارآفرینی بین‌المللی بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های صادر کننده

فراورده‌های نفتی و پتروشیمی

ناشر : مجله علمی راهبرهای نوآورانه توسعه کسب‌وکارها

مرداد ۱۴۰۰

مشترک با خانم آمنه دورقی

◀ طراحی الگوی عملکرد برند مبتنی برارزش ویژه برند از دیدگاه مشتری در نظام بانکی ایران (مورد مطالعه: شعب منتخب بانک‌های دولتی شهر

تهران)

ناشر : مجله علمی، پژوهشی پژوهش‌های مدیریت در ایران دانشگاه تربیت مدرس

آذر ۱۳۹۷

مشترک با آقای دکتر علی کاظمی و خانم دکتر آذرنوش انصاری

AI-Powered Smart Customer Experience: Examining the Influence of Artificial Intelligence Stimuli and Chatbots

ناشر: International Journal of Digital Content Management

تیر ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم مهسا لطفیان مقدم

The Impact of Augmented Reality-Based Platforms on Customer Behavioral Responses in Customer Travel

ناشر: AI and Tech in Behavioral and Social Sciences

فروردین ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم مهدیه شیرانی

Investigating the factors influencing the adoption of e-commerce in small and medium-sized companies using the push-pull framework

ناشر: Journal of System Management

مرداد ۱۴۰۳

مشترک با آقای سید محمد شهاب صدرالسادات، خانم مهسا لطفیان مقدم

The impact of a brand's country of origin and manufacturer on customers' perceptions of a country's institutional environment and their purchasing decisions taking into account the moderating role of beliefs arising from customer trust

ناشر: Journal of System Management

شهریور ۱۴۰۲

مشترک با آقای امیر مومنی

Developing a Brand Performance Model Based on Customer-based Brand Equity in the Market of Iran's Banking Services

ناشر: Int. J. of Business Excellence

فروردین ۱۴۰۰

مشترک با آقای دکتر علی کاظمی، خانم دکتر آذرنوش انصاری

بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بر رفتار مشتریان در خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)

ناشر: فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای نوین در علوم مدیریت

تیر ۱۴۰۲

ارزش نشان تجاری در صنعت بانکداری

ناشر: مجله تدبیر

تیر ۱۳۹۲

مشترک با خانم مهناز اختیاری

فرآیند تصمیم گیری مشتریان (مدل‌ها، اجزاء و فرآیندها)

ناشر: مجله بانک و مسکن

۱۳۸۶

مدیریت ارتباط با مشتریان

ناشر: مجله بانک و مسکن

۱۳۸۶

◀ تاثیر قابلیت نوآوری و انعطاف‌پذیری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی مزیت رقابتی

ناشر : دهمین کنفرانس بین المللی و یازدهمین کنفرانس ملی یافته‌های نوین در مدیریت، روان‌شناسی و حسابداری

مرداد ۱۴۰۴

مشترک با آقای علیرضا موتمنی، آقای مهدی عامریان

◀ تاثیر نوآوری در رویه‌های منابع انسانی و ظرفیت‌های نوآوری بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان با نقش میانجی مزیت رقابتی

ناشر : دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی

اردیبهشت ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، خانم یکتا جعفری

◀ بررسی تاثیر ارزش ادراک شده و تحویل به موقع کالا بر قصد خرید مجدد با نقش میانجی رضایت از خرید آنلاین

ناشر : دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی

اردیبهشت ۱۴۰۴

مشترک با آقای سیدحمید خداداد حسینی، خانم کیمیا محمدی

◀ بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد صادرات با نقش میانجی نوآوری، ظرفیت بازاریابی بین‌المللی و نقش تعدیلگر پذیرش فناوری‌های دیجیتال

ناشر : هفتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و صنعت

خرداد ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر وحید ناصحی‌فر، آقای محمد طولابی

◀ تاثیر بازاریابی افراد تاثیرگذار بر رفتار خرید با در نظر گرفتن نقش تعدیلگر تناسب افراد تاثیرگذار

ناشر : بیستمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی در ایران

اردیبهشت ۱۴۰۴

مشترک با آقای دکتر سیدمهدی جلالی، آقای سیدمحمدامین پیش‌بین

◀ بررسی تاثیر انتظارات بر قصد کارکنان در پذیرش و حمایت از تحول دیجیتال محیط کار در صنعت بانکداری

ناشر : دهمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته‌ای در مدیریت و مهندسی

شهریور ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی، آقای مهدی بختیاری حجت

◀ تاثیر کیفیت تجربه از واقعیت‌افزوده بر ارزش درک شده مشتریان با نقش میانجی نگرش در خرده‌فروشی آنلاین

ناشر : سومین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری

دی ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر سیدمهدی جلالی، خانم سعیده ولی‌زاده

◀ تاثیر ابعاد نوآوری‌های زیست‌محیطی و استراتژی‌های نوآوری باز بر عملکرد تجاری پایدار شرکت‌ها با نقش تعدیل‌کننده آشفته‌گی بازار

ناشر : سومین کنفرانس بین‌المللی و چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب‌وکار

اردیبهشت ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر وحید ناصحی‌فر، آقای سینا رحیمی‌پور

◀ ارائه الگویی جهت مدیریت چرخه عمر مسکن مبتنی بر دفتر کل توزیع شده

ناشر : سومین کنفرانس بین المللی و چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب‌وکار

اردیبهشت ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر محمد طهرانی، آقای علیرضا قاسملوییان

◀ تأثیر مدیریت استراتژیک برند بین المللی بر عملکرد صادرات با نقش تعدیل‌گری شدت رقابت در بازار خارجی، عدم تطابق خریدار خارجی، سیاست

صادرات ملّ و فضای رقابتی بازار داخلی

ناشر : هفتمین کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته‌ای در مدیریت و مهندسی

اردیبهشت ۱۴۰۳

مشترک با آقای دکتر ناصحی‌فر، خانم سحر حق نظری

◀ تأثیر بازی‌وارسازی بر درگیری و قصد استفاده مستمر کاربران برنامه‌های موبایلی (مورد مطالعه: برنامه پرداخت الکترونیکی ۷۲۴)

ناشر : اولین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، مدیریت و کامپیوتر

آذر ۱۴۰۲

مشترک با آقای رسول محمدی

◀ بررسی تأثیر تجربه پیش از مصرف بر ترجیح برند ارزش درک‌شده مصرف‌کنندگان (مورد مطالعه: مشتریان لوازم‌آرایی منطقه ده تهران)

ناشر : دومین کنفرانس ملی تحقیقات کاربردی در علوم مدیریت و حسابداری نوین

اسفند ۱۴۰۲

مشترک با آقای دکتر محمدرضا کریمی علویچه، آقای مجید جباری نسب مهربانی

تاثیر بیگانه‌گرایی بر تمایل به خرید کالای خارجی با بررسی نقش میانجی کیفیت ادراک شده، نگرش به محصول و نقش تعدیل‌گری پذیرش فرهنگی در ایران (مورد مطالعه جامعه مصرف‌کنندگان لوازم‌خانگی)

ناشر : اولین کنفرانس بین المللی نوآوری، رشد و توسعه در حوزه مدیریت، حسابداری و علوم انسانی

بهمن ۱۴۰۲

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی ساری، آقای علیرضا خادمی حاجی آبادی

بررسی تاثیر انگیزه بر درگیری مشتریان در رسانه‌های اجتماعی باتوجه به نقش میانجی تجربه برند

ناشر : دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی صنایع

اسفند ۱۴۰۲

مشترک با آقای دکتر سید مهدی جلالی، آقای مجید بیرامی

بررسی تاثیر ویژگی های بازی وارسازی بر ارزش ویژه برند با در نظر گرفتن نقش میانجی درگیری برند در جوامع مجازی برند (مورد مطالعه: کاربران دیجی‌کالا)

ناشر : پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار

مرداد ۱۴۰۲

مشترک با خانم آرزو نائمی

بررسی تاثیر مشارکت فرهنگی پایدار، هویت برند مقصد و شهرت برند مقصد بر اعتبار برند مقصد با نقش میانجی دلبستگی برند مقصد (مورد مطالعه استان تهران)

ناشر : ششمین کنفرانس ملی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری

مرداد ۱۴۰۲

مشترک با آقای دکتر سید مهدی جلالی، آقای امیر قاسم فتحعلی زاده

بررسی تاثیر ارزش‌های درک شده بازاریابی محتوایی برندهای لوکس در رسانه‌های اجتماعی بر تجربه مشتری و وفاداری برند با درنظر گرفتن نقش تعدیل‌گر درگیری ذهنی محصول (مورد مطالعه برند نوین چرم)

ناشر : اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد

اردیبهشت ۱۴۰۲

مشترک با خانم فاطمه گوهری

بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بر رفتار مشتریان در خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا)

ناشر : هفتمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری

اردیبهشت ۱۴۰۲

مشترک با خانم مبینا عظیم بیک

بررسی عوامل مؤثر بر ارزش ادراک شده خرید مشتریان از طریق فناوری خرده فروشی هوشمند، نقش تعدیل‌گر نوگرایی مصرف‌کننده (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا)

ناشر : پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری

شهریور ۱۴۰۱

مشترک با خانم مرضیه بابایی

بررسی تاثیر محرک‌های مشارکت مصرف کننده در خدمات پرداخت موبایلی

ناشر : سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب وکار و اقتصاد

تیر ۱۴۰۱

مشترک با آقای اشکان ساکی‌پور

تاثیر فعالیت‌های بازاریابی بر ارزش ویژه برند خدمات با میانجی‌گری تجربه برانگیخته (مورد مطالعه: شعب منتخب بانک ملی شهر تهران)

ناشر : چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار

بهمن ۱۴۰۰

مشترک با خانم زهرا فریدون

تأثیر عوامل فناورانه، سازمانی و محیطی بر تمایل به پذیرش تجارت اجتماعی در شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدکننده محصولات غذایی بسته‌بندی شده)

ناشر : اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد

آبان ۱۴۰۰

مشترک با خانم سیده فاطمه حسینی

تاثیر درک مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتارهای فرا نقشی مشتری با توجه به نقش معنویت مشتری و دلبستگی عاطفی به برند (مورد مطالعه: مشتریان شعب بانک پاسارگاد شهر تهران)

ناشر : اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد

آبان ۱۴۰۰

مشترک با خانم آناهیتا عزیزی

شناسایی انگیزه‌های استراتژی‌های تبلیغاتی و انتقال پیام در بازاریابی ویروسی (مورد مطالعه: مشتریان شرکت مبین نت)

ناشر : هشتمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت

شهریور ۱۴۰۰

مشترک با خانم بهناز احمدزاده

بررسی اثر تعدیل‌کنندگی فناوری تعاملی واقعیت افزوده بر رابطه بین عشق به برند و ارجاع به خود در محیط خرده‌فروشی‌های الکترونیکی

ناشر : چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین‌المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار

شهریور ۱۴۰۰

مشترک با خانم مهتاب قادرپور

بررسی تاثیر باورهای عملکردی و ذهنی بر روی حساسیت و ترجیح برند در تصمیمات خریداران سازمانی شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات حرفه‌ای در بازارهای صنعتی

ناشر : چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین‌المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار

شهریور ۱۴۰۰

مشترک با آقای مهدی جلالوند

بررسی و تبیین مدل قصد خرید الکترونیکی از وب‌سایتهای خرید گروهی بر مبنای ارزش درک شده و رضایت مشتری با نقش میانجی تعهد ارتباطی و اعتماد مشتری

ناشر : کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه پایدار

آبان ۱۳۹۸

مشترک با دکتر امیر مانیان، غزاله یداللهی

ارزش نام و نشان تجاری در صنعت بانکداری

ناشر : نخستین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی

آذر ۱۳۸۸

مشترک با خانم مهناز اختیاری

عوامل موثر بر وفادارسازی مشتریان به مارک تجاری

ناشر : سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت بازاریابی

آذر ۱۳۸۷

مشترک با آقای دکتر عباسعلی حاجی کریمی

رهبری استراتژیک سازمان‌های مجازی

فروردین ۱۳۸۵

ناشر : دومین کنفرانس مدیریت در دانشگاه شهید بهشتی

How Risk and Reward Language Shapes Social Media Diffusion of Sustainability

ناشر : چهارمین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری

شهریور ۱۴۰۴

مشترک با خانم سونا بایرام‌زاده، سیاوش صابری

The impact of online shopping convenience on customer satisfaction, encourage e-WOM and behavioral intention

ناشر : rd³ conference on Industrial Engineering, Economics and Management

اسفند ۱۳۹۹

مشترک با خانم زهرا قاسم‌خانی، خانم گلناز سلیمانی

- ◀ **شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر تمایل به پذیرش استفاده از هوش مصنوعی در فعالیتهای خدماتی (مورد مطالعه مشتریان بانک پاسارگاد شهر تهران)**
 درحال انجام
 دانشجو: مریم امیرسیافی
- ◀ **تاثیر تجربه مشتریان بر رفتارهای تعاملی مشتریان با نقش میانجی تعهد در خرده فروشی های آنلاین (مورد مطالعه: مشتریان دیجی کالا)**
 درحال انجام
 دانشجو: هنگامه میرزائی
- ◀ **شناسایی و اولویت بندی شاخص های کلیدی عملکرد استراتژی بازاریابی محتوا در بازاریابی دیجیتال کسب وکارهای نوپا در صنعت خدمات آنلاین**
 درحال انجام
 دانشجو: سالار کشاورز هدایتی
- ◀ **تاثیر مشارکت مدیریت ارشد بر استفاده از رسانه های اجتماعی و عملکرد شرکت ها با بررسی نقش میانجی قابلیت های مدیریت ارتباط با مشتری (مورد مطالعه: شرکت ایرانسل)**
 درحال انجام
 دانشجو: زهرا یازوکی
- ◀ **تاثیر استفاده استراتژیک از چت بات های رسانه های اجتماعی بر توسعه روابط مصرف کننده-برند (مورد مطالعه: کسب وکارهای اینترنتی)**
 شهریور ۱۴۰۴
 دانشجو: فاطمه رفیعی کنجین
- ◀ **تاثیر هوش مصنوعی، نوآوری محصول و نوآوری فرآیند بر عملکرد شرکت ها با نقش تعدیل گری حمایت رهبری (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط در تهران)**
 تیرماه ۱۴۰۴
 دانشجو: سمانه جلیلی
- ◀ **تاثیر خودانگاره و دلبستگی به برند بر خرید وسواسی و پرخاشگری کلامی با نقش تعدیل کنندگی سن مصرف کننده (مورد مطالعه: مصرف کنندگان پوشاک زنانه در شهر تهران)**
 بهمن ۱۴۰۳
 دانشجو: پگاه پیل رام
- ◀ **تأثیر همخوانی خودپنداره و دلبستگی به برندهای لوکس در رسانه های اجتماعی بر قصد خرید مصرف کننده (مورد مطالعه: صنعت پوشاک و مد)**
 دی ۱۴۰۳
 دانشجو: علی زندیگلری
- ◀ **بررسی تاثیر تبلیغات تلفن همراه مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده بر قصد خرید و تجربه اجتماعی مشترک مشتریان (مورد مطالعه: مصرف کنندگان شهر تهران)**
 مهر ۱۴۰۳
 دانشجو: بهاره رنجبراسفندآبادی
- ◀ **بررسی عوامل موثر بر تمایل مصرف کنندگان به خرید و رفتار خرید بیان شده نسبت به مواد غذایی ارگانیک با نقش تعدیل کننده دفعات خرید (مورد مطالعه: استان اصفهان)**
 شهریور ۱۴۰۳
 دانشجو: مهدی پنیریان
- ◀ **تاثیر محرک های فناوری هوش مصنوعی و چت بات ها بر تجربه هوشمند مشتریان و بازاریابی توصیه ای با نقش تعدیل کننده آمادگی فناوری در کسب وکارهای پلتفرمی بر اساس چارچوب محرک - ارگانیزم - پاسخ (مورد مطالعه: کاربران اپلیکیشن اسنپ)**
 شهریور ۱۴۰۳
 دانشجو: مهسا لطفیان مقدم
- ◀ **تاثیر یکپارچگی کانال های چندگانه در استراتژی کانال همه کاره بر تجربه و بازگردانی مشتریان در صنعت خرده فروشی با نقش تعدیل کننده خریدسنجی حضوری (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی اگالا)**
 اسفند ۱۴۰۲
 دانشجو: شراره ایلانلو
- ◀ **تاثیر ادراک مشتری از رعایت اصول اخلاقی خرده فروشان الکترونیکی بر تجربه خرید آنلاین و رضایت مشتریان با بررسی نقش میانجی باورهای اخلاقی (مورد مطالعه: مشتریان دیجی کالا)**
 بهمن ۱۴۰۲
 دانشجو: کیمیا کشاورز سرکار

◀ **تأثیر بازی‌وارسازی بر درگیری و قصد استفاده مستمر کاربران برنامه‌های موبایلی (مورد مطالعه: برنامه پرداخت الکترونیکی ۷۲۴)**

بهمن ۱۴۰۲

دانشجو: رسول محمدی چابکی

◀ **تأثیر بحران برند بر گسست هویت و مخالفت مصرف کننده از برند (مورد مطالعه: برند میهن)**

بهمن ۱۴۰۲

دانشجو: پرینان رحمتی

◀ **بررسی تأثیر فناوری هوش مصنوعی و واقعیت ترکیبی تعاملی بر درگیری مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان اسنپ فود)**

بهمن ۱۴۰۲

دانشجو: نیوشا رستگار پناه

◀ **بررسی عوامل موثر بر پذیرش تجارت الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از چارچوب فشار - کشش (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدکننده و فروشنده سنگ ساختمانی در ایران)**

مهر ۱۴۰۲

دانشجو: سیدمحمد شهاب صدر السادات

◀ **تأثیر ویژگی‌های پلتفرم‌های مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده بر پاسخ‌های رفتاری و شناختی مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان محصولات طراحی داخلی ساختمان و مبلمان شهر تهران)**

شهریور ۱۴۰۲

دانشجو: مهدیه شیرانی

◀ **تأثیر ویژگی‌های نوآورانه و نگرش بر قصد استفاده از برنامه‌های کاربردی خرید مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده با نقش میانجی ارزش ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان برنامه‌های خرید غذا و رزرو رستوران)**

شهریور ۱۴۰۲

دانشجو: الناز شکیبائی

◀ **بررسی تأثیر ویژگی‌های بازی‌وارسازی بر ارزش ویژه برند با در نظر گرفتن نقش میانجی درگیری برند در جوامع مجازی برند (مورد مطالعه: کاربران دیجی‌کالا)**

شهریور ۱۴۰۲

دانشجو: آرزو ناظمی

◀ **بررسی تأثیر انگیزه بر درگیری مشتریان در رسانه‌های اجتماعی با توجه به نقش میانجی تجربه برند(مورد مطالعه: رسانه اجتماعی اینستاگرام)**

مرداد ۱۴۰۲

دانشجو: مجید بیرامی

◀ **تأثیر کشور مبدأ برند و کشور تولیدکننده برند بر ادراکات مشتری از محیط نهادی کشورها و تصمیمات خرید مشتریان با توجه به نقش تعدیل‌گری باورهای برآمده از اعتماد مشتری (مورد مطالعه : گوشی‌های موبایل برند اپل)**

دی ۱۴۰۱

دانشجو: امیر مومنی

◀ **بررسی تأثیر انتظارات بر قصد کارکنان در پذیرش و حمایت از تحول دیجیتال در محیط کار در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک پارسیان)**

مهر ۱۴۰۱

دانشجو: مهدی بختیاری حجت

◀ **بررسی اثر چابکی بازاریابی بر عملکرد شرکت‌ها در بازارهای نوظهور (مورد مطالعه: شرکت نوین چرم)**

مهر ۱۴۰۱

دانشجو: امیر رضا شریعتی

◀ **بررسی تأثیر ویژگی‌های اینفلوئنسرها در رسانه‌های اجتماعی بر نگرش و قصد خرید مشتریان با بررسی نقش میانجی خودبیانگری برند (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان آرایشی بهداشتی کاربر اینستاگرام)**

مهر ۱۴۰۱

دانشجو: علی اکبر حسین پور

◀ **بررسی عوامل مقاومت مشتریان در پذیرش و استفاده از خدمات بانک های تمام دیجیتال (مورد مطالعه: بانک پاسارگاد شعب شهر تهران)**

شهریور ۱۴۰۱

دانشجو: نگین رفیعی

◀ **بررسی تأثیر ارزش‌های درک شده بازاریابی محتوای برندهای لوکس در رسانه های اجتماعی بر تجربه مشتری و وفاداری برند با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر درگیری ذهنی محصول (مورد مطالعه: برند نوین چرم)**

شهریور ۱۴۰۱

دانشجو: فاطمه گوهری

◀ **بررسی تأثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بر رفتار مشتریان در خریده‌های آنلاین (مورد مطالعه فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: مبینا عظیم بیک

◀ **بررسی عوامل موثر بر ارزش ادراک شده خرید مشتریان از طریق فناوری خرده فروشی هوشمند، نقش تعدیلگر نوگرایی مصرف کننده (مورد مطالعه: فروشگاه خرده فروشی اینترنتی دیجی کالا)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: مرضیه بابایی

◀ **بررسی اثر اصول بازی‌وارسازی بر درگیری مشتری با توجه به نقش میانجی امید و وسواس (مورد مطالعه: اپلیکیشن اسنپ)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: محمودرضا افرا

◀ **عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از برنامه وفاداری هدیه نقدی مبتنی بر مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری در خریده‌های آنلاین (مورد مطالعه: دیجی کالا)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: یاسمین صادقی

◀ **بررسی تاثیر ویژگی‌های فناوری تعاملی واقعیت افزوده بر عشق به برند در محیط خرده فروشی‌های الکترونیکی (مورد مطالعه: دیجی استایل)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: مهتاب قادریور

◀ **تاثیر درک مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتارهای فرانقشی مشتری با توجه به نقش معنویت مشتری و تدلبستگی عاطفی به برند(مورد مطالعه: مشتریان شعب بانک پاسارگاد شهر تهران)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: آناهیتا عزیزی

◀ **تأثیر عوامل فناورانه، سازمانی و محیطی بر تمایل به پذیرش تجارت اجتماعی در شرکت‌های کوچک و متوسط (موردمطالعه: شرکت‌های تولیدکننده محصولات غذایی بسته‌بندی شده)**

شهریور ۱۴۰۰

دانشجو: سیده فاطمه حسینی

◀ **تاثیر فعالیتهای بازاریابی بر ارزش ویژه برند خدمات با میانجی‌گری تجربه برانگیخته (موردمطالعه: شعب منتخب بانک ملی شهر تهران)**

شهریور ۱۴۰۰

دانشجو: زهرا فریدون

◀ **تأثیر مدیریت فرآیند کسب‌وکار و نرم‌افزار پیگیری و ردیابی کارجویان بر عملکرد فرایند استخدام شرکت‌ها (موردمطالعه: شرکت‌های خریدار نرم‌افزار)**

شهریور ۱۴۰۰

دانشجو: غزل شعبانی مژده

◀ **بررسی تاثیر محرک‌های مشارکت مصرف‌کننده در خدمات پرداخت موبایلی**

اسفند ۱۳۹۹

دانشجو: اشکان ساکی پور

◀ **تأثیر منابع نامشهود و جهت کارآفرینی بین‌المللی بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های صادرکننده فراورده‌های نفتی و پتروشیمی**

آذر ۱۳۹۹

دانشجو: آمنه دورقی

◀ **بررسی تاثیر ویژگی های تاثیر گذران در رسانه‌های اجتماعی بر قصد خرید مصرف کنندگان فست فودها**

آذر ۱۳۹۹

دانشجو: امیرحسین تاجیک

◀ **تأثیر چابکی بازاریابی بین المللی بر عملکرد بازاریابی بین المللی با توجه به نقش میانجی قابلیت نوآوری (مطالعه موردی روی اتحادیه صادرکنندگان فراورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران)**

مهر ۱۳۹۹

دانشجو: عمادالدین معادی خواه

◀ **تاثیر تبلیغات در محیط گوشی‌های هوشمند بر قصد خرید مصرف‌کنندگان لوازم خانگی (مطالعه موردی: فروشگاه‌های منتخب شرکت ال جی در شهر تهران)**

شهریور ۱۳۹۹

دانشجو: بهناز احمدزاده اردبیلی

◀ **بررسی تاثیر ارزش‌درك شده برند بر امید مصرف کننده و نتایج روابط مشتری و برند در محیط خرده فروشی اینترنتی**

شهریور ۱۳۹۸

دانشجو: حمیدرضا امینی

◀ ارتباط شادی، خریدهای بی برنامه و وفاداری برند(مطالعه موردی: فروشگاههای زنجیره‌ای شهروند)

بهمن ۱۳۹۶

دانشجو: شیوا تابش

◀ بررسی تاثیر متقابل تجربه مشتری با تعامل اجتماعی، سهولت و رضایت مشتری (مطالعه موردی فروشگاه شهروند)

شهریور ۱۳۹۶

دانشجو: زهرا خدایی

◀ تاثیر ارزش‌های خرید فایده‌گرایانه و لذت‌جویانه ادراک‌شده بر رضایت خریداران فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای (مورد مطالعه: فروشگاه‌های هایپرمی

تهران)

بهمن ۱۳۹۵

دانشجو: عاطفه رضائیان منفرد

◀ کیفیت خدمات و ادراک از قیمت خدمات و تاثیر آن بر تبلیغات دهان به دهان و قصد مراجعه مجدد (مطالعه موردی: بیمه گزاران بیمه سامان

در شهر تهران)

بهمن ۱۳۹۵

دانشجو: فاطمه بی‌گناه

◀ ساختن ارزش ویژه برند صنعتی با بهره‌گیری از قابلیت‌های شرکت و ارزش خلق شده مشتریان

بهمن ۱۳۹۵

دانشجو: نیلوفر عسگری پور

◀ بررسی نقش قدرت ارتباط برند و ارزش ویژه برند در موسسات آموزش عالی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی شهر تهران)

بهمن ۱۳۹۵

دانشجو: زهرا محمودی گلیان

◀ تعیین کانال رسانه با توجه به بخش بندی بازار و درگیری ذهنی مصرف‌کننده

دی ۱۳۹۵

دانشجو: مسیح اله سلمانی

◀ تاثیر بازاریابی رابطه‌مند بر ارزش ویژه برند در بانک تجارت در استان قم

مهر ۱۳۹۵

دانشجو: پروین دست غیب

مشاور پایان نامه

◀ شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه بانکداری باز بر اساس مدل هم آفرینی ارزش

درحال انجام

دانشجو: سمیرا فسقری

◀ ارتباط میان محرک‌های هوش مصنوعی و چسبندگی مشتری، همراه با نقش میزان تعامل و ویژگی‌های مشتری در کسب‌وکارهای آنلاین (خرده

فروشی‌ها)

درحال انجام

دانشجو: فاطمه خضری چمنی

◀ تاثیر بازی وارسازی (گیمیفیکیشن) بر مهارت تفکر استراتژیک مدیران (مطالعه موردی: مدیران شاغل در بانک پاسارگاد)

درحال انجام

دانشجو: مهرناز علی محمدی

◀ بررسی نقش ظرفیت نوآوری برافزایش پایداری کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: شرکت‌های کوچک و متوسط شهر تهران)

درحال انجام

دانشجو: مهنوش نادى

◀ تأثیر موانع قانونی زیست محیطی و شناسایی فرصت‌های بین المللی بر شدت صادرات در شرکت‌های تولیدکننده محصولات تندمصرف (مورد

مطالعه: شرکت‌های صادراتی محصولات تندمصرف در شهر تهران)

درحال انجام

دانشجو: مجتبی محمدپناهی

◀ راهبردهای فراابتکاری در توسعه بازار بین‌المللی محصولات لوازم خانگی با بهره‌گیری از هوش مصنوعی در شرکت دیجی‌کالا

درحال انجام

دانشجو: ملیکا محمدحسینی

◀ **بررسی تاثیر شیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز بر رفتار شهروندی برند و قصد ترک خدمت کارکنان با نقش میانجی غرور سازمانی و تعدیلگر**

ارزش‌های سبز فردی (مطالعه موردی: شرکت‌های دارویی در شهر تهران)

درحال انجام

دانشجو: امیرحسن منجری

◀ **تاثیر مدیریت دانش و تعهد سازمانی بر سودآوری و وفاداری مشتریان با نقش تعدیلگر تصویر برند (مورد مطالعه: شرکت همکاران سیستم)**

درحال انجام

دانشجو: نگین ابراهیمی

◀ **شناسایی واولویت بندی عوامل موثر در انتخاب برند توسط مجریان نصب سیستم‌های حفاظتی و نظارتی دوربین مداربسته**

درحال انجام

دانشجو: مانده ذوالفقاری

◀ **شناسایی عوامل موثر بر خریدهای بی برنامه‌ی مصرف کنندگان در خریدهای زنده (live stream) (مورد مطالعه پلتفرم اینستاگرام)**

درحال انجام

دانشجو: زهرا جعفری

◀ **تاثیر نوآوری باز و ظرفیت جذب بر عملکرد نوآوری شرکت با نقش تعدیل‌کننده مدل کسب وکار (مطالعه موردی: شرکت‌های کوچک و متوسط**

تولیدی شهر تهران)

درحال انجام

دانشجو: امیرحسین اصغری

◀ **تاثیر قابلیت‌های پویا مبتنی بر بازار بر عملکرد و تمایل به صادرات در شرکت‌ها با نقش تعدیل‌کنندگی حمایت دولت (مورد مطالعه: شرکت صنایع**

غذایی دینا)

درحال انجام

دانشجو: سیده ساره جلالی

◀ **بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر شکل گیری نوآوری باز در سازمان با تاکید بر نقش میانجی بازاریگرایی**

درحال انجام

دانشجو: محمدحسین ربیعی زاده

◀ **تأثیر مدیریت دانش و تعهد سازمانی و مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری و سودآوری مشتری با نقش میانجی‌گری رضایت مشتری و نقش**

تعدیل کنندگی تصویر برند (مطالعه موردی: شعبه ابن یمین شرکت بیمه پاسارگاد)

درحال انجام

دانشجو: مریم نیازی آزاد

◀ **بررسی عوامل موثر بر نیت رفتاری مصرف کنندگان در خرید خودروهای برقی در ایران (مورد مطالعه شرکت ایران خودرو)**

درحال انجام

دانشجو: نازنین غفاریور قره باغی

◀ **چالش‌ها و فرصت‌های دیجیتال مارکتینگ در توسعه بازار کسب وکارهای پلتفرمی نوپا**

درحال انجام

دانشجو: امیرحسین یحیوی

◀ **تاثیر بازاریابی دیجیتال بر تمایل به خرید در صنعت خرده فروشی با بررسی نقش تعامل مشتری، تصویربرند و ارزش برند**

درحال انجام

دانشجو: امیرحسین پیرمحمدی

◀ **تاثیر بازی وارسازی (گیمیفیکیشن) بر مهارت تفکر استراتژیک مدیران (مطالعه موردی: مدیران شاغل در بانک پاسارگاد)**

درحال انجام

دانشجو: مهرناز علی محمدی

◀ **بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر تصویر برند و تبلیغات توصیه‌ای با نقش میانجی اعتماد به برند (مورد مطالعه: مشترکین شرکت خدمات**

ارتباطی همراه اول)

شهریور ۱۴۰۴

دانشجو: سیدمحمد برسی

◀ **تاثیر قابلیت نوآوری و انعطاف‌پذیری استراتژیک بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی مزیت رقابتی (مورد مطالعه: شرکت‌های**

کوچک و متوسط شهر تهران)

شهریور ۱۴۰۴

دانشجو: مهدی عامریان

◀ **شناسایی جنبه‌های اخلاقی و احساسی موثر بر بازنشر محتوای متنی در خصوص اهداف توسعه پایدار سازمان ملل**

مرداد ۱۴۰۴

دانشجو: امیرسیاوش صابری همدانی

◀ **بررسی و تحلیل بازاریابی خیرخواهانه الکترونیک (مجازی) برای خدمات لوکس با روش مدل سازی ساختاری- تفسیری (مورد مطالعه: صنعت**

گردشگری)

تیر ۱۴۰۴

دانشجو: موزان زهیدی

◀ **بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد صادرات با نقش میانجی نوآوری، ظرفیت بازاریابی بین المللی و نقش تعدیلگر پذیرش**

فناوری‌های دیجیتال (مورد مطالعه: شرکت تولیدی ایران یاسا)

اسفند ۱۴۰۳

دانشجو: محمد طولابی

◀ **تاثیر پیچیدگی تکنولوژی و هم آفرینی بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری فن آوری و نفوذ دولت و نقش تعدیلگر فرهنگ سازمانی (مورد**

مطالعه: شرکت‌های کوچک و متوسط استان تهران)

اسفند ۱۴۰۳

دانشجو: حمید تک دهقان

◀ **بررسی تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر کانال‌های توزیع با در نظر گرفتن نقش استراتژی‌های قیمت گذاری**

اسفند ۱۴۰۳

دانشجو: فاطمه عبادی

◀ **تاثیر تفکر استراتژیک بر پایداری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک و یادگیری (مورد مطالعه: آژانس های مسافرتی شهر تهران)**

اسفند ۱۴۰۳

دانشجو: طه عیباوی

◀ **بررسی تاثیر هوش تجاری بر عملکرد بازاریابی با نقش میانجی دو سو توانی زنجیره تامین (مورد مطالعه: شرکت‌های مواد غذایی فعال در شهر**

تهران)

اسفند ۱۴۰۳

دانشجو: امیرعلی افتخاری

◀ **تاثیر نوآوری در رویه‌های منابع انسانی و ظرفیت‌های نوآوری بر عملکرد شرکت‌های دانش بنیان با نقش میانجی مزیت رقابتی (مورد مطالعه:**

شرکت‌های دانش بنیان مستقر در پارک‌های علم و فناوری تهران)

بهمن ۱۴۰۳

دانشجو: یکتا جعفری

◀ **شناسایی عوامل موثر بر تصمیم گیری خرید مشتری در هنگام انتخاب یک شرکت هواپیمایی (مورد مطالعه: شرکت‌های هواپیمایی ایران)**

بهمن ۱۴۰۳

دانشجو: مهشید مرادی

◀ **شناسایی دلایل پذیرش و رد اقدامات مدیریت منابع انسانی مبتنی بر هوش مصنوعی در صنعت ۴,۰ (مورد مطالعه: ستاد مرکزی بانک صادرات**

تهران)

بهمن ۱۴۰۳

دانشجو: مهدیس بالاخانی جعفرلو

◀ **بررسی نقش جنسیت در افزایش درآمد: شواهدی از مدیران ارشد شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای نوظهور**

بهمن ۱۴۰۳

دانشجو: محدثه عزیزی

◀ **بررسی نقش فعالیت‌های بازاریابی چت‌بات بر روابط مشتری با برند (مطالعه موردی: چت‌بات سایت فروشگاه‌های ایرانی‌۲۴)**

مهر ۱۴۰۳

دانشجو: عارفه عطاری

◀ **تاثیر کاربرد هوش مصنوعی بر تفکر استراتژیک و عملکرد تحصیلی دانشجویان مدیریت با تعدیلگری فاکتورهای اخلاق هوش مصنوعی (مورد مطالعه: دانشجویان مدیریت دانشگاه علوم و تحقیقات تهران)**

مهر ۱۴۰۳

دانشجو: زهرا حیات مهر

◀ **بررسی تاثیر بازاریابی افراد تاثیرگذار بر رفتار خرید با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر تناسب افراد تاثیرگذار و دنبال کنندگان (مطالعه موردی: نوین چرم)**

مهر ۱۴۰۳

دانشجو: سید محمد امین پیش بین

◀ **تاثیر کیفیت تجربه از واقعیت افزوده بر ارزش درک شده مشتریان با نقش میانجی نگرش در خرده فروشی آنلاین (مطالعه موردی: شیرآلات راسان)**

شهریور ۱۴۰۳

دانشجو: سعیده ولی زاده

◀ **بررسی تاثیر ارزش ادراک شده و تحویل به موقع کالا بر قصد خرید مجدد با نقش میانجی رضایت از خرید آنلاین (مورد مطالعه: مشتریان دیجی کالا)**

شهریور ۱۴۰۳

دانشجو: کیمیا محمدی دهکردی

◀ **تأثیر مدیریت استراتژیک برند بین المللی بر عملکرد صادرات با نقش تعدیلگری شدت رقابت در بازار خارجی، عدم تطابق خریدار خارجی، سیاست صادرات ملی و فضای رقابتی بازار داخلی (مورد مطالعه: شرکت های برتر صادرکننده در صنعت مواد غذایی)**

تیر ۱۴۰۳

دانشجو: سحر حق نظری

◀ **بررسی تأثیر رسانه های دیجیتال بر توسعه کسب و کارها با بهره گیری از فرآیند بازاریابی صنعتی (B۲B) (مطالعه موردی: شرکت پلاست کار)**

اسفند ۱۴۰۲

دانشجو: علی احمدی

◀ **ارائه مدل رفتاری و انگیزشی آموزشگران جهت استفاده از پلتفرم خدمات آموزشی بر مبنای اقتصاد مشارکتی (مورد مطالعه: Chista.ir)**

اسفند ۱۴۰۲

دانشجو: علی عباسی

◀ **بررسی عوامل مؤثر بر استفاده از فناوری بازاریابی دیجیتالی هوشمند با توجه به نقش تمایل به استفاده از فناوری بازاریابی دیجیتال (مورد مطالعه: دیجی کالا)**

بهمن ۱۴۰۲

دانشجو: حدیث لایقمند

◀ **بررسی تاثیر ابعاد نوآوری های سازگار با محیط زیست و استراتژی های نوآوری باز بر عملکرد تجاری پایدار شرکت ها با نقش تعدیل گر آشفستگی بازار (مورد مطالعه: شرکت خودروسازی ایران خودرو)**

بهمن ۱۴۰۲

دانشجو: سینا رحیمی

◀ **ارائه الگویی جهت مدیریت چرخه عمر مسکن مبتنی بر فناوری دفتر کل توزیع شده**

مهر ۱۴۰۲

دانشجو: علیرضا قاسملوییان

◀ **بررسی تاثیر تجربه قبل از مصرف بر ترجیح برند و ارزش درک شده مصرف کنندگان**

مهر ۱۴۰۲

دانشجو: مجید جباری نسب مهربانی

◀ **بررسی تاثیر مشارکت فرهنگی پایدار، هویت برند مقصد و شهرت برند مقصد بر اعتبار برند مقصد با نقش میانجی دلبستگی برند مقصد (در مطالعه استان تهران)**

تیر ۱۴۰۲

دانشجو: امیر قاسم فتحعلی زاده

◀ **بررسی تاثیر بیگانه گرایی بر تمایل به خرید کالای خارجی با بررسی نقش میانجی کیفیت ادراک شده، نگرش به محصول و نقش تعدیل گری پذیرش فرهنگی در ایران (مورد مطالعه جامعه مصرف کنندگان لوازم خانگی)**

بهمن ۱۴۰۱

دانشجو: علیرضا خادمی حاجی آبادی

◀ **بررسی عوامل تاثیرگذار بر مقاومت کارکنان در برابر ادغام (مورد مطالعه: بانک سپه)**

بهمن ۱۴۰۱

دانشجو: مهدی ایمانی کلاتی

◀ **بررسی تاثیر اصول اخلاقی محاسبات شناختی در بازاریابی دیجیتال بر بهبود شهرت سازمانی (مورد مطالعه کسب و کارهای B۲B)**

مهر ۱۴۰۱

دانشجو: عادل غلامشاهی

◀ **بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی بر ارزش ویژه برند مشتری محور با در نظر گرفتن نقش میانجی متغیرهای تجربه برند و مزایای رسانه های اجتماعی (مطالعه موردی: شرکت ایرانسل)**

مهر ۱۴۰۱

دانشجو: مهدی زارعی

◀ **آینده پژوهی بازار سرمایه ایران با کاربرد روش سناریونویسی**

شهریور ۱۴۰۱

دانشجو: نظام احسنی

◀ **بررسی تاثیر عوامل موثر بر بهبود ادراک از توسعه گردشگری سلامت بر رفاه جامعه بر حمایت از توسعه گردشگری سلامت و تمایل به پرداخت مالیات با تاکید بر نظریه مبادله اجتماعی**

شهریور ۱۴۰۱

دانشجو: مهدی پالوج

◀ **بررسی تاثیر باورهای عملکردی و ذهنی بر روی حساسیت و ترجیح برند در تصمیمات خریداران سازمانی شرکت های ارائه دهنده خدمات حرفه ای در بازارهای صنعتی (مورد مطالعه: شرکت های فعال در صنعت نفت، گاز و پتروشیمی)**

اسفند ۱۴۰۰

دانشجو: مهدی جلالوند

◀ **اثر بازاریابی محتوایی دیجیتال کارگزاران بورس اوراق بهادار تهران بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی سرمایه گذاران: نقش میانجی اثرات اجتماعی بازاریابی محتوایی (مورد مطالعه: کارگزاری فارابی)**

بهمن ۱۴۰۰

دانشجو: رضا کشاورزحداد

◀ **بررسی تاثیر مدل نگرش عاطفی، رفتاری، شناختی مشتری بر تمایل مصرف کننده با نقش میانجی آمیخته بازاریابی (مورد مطالعه: برند ماهشام)**

بهمن ۱۴۰۰

دانشجو: زهرا گل کار

◀ **بررسی عوامل موثر بر مقاصد رفتاری مشتریان نسبت به استفاده از خدمات بانکی پایدار زیست محیطی (مورد مطالعه : شعب بانک شهر تهران)**

مهر ۱۴۰۰

دانشجو: سمیرا حبیبی

پروژه ها

◀ **استقرار نظام بانکداری شرکتی (همکار پروژه)**

کارفرما / درخواست کننده : بانک مسکن

۱۳۹۳

◀ **تهیه برنامه استراتژیک (همکار پروژه)**

کارفرما / درخواست کننده : بانک مسکن

۱۳۹۲

◀ کسب رتبه برتر سرآمدان آموزشی در دانشگاه خاتم

سال ۱۴۰۴

◀ رتبه اول ورودی در مقطع دکتری تخصصی دانشگاه اصفهان

سال ۱۳۹۲

◀ رتبه اول فارغ التحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی

سال ۱۳۸۵

داوری مجلات علمی و پژوهشی

◀ داوری ۴ عنوان از مقالات مجله علمی و پژوهشی مدیریت زنجیره تامین

از سال ۱۴۰۳

◀ داوری ۱۲ عنوان از مقالات مجله علمی و پژوهشی فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی

از سال ۱۴۰۲

◀ داوری ۷ عنوان از مقالات مجله علمی و پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین

از سال ۱۴۰۲

◀ داوری ۱۲ عنوان از مقالات مجله علمی و پژوهشی راهبردهای نوآورانه توسعه کسب و کارها

از سال ۱۴۰۲

◀ داوری ۱۰ عنوان از مقالات مجله علمی و پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی

از سال ۱۴۰۱

داوری کتاب

◀ داوری کتاب تجربه کاربر شیوه نگارش کاربردی انتشارات دانشگاه خاتم

سال ۱۴۰۳

◀ داوری کتاب بازاریابی محصولات و خدمات بیمه انتشارات دانشگاه خاتم

سال ۱۴۰۳

برگزاری کارگاه آموزشی

◀ بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته

سال ۱۴۰۲

◀ برگزاری ۴ دوره کارگاه آموزشی اصول و فنون مذاکره برای مدیران شعب بانک پاسارگاد

سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲

◀ خدمات کسب و کار دانش بنیان

سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱

◀ استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مقدماتی

سال ۱۴۰۰

◀ استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال پیشرفته

سال ۱۴۰۰

◀ بازاریابی و فروش محصولات مالی

سال ۱۴۰۰