



رزومه

دکتر عظیم زارعی

عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

Curriculum Vitae

Azim Zarei Ph.D.

Member of Academic Board of Semnan University

فهرست مطالب		
صفحه	عنوان	ردیف
۱	اطلاعات شخصی	۱
۱	اطلاعات تحصیلی	۲
	سوابق اجرایی	
۲	▪ سوابق شغلی	۳
۲	▪ سایر فعالیت ها	
	سوابق آموزشی	
۲	▪ آموزش و تدریس دانشگاهی	۴
۳	▪ کارگاه های آموزشی، سمینارها، پودمان ها و دوره های کوتاه مدت	
	سوابق پژوهشی	
۴	▪ مقالات فارسی	
۱۶	▪ مقالات انگلیسی	
۱۸	▪ مقالات ارائه شده در همایش های علمی داخلی و خارجی	
۲۲	▪ طرح های پژوهشی	۵
۲۳	▪ راهنمایی و مشاوره پایان نامه ها	
۳۶	▪ تالیف و ترجمه کتاب	
۳۶	▪ جوایز و افتخارات دانشگاهی	

اطلاعات شخصی

نام	عظیم	نام خانوادگی	زارعی
تاریخ تولد	۱۳۵۴	شماره ملی	۲۴۳۲۴۹۸۴۱۰
مقطع تحصیلی	دکتری	مرتبه علمی	استاد پایه ۲۴
تلفن همراه	۰۹۱۲۷۱۶۳۶۵۸	E-mail	a_zarei@semnan.ac.ir

اطلاعات تحصیلی

سوابق آموزشی و تحصیلی					
مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	گرایش	تاریخ اخذ مدرک	عنوان محل تحصیل	شهر و کشور محل تحصیل
دکتری (Ph.D.)	مدیریت	سیستم ها	۱۳۸۵	دانشگاه تربیت مدرس	تهران. ایران
کارشناسی ارشد (M.S)	مدیریت	صنعتی	۱۳۷۹	دانشگاه تربیت مدرس	تهران. ایران
کارشناسی (B.S)	مدیریت	صنعتی	۱۳۷۷	دانشگاه یزد	یزد. ایران

عنوان رساله دکتری

طراحی مدلی جهت شناسایی، مستندسازی و تحلیل ارتباطات بین سازمانی در بخش دولت
(این رساله در سال ۱۳۸۶ در دانشگاه تربیت مدرس به عنوان رساله برتر انتخاب گردید)

عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد

طراحی یک مدل تصمیم گیری چند شاخصه (MADM) جهت تعیین و تبیین عوامل موثر بر کارایی شعب بانک رفاه کارگران
(این پایان نامه در هفتمین جشنواره پایان نامه های کشوری در رشته مدیریت به عنوان پایان نامه برگزیده شناخته، و بدین لحاظ از ریاست محترم مجلس شورای اسلامی لوح تقدیر دریافت گردید)

سوابق اجرایی

سوابق شغلی			
ردیف	نام سازمان	محل سازمان	سمت
۱	دانشگاه سمنان	سمنان	عضو هیئت علمی گروه آموزشی مدیریت بازرگانی
۲	دانشگاه سمنان	سمنان	دبیر هیات نظارت، ارزیابی و تضمین کیفیت عتف استان سمنان
۳	دانشگاه سمنان	سمنان	دبیر و مسئول دبیرخانه امور اجرایی دانشگاه معین استان سمنان
۴	دانشگاه سمنان	سمنان	معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری
۵	دانشگاه سمنان	سمنان	مدیر گروه آموزشی مدیریت بازرگانی
۶	دانشگاه سمنان	سمنان	عضو کارگروه جذب مدیریت بازرگانی
۷	دانشگاه سمنان	سمنان	عضو کارگروه جذب اقتصاد
۸	دانشگاه سمنان	سمنان	عضو کارگروه جذب مدیریت صنعتی
۹	دانشگاه سمنان	سمنان	عضو کمیسیون تخصصی اقتصاد و مدیریت و گردشگری
۱۰	دانشگاه سمنان	سمنان	مشاور فرهنگی و اجتماعی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری

سوابق آموزشی

آموزش و تدریس دانشگاهی			
ردیف	مقطع	دروس ارائه شده	محل ارائه
۱	کارشناسی	<ul style="list-style-type: none"> ▪ تحقیق در عملیات ۱ و ۲ ▪ تئوری‌های سازمان و مدیریت ▪ بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها ▪ تحقیق در عملیات پیشرفته ▪ آمار 	دانشگاه سمنان
۲	کارشناسی ارشد و دکتری	<ul style="list-style-type: none"> ▪ بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته ▪ مدیریت بازاریابی، مباحث منتخب بازاریابی ▪ تحقیقات بازاریابی ▪ بازار شناسی و مسائل بازار ▪ مدیریت کیفیت ▪ روش تحقیق 	دانشگاه سمنان

- تحلیل آماری
- کاربرد روشهای کمی در تصمیم گیری
- مدیریت ارتباطات مشتری
- فلسفه علم و روش شناسی تحقیق
- پویایی سیستمها
- کاربرد تئوری تصمیم گیری
- روش شناسی علم مدیریت
- هوشمندی کسب و کار
- سمینار در مسائل بازاریابی
- سیستم های اطلاعاتی مدیریت پیشرفته
- روشهای کمی در مدیریت

سوابق پژوهشی (مقالات فارسی)

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱	عوامل موثر بر استفاده از فناوری بلاک چین در مدیریت خدمات بانکداری الکترونیک (مورد مطالعه: بانک ملت) (زارعی، عظیم؛ مدرسی، میثم؛ ابراهیمی، مهدی)	توسعه تکنولوژی صنعتی	علمی پژوهشی	پذیرش
۲	تبیین قابلیت های بازاریابی پویا مبتنی بر تغییرات اقلیمی: تحلیل اکتشافی از کسب و کارهای B2B (اصغری نجیب، مریم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	پذیرش
۳	طراحی و مصورسازی شبکه دانشی مطالعات بانکداری دیجیتال با رویکرد کتاب‌سنجی (فرخی زاده، فرشید؛ زارعی، عظیم؛ رستگار، عباسعلی؛ ابراهیمی، سیدعباس)	پژوهش نامه علم سنجی	علمی پژوهشی	پذیرش
۴	شکست هم آفرینی ارزش؛ هم تخریبی ارزش برند در رسانه های اجتماعی (طاهری، غزاله؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	پذیرش
۵	شناسایی چارچوب گفتمانی مشروعیت برند پایدار در یک زمینه صنعتی (علی پور، سیما؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	مدیریت برند	علمی پژوهشی	پذیرش
۶	بازاریابی دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاک‌چین با تمرکز بر حکمرانی (مورد مطالعه: صنعت هوانوردی) (والافر، امیر؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	آماد و فناوری های دفاعی	علمی پژوهشی	پذیرش
۷	طراحی مدل هوشمندی برند در فین‌تک‌های خدمات پرداخت: رویکردی آمیخته (ورمقانی، مریم؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی)	کاوش های مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۸	مدل پویای سنجش آمادگی جهت ورود به حوزه بانکداری دیجیتال (فرخی زاده، فرشید؛ زارعی، عظیم؛ رستگار، عباسعلی؛ ابراهیمی، سیدعباس)	پژوهش های مدیریت در ایران	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۹	بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر رضایت شغلی درونی و بیرونی با میانجی گری نگرش خدمت‌گزاری (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ علوی متین، فاطمه)	مطالعات مدیریت دولتی ایران	علمی پژوهشی	۱۴۰۲

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۰	طراحی مدل ادامه حیات و تقویت برند هتل در صنعت گردشگری با رویکرد آینده پژوهی از طریق نظریه پردازی داده بنیاد (مورد مطالعه: هتل‌های منتخب ۵۰۴ ستاره شهر مشهد) (دانشمند، بهناز؛ حقیقی، محمد؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی باغینی، گلناز)	آینده پژوهی مدیریت	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۱۱	الگوی گوناگونی نسل‌ها در رفتار مصرف‌کننده و تبیین آن با تأکید بر نگرش به آمیخته بازاریابی (مورد مطالعه: برند پوشاک) (باقری قره بلاغ، هوشمند؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم)	مدیریت برند	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۲	شناسایی و رتبه بندی پیشایندهای توسعه بازاریابی دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاک چین (مورد مطالعه: صنعت هوانوردی) (والافر، امیر؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۳	تبیین الگوی تجاری سازی طرح های فناورانه در شرکت های دانش بنیان نوپا (آقابابایی، حمزه؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مطالعات مدیریت راهبردی	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۴	بررسی تاثیر عوامل موثر بر پذیرش فناوری کلان داده در صنعت گردشگری با استفاده از چارچوب پذیرش فناوری TOE (مطالعه موردی: مشاغل صنعت گردشگری شیراز) (فلاحی، آزاده؛ مدرسی، میثم؛ زارعی، عظیم)	گردشگری و توسعه	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۵	طراحی مدل هوشمندی برند در استارت‌آپ‌های گردشگری: رویکردی آمیخته (ورمقانی، مریم؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی)	مطالعات مدیریت گردشگری	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۶	انتخاب روش بهینه انتقال فناوری با استفاده از سیستم استنتاج فازی (زارعی، عظیم؛ شبانی، ساسان)	اندیشه آماد	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۷	طراحی و تبیین مدل سیستمی دیپلماسی تجاری در راستای صادرات پایدار شرکتهای دانش بنیان زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی کجوری، محمدعلی)	مدیریت کسب و کار بین المللی	علمی پژوهشی	۱۴۰۲
۱۸	شناسایی و اولویت بندی مهم ترین پیامدهای هم تخریبی ارزش برند در تجارت اجتماعی: قبل و بعد از بکارگیری مدیریت تعارض (طاهری، غزاله؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۹	استراتژی کسب و کار دیجیتال برای ورود به بازارهای بین المللی مبتنی بر پارادایم رایانش ابری (زنگیان، سمیه؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود، زارعی، عظیم)	مدیریت اجرایی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۰	طراحی مدل داده کاوی تلفیقی خوشه‌بندی-وابستگی جهت بررسی رفتار مصرف انرژی واحدهای صنعتی (رحیمی موگویی، فرزاد؛ کامران راد، رضا؛ زارعی، عظیم)	انرژی ایران	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۱	بررسی مفهوم هم‌تخریبی ارزش برند در فرایند تعاملی تجربه مشتری-برند (طاهری، غزاله؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۲	معماری الگوی بهینه‌سازی چرخه عمر نخبگان در کشور: روش‌شناسی سیستم‌های نرم و نگاشت شناختی (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	توسعه اجتماعی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۳	تحلیل الگوی حرکتی و رفتار مشتریان در فروشگاه با تاکید بر عامل جنسیت (شهریاری، مهری؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ کاشی، احسان)	مطالعات رفتار مصرف کننده	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۴	مدیریت اخلاقی بازار؛ شبیه سازی نقش هنجارهای اخلاقی - اسلامی در آمیخته بازاریابی سبز (زارعی، عظیم؛ امینی خیابانی، غلامرضا)	مدیریت اجرایی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۵	ارائه چارچوبی برای بین المللی سازی پلتفرم های B2B (زارعی، عظیم؛ عالی پور، سیما؛ اصغری نجیب، مریم)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۶	طراحی مدل تأثیر هوشمندی کسب و کار بر عملکرد زنجیره تأمین با تأکید بر یکپارچگی و چابکی (جعفری، طه؛ زارعی، عظیم؛ آذر، عادل؛ مقدم، علیرضا)	چشم انداز مدیریت صنعتی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۷	گردشگری و اطلاع‌رسانی پزشکی مبتنی بر وب: یک رویکرد نتنوگرافی (مورد مطالعه: پلتفرم گردشگری پزشکی آریا مدتور) (زارعی، عظیم؛ اصغری نجیب، مریم؛ عالی پور، سیما)	اطلاع رسانی پزشکی نوین	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۲۸	شناسایی ابعاد استراتژی کسب و کار دیجیتال جهت ورود به بازارهای بین المللی (زنگیان، سمیه؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود، زارعی، عظیم)	مدیریت کسب و کار بین المللی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۲۹	نگاشت سناریوهای توسعه صادرات داروهای نوفاآوران در افق ایران ۱۴۱۴ (ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ ناصری طاهری، مظفر)	سیاستگذاری عمومی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۳۰	شناسایی و اولویت‌بندی موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران (فلاحی، آزاده؛ مدرسی، میثم؛ زارعی، عظیم)	جغرافیا و برنامه ریزی محیطی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۳۱	شناسایی و رتبه‌بندی پیشایندهای توسعه برند کارفرمایی با استفاده از روش کیو (نمونه‌کاوی: دانشگاه‌های دفاعی) (والاافر، امیر؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ غلامی، محمود)	مطالعات منابع انسانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۱
۳۲	تأثیر شخصیت ادراک‌شده بر شهرت نیروی فروش و پیامد آن بر سهم شرکت از کیف پول مشتری و تمایل به‌دفعات خرید با میانجیگری ارزش‌افزوده تجربی و تعدیلگری تعامل بین نیروی فروش و مشتری (زارعی، عظیم؛ ماه‌آورپور، فهیمه)	راهنماهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۳	شناسایی چارچوب گفتمانی راه‌کارهای مقابله با تغییرات اقلیمی مبتنی بر هوش مصنوعی: تحلیل اکتشافی از کسب و کارهای B2B (اصغری نجیب، مریم؛ فیض، داود؛ ملکی مین‌باش رزگانه، مرتضی؛ زارعی، عظیم)	راهنماهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۴	تحلیلی تاریخی برعلل شکست در پروژه‌های توسعه صنعت نفت (بهبود، رضا؛ زارعی، عظیم؛ آذر، عادل؛ ابراهیمی، سیدعباس)	بهبود مدیریت	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۵	شناسایی ابعاد متمایزکننده عوامل درونی در کسب و کارهای مادرزاد بین‌المللی حوزه ICT (فیض، داود؛ جلالی، علی‌اکبر؛ زارعی، عظیم؛ سوری، احسان)	نوآوری و ارزش‌آفرینی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۶	شناسایی و مدل‌سازی موانع عملیاتی گردشگری اجتماع‌محور ایران (زارعی، عظیم؛ مدرسی، میثم؛ فلاحی، آزاده)	برنامه ریزی و توسعه گردشگری	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۷	ارائه یک رویکرد نوین برای ارزیابی استراتژی‌های سازمان (آقابابایی، حمزه؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مطالعات مدیریت راهبردی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۳۸	تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد مشتری با تأکید بر نقش هوش تجاری (مورد مطالعه: کارکنان و مشتریان صنعت بیمه) (زارعی، عظیم، احمدی الوار، زهرا)	پژوهشنامه بیمه	علمی پژوهشی	۱۴۰۰

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۳۹	طراحی الگوی چابکی استراتژیک در رابطه با رونق پایدار تولید بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد (مورد مطالعه: صنایع خودروسازی) (ویشلی، مهدیه؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	بهبود مدیریت	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۰	موانع مؤثر بر قصد خرید سبز: رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (مروی، محمدحسین؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم، شجاعی باغینی، گلناز)	مطالعات رفتار مصرف کننده	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۱	تأملی بر ناهمسانی شناختی پس از خرید: واکاوی عوامل مؤثر بر رفتار خرید مصرف کنندگان پوشاک مد (باقری قره بلاغ، هوشمند؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۲	تأملی بر پیشایندهای تاب آوری در برابر اطلاعات منفی در بین مصرف کنندگان کالاهای دیجیتال (زارعی، عظیم؛ باقری قره بلاغ، هوشمند)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۳	طراحی سیستم کنترل مراکز دیسپاچینگ بر اساس رویکرد SSM (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رستگار، عباسعلی؛ صادقیور مقدم، حسن)	کیفیت و بهره وری صنعت برق ایران	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۴	طراحی مدل نتایج عملکرد و پایداری مبتنی بر نوآوری؛ تبیین قابلیت دو سو توانی (امینی خیابانی، غلامرضا؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مدیریت منابع در نیروی انتظامی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۵	رویکردی سیستمی برای طراحی مدل بازاریابی سازمان پروژه محور مبتنی بر استراتژی فرصت های متنوع (مطالعه موردی) (زارعی، عظیم؛ بهبود، رضا؛ جعفری، طه)	مدیریت فردا	علمی پژوهشی	پذیرش
۴۶	طراحی سیستم رتبه بندی محصولات خریداری شده براساس نظرات مصرف کنندگان و متخصصین با استفاده از رویکرد تحلیل احساسات مبتنی بر ویژگی (افشاری زاده جعفری، امید؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ شفیعی نیکابادی، محسن)	پژوهش های نوین در تصمیم گیری	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۷	تبیین علل نارضایتی مشتریان مبتنی بر تحلیل متن کاوی (مورد مطالعه: محصولات لوازم خانگی) (زارعی، عظیم؛ شهریاری، مهري)	مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۴۸	نگاشت توسعه خدمات مهندسی جدید در شرکت های مشاوره پروژه با دیدگاه سیستمی (زارعی، عظیم؛ بهبود، رضا؛ جعفری، طه)	پژوهش های نوین در تصمیم گیری	علمی پژوهشی	۱۴۰۰

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۴۹	بررسی و تحلیل تأثیر عوامل نوآوری باز بر استراتژی و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری منطقه یک تهران) (زارعی، عظیم؛ اسحق، مجید؛ فرخی زاده، فرشید)	توسعه تکنولوژی صنعتی	علمی پژوهشی	۱۴۰۰
۵۰	تدوین الگوی راهبردهای هک رشد دیجیتال در بحران ویروس کووید ۱۹ در بازارهای آنلاین ایران (مورد مطالعه: پلتفرم باسلام) (فیض، داود؛ علیپور، سیما؛ اصغری نجیب، مریم؛ زارعی، عظیم)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۱	طراحی مدل روابط مولفه های بازاریابی کارآفرینانه با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان سمنان) (زارعی، عظیم؛ همتی، مریم)	نوآوری و ارزش آفرینی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۲	طراحی فضای داخلی فروشگاهها بر اساس شبیه سازی الگوی حرکتی افراد (مطالعه موردی: هایپرمارکت ققنوس شهر سمنان) (شهریاری، مهری؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ کاشی، احسان)	کاوش های مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۳	بررسی و تحلیل تأثیر مدیریت زنجیره تأمین سبز بر عملکرد شرکت های هواپیمایی با نقش میانجی مدیریت ارتباط با مشتری (زارعی، عظیم، فیض، داود؛ فرخی زاده، فرشید)	اندیشه آماد	علمی ترویجی	۱۳۹۹
۵۴	طراحی زنجیره ارزش آفرین پایدار با استفاده از نوآوری بسته بندی؛ تبیین قابلیت دو سو توانی (امینی خیابانی، غلامرضا؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	پژوهش های مدیریت عمومی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۵	طراحی مدل همراستایی ابزارها و اهداف بازاریابی رسانه های اجتماعی شرکت های استارت آپی (کلوشانی، معین؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۶	ارائه چارچوب هوشمندی بازار اجتماعی مبتنی بر وب ۲/۰ با استفاده از تکنیک متن کاوی در وب سایت های رسانه های اجتماعی (مورد مطالعه: تحلیل رقابتی در بین برندهای سامسونگ و امرسان) (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ طاهری، غزاله)	پژوهش های مدیریت در ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۷	طراحی مدل یکپارچه ارزیابی آینده نگاری با کاربست روش فراترکیب (ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ ناصری طاهری، مظفر)	آینده پژوهی ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۹

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۵۸	بررسی تعلق مشتری به جامعه برند، با تأملی بر پیشایندهای هم آفرینی ارزش برند مشتری در جوامع برند آنلاین (زارعی، عظیم؛ طاهری، غزاله)	مدیریت برند	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۵۹	آسیب شناسی نظام مدیریت مراکز دیسپاچینگ با استفاده از متدولوژی سیستم‌های نرم (صادق‌پور، حسن؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رستگار، عباسعلی)	پژوهش‌های سیاستگذاری و برنامه ریزی انرژی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۶۰	طراحی شبکه مضمین برند حلال در صنعت گردشگری درمانی (عارفی، امین؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ بیشمی، بهار)	مطالعات مدیریت گردشگری	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۶۱	عملکرد شرکت‌های صادراتی: واکاوی نقش رفتارهای برندساز کارکنان بر ارزش ویژه برند (زارعی، عظیم)	مدیریت کسب و کار بین‌المللی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۶۲	شناسایی مدل‌های ذهنی مدیران شرکت‌های صنایع غذایی از موانع توسعه صادرات (نمونه‌کاوی: مدیران شرکت‌های لبنی) (همتی، مریم؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۹
۶۳	رتبه بندی عوامل کلیدی موفقیت فعالیت‌های برون‌سپاری خدمات نگهداری و تعمیرات دانشگاه‌ها با استفاده از رویکرد فازی (مورد مطالعه: دانشگاه سمنان) (رهائی، نسرین؛ شفیعی نیکآبادی، محسن؛ زارعی، عظیم)	صنعت و دانشگاه	علمی ترویجی	۱۳۹۹
۶۴	بازاریابی الکترونیک: پذیرش و به کارگیری در گردشگری ورزشی استان کردستان (زارعی، عظیم؛ ورمقانی، سارا؛ ورمقانی، مریم)	پژوهش‌های حامی‌گری، مدیریت و بازاریابی ورزشی	نشریه با هیات تحریریه معتبر	۱۳۹۹
۶۵	شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی موفقیت در مطالعات آینده‌نگاری با بکارگیری نقشه شناختی فازی فراترکیب (ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ ناصری طاهری، مظفر)	آینده پژوهی مدیریت	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۶۶	طراحی مدل سنجش میزان بهبود عملکرد برند با رویکرد سیستم خبره فازی (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ قزوینی، هادی)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۶۷	شناسایی نشانگرهای ارزیابی عملکرد بازاریابی در صنعت میزبانی بین‌المللی ایران (بهبودی، امید؛ رجوعی، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی، گلنار)	مدیریت کسب و کار بین‌المللی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۶۸	واکاوی نقش ابعاد سرمایه اجتماعی بر توسعه محصول جدید: با تاکید بر نقش میانجی گرایش کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان (زارعی، عظیم؛ باقری قره بلاغ، هوشمند)	توسعه تکنولوژی صنعتی	علمی ترویجی	۱۳۹۸
۶۹	تأثیر جو فروشگاه و سهولت دریافت خدمات بر رفتار خرید مجدد با میانجیگری رضایت مصرف کننده در فروشگاه های خرده فروشی زنجیره ای (ابراهیمی، سیدعباس؛ زارعی، عظیم؛ بهرامی، آیدا)	کاوش‌های بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۰	معماری فرآیند توسعه و حمایت از اجتماع نخبگانی در حوزه دانش آموزی و دانشجویی (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	اندیشه های نوین تربیتی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۱	ارائه یک مدل ریاضی برای تحلیل ریسک‌های تعاملی سیستم زنجیره تأمین دارو با استفاده از شبکه‌های باوربیزی (شاکری، مهدی؛ زارعی، آذر، عادل؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی)	پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۲	واکاوی ارزش لذت گرایی و فایده گرایی در خریدهای برخط (زارعی، عظیم؛ مرادی، هادی)	مدیریت اجرایی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۳	طراحی مدل مدیریت گردشگری قومی در ایران (باقری، ابراهیم؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	برنامه ریزی و توسعه گردشگری	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۴	نقش بازی وارسازی به عنوان استراتژی خلق رشد در مدل پذیرش نوآوری تحول آفرین در نرم افزارهای کاربردی پرداخت موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه گیلان) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ شعبانی نعیم صوفیانی، عاطفه)	مدیریت توسعه فناوری	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۵	ارائه الگوی برندسازی ملی در حوزه نخبگان و استعداد های برتر با رویکرد تئوری داده بنیاد (شرعی، زهره؛ ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم)	پژوهش‌های مدیریت عمومی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۶	طراحی الگوی رفتار معنوی در سازمان‌های رسانه‌ای (فرهنگی، علی اکبر؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ فتوت، بنفشه)	مدیریت فردا	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۷	ارائه و سنجش رفتار معنوی در سازمان‌های رسانه‌ای خبری مجازی کشور (فتوت، بنفشه؛ فرهنگی، علی اکبر؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم)	مطالعات رسانه های نوین	علمی پژوهشی	۱۳۹۸

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۷۸	نشان سازی ملی در حوزه نخبگان و استعدادهای برتر علمی (شرعی، زهره؛ ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم)	مدیریت منابع در نیروی انتظامی	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۷۹	اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی (ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ شرفی، وحید)	تحقیقات بازاریابی نوین	علمی پژوهشی	۱۳۹۸
۸۰	واکاوی مفاهیم پایداری و نوآوری در سطح زنجیره تأمین؛ روند گذشته، چشم‌انداز آینده (امینی خیابانی، غلامرضا؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مدیریت زنجیره تامین	علمی ترویجی	۱۳۹۸
۸۱	ارائه مدل پیش بینی کننده بازگشت گردشگران سلامت بر اساس خوشه‌های سبک زندگی (با تاکید بر چشمه‌های آبگرم رامسر) (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی)	مطالعات مدیریت گردشگری	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۲	طراحی و تحلیل ساختار مراکز کنترل دیسپاچینگ در شبکه‌های قدرت - مورد مطالعه برق منطقه ای خراسان (زارعی، عظیم؛ صادقی‌پور، حسن)	عصر برق	علمی ترویجی	۱۳۹۷
۸۳	معماری الگوی شناسایی استعدادهای برتر در بنیاد ملی نخبگان: روش شناسی الگوریتم ترکیبی SSM و CM (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	مدیریت صنعتی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۴	ارائه مدل ورود صنعت انیمیشن ایران به بازار بین‌المللی با روش نظریه‌مبنایی (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ اسدی، محمد)	مجله جهانی رسانه	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۵	بررسی رابطه مدیریت دانش و شکل‌گیری تفکر استراتژیک با تبیین نقش میانجی سرمایه فکری در شرکت‌های دانش بنیان (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ محسن زاده، یگانه)	پژوهش‌های مدیریت راهبردی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۶	تعیین کننده‌های افول یا رشد عملکرد برند در صنعت خدمات درمانی، مطالعه موردی: بیمارستانهای شهر شیراز (کهیاری حقیقت، امین؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم؛ دهدشتی شاهرخ، زهره)	بهداشت و توسعه	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۷	جلوگیری از افول عملکرد برند با تأکید بر نقش مسئولیت اجتماعی (کهیاری حقیقت، امین؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم؛ دهدشتی شاهرخ، زهره)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۸۸	بررسی تأثیر منبع اطلاعات و تعاملات اجتماعی بر قصد خرید مصرف کنندگان در فضای مجازی (مورد مطالعه: کانال های تبلیغاتی خدمات گردشگری در شبکه های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ عبدالهی، رضا)	گردشگری و توسعه	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۸۹	تحلیل ابعاد بنگاه های مادرزاد بین المللی (بمب) حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در ایران (فیض، داود؛ جلالی، علی اکبر؛ زارعی، عظیم؛ سوری، احسان)	توسعه کارآفرینی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۰	طراحی چارچوب مفهومی برندسازی اسلامی برای ورود به بازارهای جهانی در صنایع جمهوری اسلامی ایران (رستمی، محمدرضا؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ رستگار، عباسعلی؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی)	راهبرد اجتماعی - فرهنگی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۱	طراحی مدل ساختاری عوامل تأثیرگذار بر برندسازی اسلامی: پژوهش ترکیبی (رستمی، محمدرضا؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ رستگار، عباسعلی؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی)	مدیریت اسلامی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۲	شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در تدوین استراتژی مرچندایزینگ کاراکترهای انیمیشنی در بازار ایران با استفاده از روش نظریه مبنایی (زارعی، عظیم؛ اسدی، محمد)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۳	استفاده از رویکرد QFD در بهبود ارتباط صنعت برق و دانشگاه (شفیعی نیک آبادی، محسن؛ زارعی، عظیم؛ شامبیانی، هانیه و اسکندرزاده، علی)	صنعت و دانشگاه	علمی ترویجی	۱۳۹۷
۹۴	شناسایی استراتژی های کلیدی تولید محصول زیتون ایران و الزامات فنی پیاده سازی آنها با رویکرد تولید در کلاس جهانی (شفیعی نیک آبادی، محسن؛ زارعی، عظیم؛ کلانتری، حدیثه و شامبیانی، هانیه)	راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی	علمی ترویجی	۱۳۹۷
۹۵	معماری فرآیند هدایت و به کارگماری استعداد های علمی در ایران (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	پژوهش های مدیریت منابع انسانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۶	الگویی برای توسعه و پرورش استعداد های برتر علمی: رویکردی ترکیبی (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	آموزش علوم دریایی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۹۷	ارائه الگوی افول برند در صنعت مواد غذایی (کهبیاری حقیقت، امین؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم؛ دهدشتی شاهرخ، زهره)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۸	شناسایی، آسیب شناسی و اولویت بندی معیارهای ارتقاء کیفیت سیستم‌های آمادی در جنگ‌های آینده (مطالعه‌ای در یکی از سازمانهای نظامی) (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ بارانی، صمد؛ افضل‌ی، هادی)	آینده پژوهی دفاعی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۹۹	طراحی و رتبه‌بندی شیوه‌های استعدادیابی در مراکز نخبگانی نیروهای مسلح (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم)	مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۰	اثر سیستم مدیریت برند بر عملکرد برند در صنعت مواد غذایی (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۱	بررسی اثر بازاریابی رابطه‌ای مؤسسات خیریه بر واکنش‌های رفتاری خیرین (مورد مطالعه: کمیته امداد امام خمینی شهرستان ایلام) (زارعی، عظیم؛ شرفی، وحید و ملکی، فاطمه)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۲	طراحی الگوی معیارهای ارزیابی عملکرد بازاریابی در صنعت گردشگری ایران (بهبودی، امید؛ رجوعی، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی، گلنار)	گردشگری و توسعه	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۳	بررسی تأثیر موقعیت رفتار مصرف‌کننده بر واکنش‌های رفتاری با میانجی‌گری ارزش ادراک شده و پاسخ‌های هیجانی (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان روغن لادن در شهر تهران) (زارعی، عظیم؛ ناصری اشترانی، زهره)	مطالعات رفتار مصرف‌کننده	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۴	تجزیه و تحلیل انگیزه‌های مشارکت در بازاریابی خیرخواهانه با تأکید بر فعالان ورزش زورخانه‌ای: رویکرد ترکیبی (زارعی، عظیم؛ سیاه‌سرانی، محمدعلی)	مدیریت ورزشی	علمی پژوهشی	۱۳۹۷
۱۰۵	طراحی مدل ساختاری ریزش مشتری در بانک‌های دولتی (مورد مطالعه: بانک‌های منتخب دولتی شهر سمنان) (زارعی، عظیم)	پژوهش‌های مدیریت در ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۶

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۰۶	تأثیر عملکرد برند بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصت طلبی فناوریانه (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	پژوهش‌های مدیریت عمومی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۰۷	تأثیر تمایز و عملکرد برند بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصت-طلبی فناوریانه در صادرکنندگان نمونه محصولات صنایع غذایی (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	مدیریت فردا	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۰۸	شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان نسبت به قلمرو اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی با استفاده از روش کیو (شرفی، وحید؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۰۹	کشف و تحلیل رفتار خرید مشتریان سالمند در تصمیم به خرید محصولات ارگانیک: روش ترکیبی خوشه‌بندی و درخت تصمیم (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی)	پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۰	تبیین نقش کودکان در تصمیمات خرید خانواده بر اساس خوشه‌های والدینی با نگرش بازارگرایانه (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی)	پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۱	تحلیل عقلی دینی جایگاه «برند ملی کشور اسلامی» (فیض، داود؛ میرمحمدی، سیدمحمد؛ زارعی، عظیم؛ ایزدخواه، محمد مهدی)	دو فصلنامه عقل و دین، مؤسسه دین پژوهی علوی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۲	تأثیر نوآوری بازاریابی بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصت‌طلبی فناوریانه (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۳	هویت برند ملی صادراتی ایران و استراتژی ترفیع آن (فیض، داود؛ میرمحمدی، سیدمحمد؛ زارعی، عظیم؛ ایزدخواه، محمد مهدی)	مدیریت فردا	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۴	نقش کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی (شرفی، وحید؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود)	پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۶

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۱۵	مفهوم‌پردازی و اولویت‌بندی مولفه‌های هوشمندی رقابتی در شرکتهای دانش بنیان: پژوهش ترکیبی (سیاه سرانی کجوری، محمد علی؛ زارعی، عظیم؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ آذر، عادل؛ فیض، داود)	مدیریت نوآوری	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۶	کاربرد روش تحلیل تم در شناسایی مفهوم چابکی برند (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ اکبرزاده پاشا، مریم)	مدیریت برند	علمی پژوهشی	۱۳۹۶
۱۱۷	بررسی نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در تبیین رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی (زارعی، عظیم؛ مقدم، علیرضا؛ مهمان نوازان، سهیلا؛ شهریار، مهری)	ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۱۸	تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد کسب و کار منتج از ظرفیت جذب و آشفته‌گی بازار (زارعی، عظیم؛ شعبانی، عاطفه)	کاوش‌های مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۱۹	شناسایی و اولویت بندی مشتریان کلیدی بر مبنای ارزش دوره عمر آنها با استفاده از مدل آر. اف. ام. (مطالعه موردی: شرکت مخابرات استان قم) (ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ حاجیلو، زاهده)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۰	طراحی الگوی سلسه مراتبی مدیریت ارزش برند در صنعت خدمات درمانی (مورد مطالعه: بیمارستان های شهر تهران) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ کهیاری حقیقت، امین)	مدیریت سلامت	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۱	اثر تبلیغات توصیه‌ای مثبت، تصویر فروشگاه و ریسک ادراکی بر تمایل خرید از برند فروشگاه‌های (زارعی، عظیم؛ کاظمی، احمد)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۲	سنجش بازاریابی اجتماعی در گردشگری سلامت (زارعی، عظیم؛ آذر، عادل؛ رضایی راد، مصطفی)	برنامه ریزی و توسعه گردشگری	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۳	ارائه مدل عوامل موثر بر اجرای یکپارچه آمیخته بازاریابی اجتماعی در حوزه سلامت (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رضایی راد، مصطفی)	مدیریت سلامت	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۴	نقش رفتار کارآفرینی گرایی صادراتی در ارتقای عملکرد صادراتی بنگاه ها با تبیین نقش میانجی کسب مزیت رقابتی (زارعی، عظیم؛ موتمی، علیرضا؛ فیض، داود؛ کردنا بیج، اسدالله؛ فارسی زاده، حسین)	پژوهش‌های مدیریت عمومی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۶	بررسی تأثیر ارتباطات یکپارچه بازاریابی سیاسی و رسانه‌های اجتماعی بر انتخاب کاندید در دهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی (زارعی، عظیم؛ شرفی، وحید؛ بهمنی، مهسا)	پژوهشنامه علوم سیاسی	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۷	تبیین اثر موقعیت یابی محصول بر عملکرد شرکت (زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی زاده، حسین؛ غلامزاده، رسول)	فرآیند مدیریت و توسعه	علمی پژوهشی	۱۳۹۵

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۲۸	شناسایی قابلیت های بازاریابی برون گرای مؤثر در عملکرد تولید محصول جدید: نقش تعدیل گری ساختار مشتری بنیاد (گلشاهی، بهنام؛ زارعی، عظیم)	تحقیقات بازاریابی نوین	علمی پژوهشی	۱۳۹۵
۱۲۹	تأثیر طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ اشرفی، فاطمه)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۰	شناسایی و غربالگری چالش های پیشروی شبکه فروش در صنعت بیمه و ارائه راه کارها با استفاده از شیوه دلفی فازی (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی)	تحقیقات بازاریابی نوین	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۱	تأثیر هوش سازمانی بر عملکرد سازمان با بهره گیری از ظرفیت های بازاریابی (زارعی، عظیم؛ فارسی زاده، حسین؛ سیاه سرانی، محمدعلی؛ دهقانی سلطانی، مهدی)	مدیریت اجرایی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۲	بررسی تاثیر ادراک از خلاقیت پیامک های تبلیغاتی بر نگرش و واکنش مصرف کنندگان (زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی زاده، حسین؛ غلامزاده، رسول)	مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۳	بررسی تاثیر ترجیح رنگ بر ترجیح محصول با تاکید بر نقش تعدیل گری عوامل منتخب جمعیت شناختی (مورد مطالعه: خریداران کفش ورزشی) (زارعی، عظیم؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ رحمانی، طاهره)	علوم و فناوری رنگ	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۴	مدلسازی ساختاری - تفسیری نقشه استراتژی در شرکت های مادر تخصصی (زارعی، عظیم؛ محمد مهدی، ایزدخواه)	پژوهش های مدیریت در ایران	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۵	شناسایی و استخراج مولفه های پیشران خرید آنی با استفاده از روش فراترکیب (زارعی، عظیم، بلوچی، حسین)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۶	شعار برند و قصد خرید مشتریان نظام بانکی (زارعی، عظیم؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ رحیمی، مهدی)	کاوش های مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۷	تأثیر بازار محوری بر عملکرد مالی با تاکید بر نقش کارآفرینی سازمانی (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ زنگیان، سمیه؛ اکبرزاده صفوئی، مرتضی)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۸	بررسی تاثیر بازاریابی چریکی و مسئولیت های اجتماعی شرکت های بیمه بر وفاداری مشتریان با تاکید بر مزیت های کارکردی برند و قابلیت اعتبار (زارعی، عظیم؛ شرفی، وحید؛ زنگیان، سمیه)	پژوهشنامه بیمه	علمی پژوهشی	۱۳۹۴
۱۳۹	بررسی عوامل مؤثر بر گرایش مشتریان به استفاده از سیستم رزرو اینترنتی در صنعت هتلداری (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ معصومی، نگین)	راهبردهای بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۳

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۴۰	تعیین وزن شاخص های ارزیابی عملکرد و رتبه بندی موسسات آموزش عالی غیردولتی - غیرانتفاعی استان های غرب کشور (قادری شیخ آبادی، مریم؛ طالع پسند، سیاوش؛ زارعی، عظیم)	اندازه گیری تربیتی	علمی پژوهشی	۱۳۹۲
۱۴۱	بررسی تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط (پیمایشی پیرامون شرکت های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ کریمی، بهاره)	مدیریت فناوری اطلاعات	علمی پژوهشی	۱۳۹۲
۱۴۲	امکان سنجی استفاده از مدل ارزش در معرض ریسک در بورس اوراق بهادار تهران (مطالعه موردی: صنعت کانه فلزی) (گل ارضی، غلامحسین؛ زارعی، عظیم؛ دلاوری مزغزار، لیلا)	مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار	علمی پژوهشی	۱۳۹۲
۱۴۳	بررسی تاثیر دروغ سبز بر قصد خرید محصولات سبز (مطالعه مشتریان فروشگاه اینترنتی انتشارات اطلاعات) (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی؛ فارسی زاده، حسین)	پژوهش های مدیریت عمومی	علمی پژوهشی	۱۳۹۲
۱۴۴	تاثیر تصویرذهنی کشورمبدا بر شکل گیری ارزش ویژه نام تجاری (مورد مطالعه: گوشی تلفن و رایانه همراه) (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ مرادی، هادی)	چشم انداز مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۱
۱۴۵	عوامل موثر بر واکنش های رفتاری بازدیدکنندگان از مقصدهای گردشگری (زارعی، عظیم؛ قربانی، فاطمه؛ پدرام نیا، مینو)	مطالعات گردشگری	علمی پژوهشی	۱۳۹۱
۱۴۶	بررسی آمادگی سازمانی جهت پیاده سازی نظام مدیریت ارتباط با مشتری (مورد مطالعه: شرکت تراکتورسازی ایران) (زارعی، عظیم؛ ملائی، مجتبی)	راهبردهای بازرگانی (دانشور رفتار)	علمی پژوهشی	۱۳۹۱
۱۴۷	بررسی تاثیر تکنولوژی اطلاعات بر مدیریت دانش با میانجی گری توانمندسازی در شرکت ملی حفاری ایران (دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ روزبان، فرناز)	مدیریت فناوری اطلاعات	علمی پژوهشی	۱۳۹۱
۱۴۸	الگوی مفهومی جهت ارزیابی میزان اثربخشی استراتژی برون سپاری (زارعی، عظیم؛ دامغانیان، حسین؛ راضیه، موسوی چاشمی)	اندیشه های نوین در مدیریت	نشریه با هیأت تحریریه معتبر	۱۳۹۱
۱۴۹	کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در صنعت هتلداری (مورد: هتل های شهر مشهد) (فیض، داود؛ طاهریان، حسین؛ زارعی، عظیم)	کاوش های مدیریت بازرگانی	علمی پژوهشی	۱۳۹۰
۱۵۰	تصویر ذهنی کشور مبدا و شکل گیری ارزش برند محصولات الکترونیکی (مرادی، هادی؛ زارعی، عظیم)	تحقیقات بازاریابی نوین	علمی پژوهشی	۱۳۹۰
۱۵۱	بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتریان بواسطه ارزش ادراک شده خدمات [مطالعه موردی شرکت قطارهای مسافری رجا] (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ زرگر، سید مجتبی)	دو ماهنامه دانشور رفتار	علمی پژوهشی	۱۳۹۰

ردیف	عنوان مقاله	نام نشریه	رتبه	سال انتشار
۱۵۲	مقایسه مدیریت دانش و تکنولوژی اطلاعات در بین زنان و مردان (دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ روزبان، فرناز)	فصلنامه زن و فرهنگ	نشریه با هیأت تحریریه معتبر	۱۳۹۰
۱۵۳	طراحی مدل ریاضی تعیین الگوی مناسب قطع برق در صنایع (زارعی، عظیم؛ همتی، محمد؛ شریفی، نوید)	اندیشه های نوین در مدیریت	نشریه با هیأت تحریریه معتبر	۱۳۸۹
۱۵۴	تبیین الگوی انتخاب تکنولوژی تولید (زارعی، عظیم؛ باقری مقدم، ناصر)	مجله دانشکده علوم انسانی سمنان	علمی ترویجی	۱۳۸۸
۱۵۵	بررسی رضایتمندی مردم از ناوایی آزادپز در مقایسه با ناوایی های یارانه ای (سعادت، رحمان؛ زارعی، عظیم؛ دلیریان، هادی)	فصلنامه مدلسازی اقتصادی	نشریه با هیأت تحریریه معتبر	۱۳۸۷
۱۵۶	طراحی مدلی مبتنی بر شبیه سازی جهت بررسی و تحلیل ارتباطات بین سازمانی (آذر، عادل؛ الهی، شعبان؛ زارعی، عظیم؛ رعنائی، حبیب الله)	فصلنامه مدرس علوم انسانی	علمی پژوهشی	۱۳۸۶
۱۵۷	پارادیم های تئوریک تبیین کننده شکل گیری ارتباطات بین سازمانی (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم)	دانش مدیریت	علمی پژوهشی	۱۳۸۶
۱۵۸	اولویت بندی طرحهای تحقیقات کشاورزی با تاکید بر فرایند تحلیل سلسله مراتبی (مرتضوی، مهدی؛ زارعی، عظیم؛ رعنائی، حبیب الله)	پژوهش و سازندگی در زراعت و باغبانی	علمی پژوهشی	۱۳۸۵
۱۵۹	بکارگیری روشهای تصمیم گیری چند شاخصه در مدیریت تکنولوژی (باقری مقدم، ناصر؛ زارعی، عظیم)	صنایع	علمی تخصصی	۱۳۸۵
۱۶۰	ارائه یک روش برای شبیه سازی ارتباطات بین سازمانی دستگاه های دولت (آذر، عادل؛ زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم)	دانشور رفتار	علمی پژوهشی	۱۳۸۴
۱۶۱	تبیین زمینه های بکارگیری پژوهش عملیاتی در مدیریت محیط زیست (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم)	مجله محیط شناسی	علمی پژوهشی	۱۳۸۴
۱۶۲	مستندسازی گسترده فرایندها در بخش دولت: ارایه یک راهکار (آذر، عادل؛ زارعی، عظیم)	دانشور رفتار	علمی پژوهشی	۱۳۸۳
۱۶۳	مدیریت دانش با محوریت نوآوری (مشبکی، اصغر؛ زارعی، عظیم)	مدیریت و توسعه	علمی تخصصی	۱۳۸۲
۱۶۴	اشکال ارتباطات بین سازمانی (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم)	مدیریت و توسعه	علمی تخصصی	۱۳۸۲
۱۶۵	بررسی عوامل موثر بر بهره وری به کمک مدل های MADM (آذر، عادل؛ زارعی، عظیم)	دو ماهنامه دانشور	علمی پژوهشی	۱۳۸۱

مقالات انگلیسی				
سال انتشار	رتبه	نام نشریه	عنوان مقاله	ردیف
پذیرش	مقاله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Iranian Journal of Management Studies	Brand Intelligence: Its Conceptualization, Measurement, and Impact on Firm Performance	۱
پذیرش	ISI (wos-jcr) Scopus	VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems	Conceptualization and validation of brand social capital construct by analyzing the role of social media capital (Zarei, Azim; Taheri, Ghazaleh; Ghazvini, Hadi)	۲
۲۰۲۳	علمی پژوهشی	محیط زیست و توسعه پایدار	Sustainable B2B Branding Through Social Media: An Exploratory Analysis of Iranian Ports	۳
۲۰۲۳	ISI (wos-jcr) Scopus	International Journal of Productivity and Performance Management	The impact of business intelligence on supply chain performance with emphasis on integration and agility—a mixed research approach (Jafari, Taha; Zarei, Azim; Azar, Adel; Moghaddam, Alireza)	۴
۲۰۲۳	ISI (wos-jcr) Scopus	Energy	Failure to develop the world's largest natural gas field: Lessons from endeavors in the South Pars mega projects (Behboud, Reza; Zarei, Azim; Azar, Adel; Ebrahimi, Seyed Abbas)	۵
۲۰۲۲	مجله در Scopus نمایه شده است.	Asian Journal of Business Research (AJBR)	Discovering the Customer Insight Using Netnography and Photography Methods (Zarei, Azim; Asghari najib, Maryam; Alipour, Sima)	۶
۲۰۲۲	علمی پژوهشی	Men's Health Journal	Assessment of Social Distance between Customers in Urban Hypermarket during COVID-19 Pandemic by Simulation Approach (Shahriari, Mehri; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Kashi, Ehsan)	۷
۲۰۲۲	ISI (wos-jcr) Scopus	Journal of internet commerce	How Social Media Marketing Activities (SMMA) and Brand Equity Affect the Customer's Response: Does Overall Flow Moderate It? (Zarei, Azim; Farjoo, Hamta; Bagheri Gharebollah, Hooshmand)	۸
۲۰۲۲	ISI (wos-jcr) Scopus	Innovative Infrastructure Solutions	Simulating pedestrian in public places and provide a solution to improve the LOS (Shahriari, Mehri; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Kashi, Ehsan)	۹
۲۰۲۱	ISI (wos-jcr) Scopus	Journal of Islamic Marketing	Promoting consumer loyalty and resilience to negative information through brand identity sub-components: an empirical investigation in the luxury electronics goods (Zarei, Azim; Feiz, Davood; Moradi, Hadi)	۱۰
۲۰۲۱	مجله در Scopus نمایه شده است.	International Journal of Business Excellence	Identification of world-class manufacturing strategies and their implementation requirements in food industry (case study: olive product) (shafiei Nikabadi, Mohsen; Zarei, Azim; Hadise, kalantari)	۱۱

۲۰۲۰	International Journal of Healthcare Management	International Journal of Healthcare Management	Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market (Zarei, Azim; Feiz, Davood; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Maleki, Fateme)	۱۲
۲۰۲۰	علمی پژوهشی ISC	Environmental Energy and Economic Research	Green Supply Chain Risk Network Management and Performance Analysis: Bayesian Belief Network Modeling (Shakeri, Mehdi, Zarei, Azim; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Azar, Adel)	۱۳
۲۰۲۰	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Cogent Business and Management	Knowledge foundation in green purchase behaviour: Multidimensional scaling method (Marvi, Mohammad Hossein, Maleki Minbash Razgah, Morteza; Zarei, Azim; Shojaei Baghini, Golnar)	۱۴
۲۰۲۰	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Journal of internet commerce	Consumers' Impulse Buying Behavior on Instagram: Examining the Influence of Flow Experiences and Hedonic Browsing on Impulse Buying (Shapasandi, Forough; Zarei, Azim; Shafiei Nikabadi, Mohsen)	۱۵
۲۰۲۰	علمی و پژوهشی ISI	Iranian Journal of Management Studies	Typology of Growth Hacking Strategies along the Growth Hacking Funnel (Shabani, Atefeh; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Maleki Minbash Razgah, Morteza)	۱۶
۲۰۱۹	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism	Asian medical marketing, a review of factors affecting Asian medical tourism development (Zarei, Azim; Feiz, Maleki, Fateme)	۱۷
۲۰۱۹	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Neuroethics	The Meta-Analysis of Neuro-Marketing Studies: Past, Present and Future (Shahriari, Mehri; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Kashi, Ehsan)	۱۸
۲۰۱۹	مجله در Scopus نمایه شده است.	International Journal of Business Excellence	Strategic decisions to enter Semnan Gypsum plaster plants in the international markets (Ghazvini, Hadi; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Zarei, Azim)	۱۹
۲۰۱۸	علمی پژوهشی	Journal of AI and Data Mining	Competitive Intelligence Text Mining: Words Speak (Zarei, Azim; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Feiz, Davood; Siah Sarani Kajouri, Mohammad Ali)	۲۰
۲۰۱۸	علمی پژوهشی	Health, Spirituality and Medical Ethics	Halal Brand Is an Effective Solution for the Development of Medical Tourism: A Case Study of Hospital Hotel (Arefi, Amin; Feiz, Davood; Bieshami, Bahar; Zarei, Azim)	۲۱
۲۰۱۷	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Journal of Food products marketing	From Decision to Run: The Moderating Role of Green Skepticism (Zarei, Azim; Feiz, Maleki, Fateme)	۲۲
۲۰۱۶	مجله در ISI و Scopus نمایه شده است.	Journal of internet commerce	Impact of Perceived Security on Trust, Perceived Risk, and Acceptance of Online Banking in Iran (Siah Sarani Kajouri, Mohammad Ali; Damghanian, Hossien; Zarei, Azim)	۲۳
۲۰۱۴		Management and Administrative science rivew	Selecting and Ranking the Best Maintenance Strategy using a Combined Technique of Factor Analysis (FA), AHP, TOPSIS (Hemmati, Mohammad, Zarei, Azim)	۲۴

۲۰۱۴	این نشریه بنابر مستندات تا سال ۲۰۱۵ جزء لیست نشریات ISC بوده است.	Arth prabandh: A Journal of Economics and Management	The analysis of the role of the electronic commerce application in entrepreneurial opportunity recognition with the mediation of entrepreneurial organizational culture (Damghanian, Hossien; Ghorbani Joonaghani, Rasoul; Zarei, Azim)	۲۵
۲۰۱۳		Journal of Accounting & Marketing	The Impact of Positive Word-of-mouth on Store Brand Purchase Intention with Mediated Effect of Store Image and Perceived Risk towards SBs (Zarei, Azim; Kazemi, Ahmad)	۲۶
۲۰۱۳	مجله در EBSCO نمایه شده است.	International Journal of Management & Human Resources	The impact of quality of management systems on organizational performance in small and medium sized enterprises in northern iran (Poursaeid, Naser; Zarei, Azim)	۲۷
۲۰۱۱	ISI	Australian Journal of Basic and Applied Sciences	The Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Brand Preference-the Moderating Effects of Country of Origin Image (Zarei, Azim; Moradi, Hadi)	۲۸

مقالات ارائه شده در همایش های علمی داخلی و خارجی (مقاله کامل، سخنرانی یا پوستر)

ردیف	عنوان مقاله	عنوان همایش	کشور	سال
۱	بررسی ادراک کیفی خدمات و استراتژی های بازاریابی صنعتی بر رضایت مشتری	پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری	ایران (تهران)	۱۴۰۱
۲	بررسی و شناسایی عوامل موثر بر آموزش کارکنان در سازمان های پروژه محور و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان (مورد مطالعه: در شرکت مهندسی و ساخت بویلر مینا)	پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری	ایران (تهران)	۱۴۰۱
۳	واکاوی روش تحقیق تصویربرداری: روشها و تحلیل تصاویر	سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد	ایران (تهران)	۱۴۰۱
۴	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر اجرای مدیریت زنجیره تامین سبز با استفاده از روش سیستم استنتاج فازی	اولین کنفرانس ملی تفکر سیستمی در عمل	ایران (مشهد)	۱۳۹۸
۵	تعیین مشخصات سیستم پایش و راهبری شبکه های قدرت توسط متدولوژی سیستم های نرم	اولین کنفرانس ملی تفکر سیستمی در عمل	ایران (مشهد)	۱۳۹۸
۶	سنجش قصد خرید مصرف کنندگان از طریق تبیین جامعه شناختی آمیخته بازاریابی سبز با اثر تعدیل گری شخصیت مشتری (مطالعه موردی: مصرف کنندگان محصولات لبنی مانیزان در شهر کرمانشاه)	چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت کسب و کار و بازرگانی	ایران (تهران)	۱۳۹۸
۷	بررسی تاثیر بازاریابی و شبکه سازی از طریق ارزش مشتری و هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: شرکت خودروسازی ایران خودرو)	نخستین کنفرانس ملی مدیریت بازرگانی، کارآفرینی و حسابداری	ایران (تهران)	۱۳۹۸

۱۳۹۸	ایران (تهران)	بیست و ششمین کنفرانس مهندسی برق ایران	بررسی ساختار مراکز دیسپاچینگ در شبکه‌های قدرت	۸
۱۳۹۸	ایران (مازندران)	اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری	ارائه مدل برای افزایش چابکی در پایداری زنجیره تامین با استفاده از تحلیل دینامیک	۹
۱۳۹۷	ایران (تهران)	دومین کنفرانس ملی فناوریهای نوین در مهندسی برق و کامپیوتر	شناسایی چالشها و روابط مراکز دیسپاچینگ قدرت با استفاده از روش متدولوژی سیستمهای نرم	۱۰
۱۳۹۷	ایران (تهران)	دومین کنفرانس بین‌المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری	تبیین اثر ادراک از کیفیت خدمات و اعتماد به بانک بر جذب و نگهداری مشتریان نمونه: نقش تعدیلگر ارزش درک شده	۱۱
۱۳۹۶	ایران (تهران)	دومین کنفرانس بین‌المللی فرصت‌ها و چالش‌ها در مدیریت، حسابداری و اقتصاد	مدل درگیری برند مصرف‌کننده و تأثیر آن بر وفاداری مشتریان گوشه‌های همراه	۱۲
۱۳۹۶	ایران (تهران)	سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و کارآفرینی	بررسی تأثیر کیفیت وب‌سایت و کیفیت ارتباط بر قصد خرید با تأکید بر نقش واسطه‌ای ارزش سودگرایانه و ارزش اجتماعی ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان سایت دیجی‌کالا)	۱۳
۱۳۹۶	ایران (تهران)	سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع با تأکید بر مدیریت دانش تعالی و توانمندی رقابتی	ارائه شاخص جهت‌میزی برند بر اساس هرم ارزش ویژه برند کلر	۱۴
۱۳۹۵	ایران (تهران)	چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری	تأثیر چابکی سازمانی بر کسب مزیت رقابتی (مورد مطالعه: شعب بانک ملی شهرستان سمنان)	۱۵
۱۳۹۵	ایران (تهران)	دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱	بررسی مولفه‌های تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی واحدهای بازرگانی شرکت گنج استان سمنان	۱۶
۱۳۹۵	ایران (تهران)	ششمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین	The factors affecting brand love and its consequences in hospital service sector	۱۷
۱۳۹۴	ایران (سمنان)	دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار	ارزیابی رضایت گردشگران داخلی شهر شیراز با استفاده از تئوری راف	۱۸
۱۳۹۴	ایران (رشت)	اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم	شناسایی نیازهای مشتریان خدمات بانکی با استفاده از مدل گسترش عملکرد کیفیت	۱۹

۱۳۹۴	ایران (رشت)	اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم	تجزیه و تحلیل نقش زیرساخت ها و مشتری محوری در افزایش کیفیت اطلاعات مشتریان در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (مورد مطالعه: بانک ملت استان سمنان)	۲۰
۱۳۹۴	ایران (رشت)	اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم	بررسی تاثیر چابکی استراتژیک بر کسب مزیت رقابتی (مطالعه موردی: شرکت صنعتی عقاب افشان)	۲۱
۲۰۱۵	ترکیه (استانبول)	اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری	ارائه مدل کارآمد برای مدیریت ارتباط با مشتری در بانک سپه	۲۲
۱۳۹۴	ایران (سمنان)	کنفرانس ملی بازاریابی خدمات	بررسی تاثیر ابعاد ارزشی بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان	۲۳
۱۳۹۴	ایران (سمنان)	کنفرانس ملی بازاریابی خدمات	شایستگی های نوآورانه برای خدمات یکپارچه در صنعت بیمه	۲۴
۱۳۹۳	ایران (تهران)	کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱	بررسی اثر بازاریابی درونی و رفتارهای شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات داخلی. مطالعه پیمایشی دانشگاه فردوسی مشهد	۲۵
۱۳۹۳	ایران (تهران)	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، چالش ها و راهکارها	طبقه بندی ویژگی های کیفی بر اساس مدل کانو و ارتباط آن با رضایت مشتریان	۲۶
۱۳۹۲	ایران (همدان)	اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار	بررسی رابطه بین تسهیم دانش فرآیند توسعه یکپارچه محصول جدید با موفقیت توسعه محصول جدید	۲۷
۱۳۹۲	ایران (تهران)	نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر کارایی در بانکداری با استفاده از تکنیک MADM مطالعه موردی: بانک مهر اقتصاد	۲۸
۱۳۹۲	ایران (قم)	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی	فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و نقش بکارگیری تجارت الکترونیک در بهبود آن (مورد مطالعه: صنعت خودروسازی ایران)	۲۹
۱۳۹۲	ایران (قم)	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی	مطالعه وضعیت مدیریت دانش براساس مدل نوناکا و تاکوچی در شرکت ملی حفاری ایران و راه کارهایی جهت پیاده سازی	۳۰
۱۳۹۲	ایران (سمنان)	نخستین همایش تولید، توزیع درآمد و عدالت اقتصادی	بررسی نقش ادراک مشتریان از رعایت عدالت در اعطای تسهیلات بانکی در تقاضای آنان برای دریافت تسهیلات	۳۱
۱۳۹۲	ایران (تهران)	اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی	بررسی تاثیر هوش سازمانی بر آینده نگری مدیران	۳۲
۱۳۹۲	ایران (تهران)	اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی	ارائه مدلی به منظور بررسی رابطه بازار محوری و مدیریت دانش با عملکرد سازمان	۳۳
۱۳۹۲	ایران (تهران)	یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت	بکارگیری تکنیک QFD و سروکوال در بهبود کیفیت خدمات بیمارستانی	۳۴

۱۳۹۲	ایران (تهران)	ششمین کنفرانس ملی مدیریت دانش	رابطه مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در بانک کشاورزی	۳۵
۱۳۹۲	ایران (تهران)	ششمین کنفرانس ملی مدیریت دانش	بررسی تاثیر مدیریت دانش مشتری بر کسب مزیت رقابتی با اثر میانجی هوش تجاری	۳۶
۱۳۸۹	ایران (تهران)	هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت	تاثیر ارزش ویژه نام تجاری بر گرایش به خرید و ترجیح نام تجاری مشتریان	۳۷
۱۳۸۹	ایران (تهران)	کنفرانس بین المللی شهروند الکترونیک و تلفن همراه	بررسی عوامل موثر بر انطباق مشتریان با کانالهای ارائه خدمات بانکی (مطالعه موردی: مشتریان بانک تجارت شهرستان سمنان)	۳۸
۱۳۸۹	ایران (تهران)	اولین همایش بین المللی مدیریت فرایندهای سازمانی	بکارگیری مدل سروکوال و کانو برای تعیین فرایندهای اولویت دار جهت بهبود در سازمانهای خدماتی (مطالعه موردی: شعب نمایندگی شرکت بیمه ایران در سمنان)	۳۹
۱۳۸۹	ایران (تهران)	سومین کنفرانس بین المللی ایرانی تحقیق در عملیات	توزیع و انتشار اقتصادی بار بین نیروگاهها با استفاده از شبکههای عصبی مصنوعی	۴۰
۱۳۸۸	ایران (تهران)	همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال زایی	رضایت گردشگران گامی به سوی توسعه صنعت گردشگری استان سمنان	۴۱
۱۳۸۸	ایران (سمنان)	همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی	طراحی مدل مفهومی تاثیر سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی کارکنان	۴۲
۱۳۸۸	ایران (سمنان)	همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: شهرستانهای منتخب استان سمنان)	۴۳
۱۳۸۷	ایران (کرمان)	جایگاه بازاریابی در توسعه بازار محصولات استان کرمان	بررسی نقش نام تجاری در کسب، حفظ و ارتقاء رقابت پذیری محصولات استان کرمان	۴۴
۱۳۸۶	ایران (سمنان)	همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی	بررسی بکارگیری روش تحقیق مبتنی بر تئوری مفهوم سازی بنیادی در حوزه مطالعات کارآفرینی	۴۵
۱۳۸۶	ایران (سمنان)	همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی	تبیین بکارگیری مدل‌های MADM در بررسی و تعیین اولویتهای آموزش کارآفرینی	۴۶
۱۳۸۶	ایران (سمنان)	همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی	آموزش مهارتهای کارآفرینی	۴۷
۱۳۸۶	ایران (سمنان)	اتحاد ملی و انسجام اسلامی	بررسی ضرورت طراحی و تبیین الگوی مفهومی عناصر موثر بر انسجام اسلامی	۴۸
۱۳۸۶	ایران (سمنان)	اتحاد ملی و انسجام اسلامی	تبیین بکارگیری روشهای تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی در دسته بندی و بررسی روابط علی-معلولی عوامل موثر بر انسجام اسلامی	۴۹
۱۳۸۵	ایران (تهران)	چهارمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع	بهینه سازی شبیه سازی در خطوط تولید با استفاده از SA	۵۰

۱۳۸۳	ایران (تهران)	سومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع	تعیین ظرفیت انبارهای میانگیر در خطوط تولید با استفاده از Simulated Annealing	۵۱
۱۳۸۳	ایران (تهران)	سومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع	ارائه یک متدولوژی برای شبیه‌سازی ارتباطات بین سازمانی دستگاه‌های دولت	۵۲
۱۳۸۲	ایران (تهران)	اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت	توسعه یک مدل پشتیبان تصمیم برای مدیریت فرایندها در سازمانهای دولتی در چارچوب توسعه دولت الکترونیک ایران	۵۳
۱۳۸۲	ایران (تهران)	پنجمین کنفرانس سراسری سیستم‌های هوشمند	طراحی مفهومی یک سیستم پشتیبان تصمیم برای فرایندهای بخش دولت	۵۴

طرح‌های پژوهشی			
ردیف	عنوان طرح	سازمان	سمت
۱	طراحی مدل ارزیابی عملکرد بر اساس کارت امتیازی متوازن و اولویت بندی شاخص‌ها بر اساس AHP فازی (مطالعه موردی: پردیس علوم انسانی دانشگاه سمنان)	سازمان تحقیقات علمی پژوهشی کشور با همکاری دانشگاه سمنان	مجری
۲	سنجش میزان رضایت مندی مراجعان از نحوه ارائه خدمات دستگاه‌های اجرایی استان سمنان در سال ۱۳۸۸، ۱۳۸۹	استاندارداری سمنان	همکار اصلی
۳	بهبود فرآیندهای سازمانی موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی	موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی	همکار اصلی
۴	نیازسنجی و اولویت‌بندی پروژه‌های مطالعاتی صندوق حمایت از توسعه سرمایه گذاری بخش کشاورزی	شرکت مادر تخصصی صندوق حمایت از توسعه سرمایه گذاری در بخش کشاورزی	مجری
۵	مهندسی مجدد فرایندهای دفتر امور صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی	مرکز نوسازی و تحول اداری وزارت جهاد کشاورزی	مجری
۶	تدوین یک الگوی تصمیم‌گیری جهت ارزیابی و اولویت‌بندی مبادی انتقال تکنولوژی	دفتر همکاری‌های فن‌آوری ریاست جمهوری	مجری
۷	طراحی مجدد نظام تحقیقات کشاورزی، وزارت جهاد کشاورزی	مرکز نوسازی و تحول اداری	همکار اصلی
۸	مهندسی مجدد فرایندهای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه	همکار اصلی

	صنعتی شریف		
همکار اصلی	مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران	طرح ملی مبارزه با بیابانزایی و تعدیل اثرات خشکسالی (گروه ساختار و تشکیلات)	۹
همکار اصلی	مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران	طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های دولت	۱۰
همکار اصلی	مرکز مطالعات مدیریت و بهره‌وری ایران	شناخت نظام بودجه‌ریزی سازمان تامین اجتماعی	۱۱
مجری	دانشگاه سمنان	شناسایی، مستندسازی و بهبود فرآیندهای اداره کارگزینی و دبیرخانه مرکزی دانشگاه سمنان	۱۲
مجری	شرکت شهرک‌های صنعتی	تدوین مدل توسعه کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط با تاکید بر ظرفیت‌های شهرک‌ها و نواحی صنعتی	۱۳

راهنمایی و مشاوره پایان نامه ها و رساله‌ها			
ردیف	عنوان پایان نامه	نام و نام خانوادگی دانشجو	سمت
۱	مفهوم پردازی و طراحی مدل هوشمندی برند (مورد مطالعه: استارت آپ های فین تک حوزه خدمات پرداخت)	مریم ورمقانی	استاد راهنما
۲	طراحی مدل هم تخریبی ارزش برند در تجارت اجتماعی (مورد مطالعه: استارت آپ های دیجیتال)	غزاله طاهری	استاد راهنما
۳	مدل پویای کشف علل تأخیرات کلان پروژه های ساخت صنعت نفت ایران با رویکرد سیستم روش شناسی سیستم ها (SOSM)	رضا بهبود	استاد راهنما
۴	طراحی مدل عملکرد زنجیره تأمین مبتنی بر نسل سوم هوشمندی کسب و کار با تأکید بر یکپارچگی و چابکی	طه جعفری	استاد راهنما
۵	طراحی سیستم کنترل مراکز دیسپاچینگ ملی بر اساس رویکرد SSM (مورد مطالعه شرکت برق منطقه ای خراسان)	حسن صادقپور مقدم	استاد راهنما
۶	طراحی زنجیره ارزش آفرین پایدار با استفاده از نوآوری بسته بندی، تبیین قابلیت دو سوتوانی (مورد مطالعه: صنعت بسته بندی مواد غذایی)	غلامرضا امینی خیابانی	استاد راهنما
۷	ارائه مدل شبکه تعاملی ریسک های سیستم	مهدی شاکری	استاد راهنما
۸	طراحی مدل بازاریابی جذب گردشگر سلامت (مورد مطالعه: متقاضیان عمل های GRS در ایران)	فاطمه ملکی	استاد راهنما
۹	طراحی و تبیین الگوی هوشمندی رقابتی در راستای صادرات پایدار محصولات دانش بنیان	محمدعلی سیاه سرانی کجوری	استاد راهنما
۱۰	ارائه مدل ورود به بازار بین المللی در صنعت انیمیشن	محمد اسدی	استاد راهنما
۱۱	طراحی مدل راهبردی عملکرد صادراتی مبتنی بر استراتژی صادراتی سبز (مورد مطالعه: صنایع غذایی کشور)	حسین فارسی زاده	استاد راهنما
۱۲	طراحی مدل فرایندی بازاریابی اجتماعی در توسعه گردشگری سلامت ایران	مصطفی رضائی راد	استاد راهنما

۱۳	طراحی الگوی جذب ، نگهداشت و توانمندسازی دانشجو معلمان در دانشگاه فرهنگیان با تاکید بر سند تحول بنیادین آموزش و پرورش	حسین قربانیان	استاد راهنما ۲
۱۴	طراحی سیستم رتبه بندی محصولات خریداری شده بر اساس نظرات مصرف کنندگان و خیرگان با رویکرد متن کاوی و وب کاوی (مورد مطالعه وب سایت های برتر ایرانی)	امید افشاری زاده جعفری	استاد راهنما ۲
۱۵	طراحی فضای داخلی فروشگاهها بر اساس شبیه سازی الگوی حرکتی افراد (مطالعه موردی: هایپر مارکت ققنوس)	مهری شهریاری	استاد راهنما ۲
۱۶	طراحی مدل بازاریابی در بخش گردشگری قومی ایران	ابراهیم باقری	استاد راهنما ۲
۱۷	ارائه الگوی برند سازی اسلامی: استراتژی ها و الزامات	محمد رضا رستمی	استاد راهنما ۲
۱۸	نوع شناسی استراتژی های هک رشد استارت آپ ها در چارچوب قیف بازاریابی هک رشد	عاطفه شعبانی نعیم صوفیانی	استاد راهنما ۲
۱۹	اکوسیستم بازاریابی بین الملل برای شرکت های کوچک و متوسط در ایران	وحید شرفی	استاد راهنما ۲
۲۰	طراحی مدل برند حلال در صنعت گردشگری درمانی (مورد مطالعه: هتل بیمارستان های کشور)	امین عارفی	استاد راهنما ۲
۲۱	تاثیر سبک رهبری بوروکراتیک بر استرس تکنولوژی کارکنان (مورد مطالعه: شرکت سازه گستر سایپا)	امین رجایی لک	استاد راهنما
۲۲	تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایدار با تاکید بر مدیریت زنجیره تامین سبز و نوآوری سبز (مورد مطالعه: شرکت های صنایع غذایی کرج)	سما مرادزاده	استاد راهنما
۲۳	بررسی تاثیر بازاریابی ویروسی بر قصد خرید با در نظر گرفتن نقش میانجی ارزش درک شده و اعتماد به برند و نقش تعدیلگر جنسیت (مطالعه موردی: نمایندگی های شرکت اسنوا در شهر کرمان)	ساره پرموزه	استاد راهنما
۲۴	واکاوی فرآیند ایجاد نفرت از برند و بررسی عوامل و پیامد های ناشی از آن (مورد مطالعه : اپراتورهای تلفن همراه)	امیررضا جاسبیان	استاد راهنما
۲۵	ارزیابی رضایتمندی مشتریان براساس تحلیل احساسات (مطالعه موردی: مشتریان هتل های ۴ و ۵ ستاره)	راضیه قاسمی سپرو	استاد راهنما
۲۶	بررسی تاثیر مدیریت زنجیره تامین بر عملکرد با نقش میانجی شایستگی سازمانی و تعدیلگر تاب آوری زنجیره تامین (مورد مطالعه : صنایع چوب و کاغذ مازندران)	صادق ایمانی	استاد راهنما
۲۷	طراحی و ارزیابی سیستم پشتیبان تصمیم فازی برای مدیریت موجودی قطعات یدکی در شرایط عدم قطعیت (مورد مطالعه: شرکت سبزکوش ننگین)	مرضیه یوسفی	استاد راهنما
۲۸	بررسی عوامل موثر بر استفاده از فناوری بلاک چین در مدیریت خدمات بانکداری الکترونیک (مورد مطالعه: بانک ملت)	مهدی ابراهیمی	استاد راهنما
۲۹	پیش بینی ریزش مشتریان شرکت های پخش محصولات تند مصرف به کمک یادگیری ماشین (مورد مطالعه: شرکت شتاب)	سید احمد نعمتی گهراز	استاد راهنما
۳۰	طراحی الگوریتم متن کاوی مبتنی بر نظرات مشتریان جهت تبیین ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: توییت های مربوط به برند دیجی کالا در تویتر)	مهسا الوندی	استاد راهنما
۳۱	بررسی تاثیر نوآوری بر عملکرد شرکت از طریق چابکی استراتژیک و تعدیلگری تاب آوری (مورد مطالعه : شرکت های منتخب شهرک صنعتی استان سمنان)	فاطمه سادات میرمعینی	استاد راهنما
۳۲	بررسی تاثیر گرایش به نوآوری بر اعتماد به اطلاعات کالا از طریق رادیکال بودن محصول و کیفیت ارتباط (مورد مطالعه : شرکت ارتباطات فرهنگ آزما)	سمیرا خانی	استاد راهنما
۳۳	اثر مهارت های دیجیتال بر عملکرد شرکت از طریق میانجی گری استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و چابکی سازمان (مورد مطالعه: شرکت های مستقر در پارک علم و فناوری استان سمنان)	محمد مهدی فخر	استاد راهنما

۳۴	استاد راهنما	مسعود سعیدی کیاسری	بررسی تاثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد شرکت از طریق دوسوتوانی و قابلیت های بازاریابی (مورد مطالعه: شرکت دیجی کالا)
۳۵	استاد راهنما	فاطمه پودینه ابراهیمی	بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه اجتماعی ادراک شده بر وفاداری به برند با توجه به نقش میانجی گری نیت خرید و تجربه برند و نقش تعدیلگری رفتار هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)
۳۶	استاد راهنما	امین امینی راد	بررسی تاثیر فشارهای نهادی و رفتار سبز کارکنان بر پایداری سبز زیست محیطی با توجه به نقش میانجی گری نوآوری سبز و نقش تعدیلگری ظرفیت جذب (مورد مطالعه: شرکت های شهرک صنعتی شهر بیرجند)
۳۷	استاد راهنما	یگانه شریفی	بررسی تاثیر فشارهای نهادی و رفتار سبز کارکنان بر پایداری سبز زیست محیطی با توجه به نقش میانجی گری نوآوری سبز و نقش تعدیلگری ظرفیت جذب (مورد مطالعه: شرکت های شهرک صنعتی شهر بیرجند)
۳۸	استاد راهنما	سمیرا عباسی	ارائه مدلی برای عوامل موفقیت سیستم هوشمندی کسب و کار (مورد مطالعه: شرکت دلپذیر)
۳۹	استاد راهنما	علیرضا صادقی	بررسی تاثیر تنفر از برند بر عدم ترجیح برند با نقش میانجی گری جایگاه ادراک شده برند (مورد مطالعه: مشتریان خودروهایی کلاس سی شرکت سایپا در شهر تهران)
۴۰	استاد راهنما	زهرا حکیمی	تاثیر استفاده از اینترنت اشیا بر امنیت اطلاعات و به کار گیری بانکداری اینترنتی در جهت تحقق رضایت مشتریان (مورد مطالعه: شعبه بانک سپه و شعبه بانک مهر ایران شهرستان شاهرود)
۴۱	استاد راهنما	مهسا حضرتی	بررسی تاثیر نفوذ اجتماعی و رنجش تبلیغاتی بر اجتناب مصرف کنندگان از تبلیغات در رسانه ها اجتماعی بادر نظر گرفتن نقش تعدیلگری ارزش و باورپذیری تبلیغات (دنبال کنندگان صفحه برند غذایی کاله در اینستاگرام)
۴۲	استاد راهنما	محمدعلی لطفی	بررسی انتقام جویی آنلاین با تاکید بر نقش میانجی تمایل به انتقام جویی آنلاین (مورد مطالعه: مشتریان شرکتهای منتخب ارائه دهنده خدمات اینترنت پر سرعت)
۴۳	استاد راهنما	حجت ملایی	بررسی کارآمدی استراتژی های مقابله با قاچاق سوخت و ارایه پیشنهادات بهبود (مورد مطالعه: قاچاق سوخت در شرق کشور)
۴۴	استاد راهنما	مهسا السادات طوسی	بررسی تاثیر حمایت اجتماعی، تعهد به جامعه و اعتماد بر تجارت اجتماعی با تاکید بر نقش تعدیل گری سرمایه اجتماعی (مورد مطالعه: مشتریان آژانس مسافرتی الی گشت)
۴۵	استاد راهنما	مهرداد پوررمضانی	تاثیر تجربه برند بر وفاداری برند با میانجی گری ارزش مشتری، اعتماد و عشق به برند (مورد مطالعه: مشتریان برند چرم مشهددر استان تهران)
۴۶	استاد راهنما	مهران حسن پور للوک	بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه اجتماعی بر قصد خرید آنلاین مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه اینترنتی علی بابا)
۴۷	استاد راهنما	ساسان شبانی	انتخاب روش بهینه انتقال فناوری با استفاده از سیستم استنتاج فازی (مورد مطالعه: شرکتهای سازنده یراق آلات خطوط انتقال نیرو)
۴۸	استاد راهنما	فرزاد نجاتی	بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی بر قصد خرید آنلاین با تاکید بر نقش میانجی هویت اجتماعی، ارزش درک شده و تعدیل گری ارزش آفرینی مشترک (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)
۴۹	استاد راهنما	مظاهر صادقی	بررسی تاثیر پیکر بندی قابلیت بر عملکرد شرکت از طریق میانجی گری دوسوتوانی سازمانی و چابکی سازمانی (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)

۵۰	استاد راهنما	سیده مریم راسخی	بررسی تاثیر فعاليت های بازاریابی شبکه های اجتماعی بر تعهد عاطفی مشتری به برند با میانجی گری رضایت مشتری و هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: مشتریان پوشاک پاتن جامه در شهر تهران)
۵۱	استاد راهنما	فاطمه ربانی محمدیه	بررسی تاثیر انگیزه مشارکت مشتری در فعاليت های بازاریابی شبکه های اجتماعی بر ارزش ویژه مشتری از طریق اعتماد به برند فروشگاه (مطالعه موردی: فروشگاه اینترنتی بامیلو)
۵۲	استاد راهنما	فروغ شاه پسندی	بررسی تاثیر وب گردی لذت گرایانه و نقش وابسته‌ی جریان از طریق میانجی گری تجربه‌ی احساسی و شناختی بر خرید ناگهانی آنلاین (کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام)
۵۳	استاد راهنما	ندا علیرضایی پور	مقایسه تطبیقی مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ملت و بانک کشاورزی (مورد مطالعه: مدیریت بانک ملت و کشاورزی شهرستان کرمان)
۵۴	استاد راهنما	مصطفی تیزچنگ	بررسی تاثیر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی در شبکه اجتماعی اینستاگرام بر قصد خرید با تعدیلگری استحکام روابط و سن (مورد مطالعه: خریداران لباس و کفش زنانه از طریق اینستاگرام)
۵۵	استاد راهنما	سید محمد سید علیخانی	ارائه مدلی جهت توسعه استفاده از بلیت الکترونیک در شرکت های هواپیمایی (مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران هما)
۵۶	استاد راهنما	کامران امیرفامیان	ارزیابی پایداری زنجیره تامین (مطالعه موردی زنجیره تامین ساپکو در استان سمنان)
۵۷	استاد راهنما	فریبا خسروی	انتخاب راهکار بهینه رقابتی به منظور افزایش سهم بازار شرکت ها با استفاده از رویکرد نظریه بازی ها (مورد مطالعه: شرکت های منتخب پرداخت الکترونیک)
۵۸	استاد راهنما	عبدالرضا قریب بلوک	بررسی تاثیر سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت ارتباطی سازمان با نقش میانجی فعاليت های بازاریابی (مورد مطالعه: مراکز درمانی تامین اجتماعی سمنان)
۵۹	استاد راهنما	سیده مریم راسخی	بررسی تاثیر فعاليت های بازاریابی شبکه های اجتماعی بر تعهد عاطفی مشتری به برند با میانجی گری رضایت مشتری و هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: مشتریان پوشاک پاتن جامه در شهر تهران)
۶۰	استاد راهنما	ثریا بخشی زاد ناو	طراحی سیستم پشتیبان تصمیم گیری پویا مبتنی بر پیش بینی ارزش مشتری در توسعه محصول جدید در شرکت همراه اول
۶۱	استاد راهنما	یاسمن کاتوزیان	بررسی تاثیر ارزش های مشتری و نگرش مشتری بر قصد خرید سبز مشتری (مورد مطالعه: مصرف کنندگان لوازم آرایشی بهداشتی)
۶۲	استاد راهنما	علیخانی محمدرضا	تاثیر سیستم های اطلاعاتی بر کارآمدی مدیریت استراتژیک بازاریابی با متغیر تعدیلگر یکپارچگی سیستم های اطلاعاتی سازمان (مورد مطالعه: شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)
۶۳	استاد راهنما	عباسی گرجی علیرضا	بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی سبز از طریق مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارزش ویژه برند و قصد خرید مشتری (مورد مطالعه: محصولا تشرکت صنعتی بهپاک در شهرستان بهشهر)
۶۴	استاد راهنما	شایان خادامیان نژادامیری	بررسی تاثیر شناسایی و تعیین هویت جوامع برند در رسانه های اجتماعی بر ارزش ویژه مشتری (مورد مطالعه: اعضای جامعه برند مرکز خرید پالادیوم و مرکز خرید روشا در رسانه های اجتماعی)
۶۵	استاد راهنما	امین میرخلیل زاده ارشادی	بررسی تاثیر تداعی پاسخگویی اجتماعی شرکت بر قصد خرید مشتری (مورد مطالعه: بانک پاسارگاد)
۶۶	استاد راهنما	حمیدرضا محمودی	تاثیر نمایش آنلاین اطلاعات فروش محصول اینترنتی بر خرید آنی بر خط با اثر میانجی گری آشنایی با برند و ارزش کیفیت ادراک شده با تعدیلگری درگیری ذهنی مصرف کننده (مطالعه موردی: خریداران اینترنتی محصولات موبایل سامسونگ)
۶۷	استاد راهنما	محمود اسلامی هشتجین	بررسی چگونگی تاثیر واقعیت مجازی بر هرم ارزش ویژه برند (مورد مطالعه مشتریان هتل آرمان)
۶۸	استاد راهنما	سید علی بنی هاشمی امام قیسی	بررسی تاثیر رفتار ادراک شده از گروه و اثربخشی تبلیغات در شبکه های اجتماعی بر قصد خرید مشتری با میانجی گری نگرش به بیان همدلی (مطالعه موردی موسسه آموزشی گاج شهر کرد)

۶۹	حمیده پراکند	استاد راهنما	بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر ارزش طول عمر مشتری با نقش میانجیگری ارزش ویژه مشتری و رضایت مشتری (مورد مطالعه: مشتریان بانکهای خصوصی و دولتی)
۷۰	فاطمه خیری	استاد راهنما	بررسی نظریه سرمایه اجتماعی و نظریه جریان در خرید آنی آنلاین (مورد مطالعه: کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام)
۷۱	زهرا کوچکپور	استاد راهنما	بررسی تاثیر تناسب ارزش مصرف کننده و ارزش برند و شباهت مشتری به مشتری بر تاب آوری به اطلاعات منفی از طریق جذابیت و تطابق هویت مشتری با هویت برند (مطالعه موردی: استفاده کنندگان گوشی همراه و تلویزیون)
۷۲	اطهره سالاری جلگه	استاد راهنما	توسعه مدل ممیزی برند بر اساس مدیریت استراتژیک برند (مورد مطالعه: بانک ملت)
۷۳	گلناز گله باقری	استاد راهنما	ارائه مدلی پویا از عوامل کنترل عملکرد مدیریت دانش در شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر پویایی های سیستم (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)
۷۴	سیده فرزانه موسوی نیکو	استاد راهنما	بررسی تاثیر عوامل مدل پذیرش اطلاعات و تئوری عمل مستدل بر قصد خرید آنلاین (مورد مطالعه: هایپر استارهای منتخب شهر مشهد)
۷۵	جمیله توماج	استاد راهنما	بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی بر ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: شرکت تولیدی مازیار صنعت)
۷۶	زیبا بهاروند ایران نیا	استاد راهنما	تاثیر ریسک ادراک شده و متغیرهای مدل UTAUT بر رفتار خرید با میانجی گری قصد خرید اینترنتی و اعتماد درک شده و تعدیل کنندگی جنسیت (مورد مطالعه: خریداران اینترنتی لپ تاپ و تلفن همراه در تهران)
۷۷	علی باغانی	استاد راهنما	تبیین عوامل تاثیر گذار بر قصد خرید محصولات غذایی سبز با استفاده از رویکرد مدل سازی ساختاری - تفسیری
۷۸	بهناز عصار	استاد راهنما	ترسیم نقشه ذهنی از دلایل مقاومت در برابر بانکداری اینترنتی با استفاده از رویکرد مدل سازی ساختاری - تفسیری (مورد مطالعه: مشتریان بانک پارسیان در شهر تهران)
۷۹	مسعود باقرزاده فرد	استاد راهنما	بررسی تاثیر قابلیت های نوآوری، بازاریابی و شبکه سازی بر ارزش ویژه برند از طریق ارزش مشتری و هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: شرکت خودروسازی ایران خودرو)
۸۰	آرش فغانی	استاد راهنما	بررسی ارتباط بین رابطه با مشتری و وفاداری (مطالعه موردی: مشتریان بانک های ملت شهرستان شاهرود)
۸۱	محمد رضوانی فر	استاد راهنما	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر جایگاه یابی در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: مشتریان بانک ملی ایران، شعب شهر تهران)
۸۲	سید محمدباقر انصاری	استاد راهنما	بررسی تاثیر مولفه های جو وب سایت فروش بر رفتار مصرف کننده با در نظر گرفتن متغیر میانجی شیفتگی (مورد مطالعه: مشتریان وب سایت ۵۰۴۰)
۸۳	سارا رنجبر	استاد راهنما	تاثیر اصول اخلاقی بازاریابی بر عملکرد کارکنان با در نظر گرفتن نقش میانجی تسهیم دانش و سرمایه فکری و نقش تعدیل گر رده شغلی (مورد مطالعه: کارکنان بیمارستان های دولتی شهرستان آمل)
۸۴	خدیجه موسوی	استاد راهنما	به کارگیری تکنیک (QFD) و (AHP) فازی جهت بهبود کیفیت محصولات (مورد مطالعه: شرکت تولیدی لوازم بهداشتی نیمه شعبان)
۸۵	مریم رحمت الهی	استاد راهنما	بررسی تاثیر کارافرینی سازمانی بر مزیت رقابتی پایدار با میانجیگری قابلیت بازاریابی و نوآوری در شرکت های کوچک و متوسط (SME) (مورد مطالعه: شرکت های واقع در شهرک صنعتی تهران)
۸۶	محسن محمودی	استاد راهنما	بررسی تاثیر ویژگی های تبلیغات بر روی قصد خرید با اثر میانجی گری ارزش تبلیغات و تجربه جریان (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات پریل در شهر اراک)

۸۷	طاهره رحمانی	بررسی تاثیر ترجیحات رنگ بر ترجیح محصول با تاکید بر نقش تعدیل گری عوامل جمعیت شناختی (مورد مطالعه: خریداران کفش ورزشی)
۸۸	فرزانه روشن	بررسی تاثیر عناصر طراحی تبلیغات بر مقاصد رفتاری با میانجیگری ارزش درک شده مشتریان (مشتریان بستنی میهن (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز)
۸۹	زهره ناصری اشترانی	بررسی تاثیر موقعیت رفتار مصرف کننده بر واکنش رفتاری با میانجی گری ارزش ادراک شده (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصول غذایی روغن با برند لادن در شهر تهران)
۹۰	سارا فیروزی	تاثیر نگرش های آرمان گرایی و خود گرایی بر استفاده از بازاریابی ویروسی با اثر میانجی ادراک بازاریابی غیراخلاقی (مورد مطالعه: مصرف کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی سینره در سطح تهران)
۹۱	یسری جعفریان	بررسی نقش ساختار بازار، سیاستهای تنظیم بازار و قیمت کالاهای جایگزین بر سیاستهای قیمت گذاری (مورد مطالعه: بازار برنج ایران)
۹۲	مریم خاکسار	تاثیر عوامل محیطی رقابتی بر قابلیتهای بازاریابی با میانجی گری مشتری مداری و گرایش به نوآوری (مورد مطالعه: مدیران و کارشناسان شرکت صنعتی فولاد در شهرستان اسفراین)
۹۳	زهرا احمدی	بررسی تاثیر خدمات وب بر وفاداری مشتریان با در نظر گرفتن متغیرهای میانجی ارزش ادراکی و دانش مشتری
۹۴	حیمد قاسمی	بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر واکنش های رفتاری مشتریان با تاکید بر نقش میانجیگری متغیر های ارزش ادراک شده و ارزش ویژه ی برند (مورد مطالعه: مشتریان بانک انصار در شهرستان مشهد)
۹۵	مهدی رحیمی	بررسی و دسته بندی عوامل موثر بر اثربخشی شعار برند (مورد مطالعه: بانک ملی ایران و بانک سامان در سطح شهر مشهد)
۹۶	ویدا چراغی	بررسی موانع توسعه گردشگری راه ابریشم: مطالعه موردی محور سمنان _ تهران
۹۷	احمد کاظمی	بررسی تاثیر تبلیغات هان به دهان بر روی تمایل به خرید از محصولات با برند خصوصی فروشگاه با تاکید بر میانجی گری تصویر ادراک شده از فروشگاه و ریسک ادراک شده از برند خصوصی فروشگاه (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه زنجیره ای اتکا در کرج)
۹۸	محمدرضا طحان ناساری	تاثیر بازاریابی رابطه مند بر رضایت و وفاداری مشتریان و ارزش برند
۹۹	حسین صفری	بررسی تأثیر رهبری خدمتگذار بر فرهنگ سازمانی: مطالعه موردی کارکنان بانک ملت شهر تهران
۱۰۰	زهراالسادات جعفری نیک	بررسی تأثیر تبلیغات دهان به دهان بر قصد خرید مصرف کنندگان با میانجی گری نگرش دریافت کننده پیام نسبت به محصول و تعهد در رابطه (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات گلرنگ شهر تهران)
۱۰۱	میلاد نیک پور	بررسی تاثیر شدت رقابت و نقش آن در کسب مزیت رقابتی با میانجیگری قابلیت بازاریابی (مطالعه موردی: کارشناسان و مدیران شعب بانک ملت شهر تهران)
۱۰۲	کاوه زرین فر	بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در خرید الکترومیکسی با میانجیگری اعتماد و رضایتمندی (مورد مطالعه: محصولات آموزشی)
۱۰۳	غزال سعدالدین	بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات الکترونیک و نیت رفتاری مشتریان (مورد مطالعه: شعب بانک مهر اقتصاد استان سمنان)
۱۰۴	بنفشه فتوت	بررسی تأثیر ابعاد ارزشی بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتری (شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران)
۱۰۵	محبوبه بابانژاد ملکشاه	بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی و وفاداری مشتریان

۱۰۶	بررسی تأثیر آموزش بر قصد کارآفرینانه (مطالعه موردی: دانشگاه فنی و حرفه‌ای شیراز)	استاد راهنما	مرضیه پیروزمند
۱۰۷	بررسی ارتباط بین دانش کارآفرینانه و هویت مکانی در عملکرد کارآفرینان گردشگری (مطالعه موردی: مدیران آژانسهای مسافرتی شهر مشهد)	استاد راهنما	شیوا چشمی
۱۰۸	بررسی رابطه بین تبادل مدیر و کارمند حسادت کارمند و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان	استاد راهنما	یوسف خلیفه
۱۰۹	بررسی تاثیر ویژگی‌های سازمان یادگیرنده بر اثربخشی برنامه‌ریزی استراتژیک (مطالعه موردی: دانشگاه دامغان و دانشگاه آزاد اسلامی دامغان)	استاد راهنما	حسین سجادی
۱۱۰	بررسی بهبود اثربخشی تبلیغات تجاری با در نظر گرفتن تیپ شخصیتی افراد بر اساس شاخص نمای شخصیتی مایرز بریگز (MBTI) (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سمنان)	استاد راهنما	مهدی سجادی
۱۱۱	بررسی عوامل موثر بر گرایش مشتریان در استفاده از سیستم رزرو اینترنتی (مطالعه موردی: هتل‌های شهرستان شیراز)	استاد راهنما	نگین معصومی
۱۱۲	بررسی عوامل موثر بر خرید رایانه قابل حمل (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های سمنان)	استاد راهنما	سعید حسین آبادی فراهانی
۱۱۳	بررسی عوامل موثر بر واکنش رفتاری مصرف کنندگان به پیامک‌های تبلیغاتی	استاد راهنما	بیبا محمدزاده نیاکی
۱۱۴	بررسی رابطه بین تبادل مدیر و کارمند حسادت کارمند و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان	استاد راهنما	یوسف خلیفه
۱۱۵	بررسی عوامل موثر بر گرایش به خرید الکترونیکی کتاب و نرم افزار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهر سمنان)	استاد راهنما	سلمان کریمی
۱۱۶	ارزیابی میزان اثربخشی استراتژی برون سپاری در شرکت مخابرات (مطالعه موردی شرکت مخابرات شهرستان سمنان)	استاد راهنما	سیده راضیه موسوی چاشمی
۱۱۷	بررسی عوامل موثر بر انطباق مشتریان با کانال‌های بانکداری (مطالعه موردی: مشتریان بانک تجارت شهرستان سمنان)	استاد راهنما	رضا آقایی
۱۱۸	بررسی ادراک کارکنان از عدالت در بروز رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی (مطالعه موردی بیمه‌های ایران و البرز)	استاد راهنما	نینا پورا ابراهیمی
۱۱۹	بررسی تأثیر تصویر ذهنی کشور مبدأ بر شکل‌گیری ارزش ویژه نام تجاری از دیدگاه مصرف کنندگان (مورد مطالعه: لپ تاپ و گوشی تلفن همراه)	استاد راهنما	هادی مرادی
۱۲۰	بررسی و الویت بندی عوامل موثر بر آمادگی شرکت‌های کوچک و متوسط شهرستان سمنان در استفاده از تجارت الکترونیکی بین سازمانی (B2B) با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی (FAHP)	استاد راهنما	مهدی ایلکیایی
۱۲۱	تدوین استراتژی رقابتی برای محصولات منتخب شرکت کندر بر اساس مدل ADL	استاد راهنما	الهام افضلی
۱۲۲	بررسی و تعیین عوامل موثر بر تصمیم خرید مشترکین ایرانی‌سلی بر اساس آمیخته بازاریابی و اولویت بندی آن‌ها با استفاده از روش AHP	استاد راهنما	امیررضا بنددار
۱۲۳	بررسی و اولویت بندی عوامل موثر بر وفاداری به نام تجاری در مصرف کنندگان کنسرو ماهی در شهر زنجان با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی	استاد راهنما	محسن قربانلو
۱۲۴	بررسی امکان پذیری پیاده سازی و طراحی و ارائه نظام جانشین پروری (مطالعه موردی: بانک پاسارگاد)	استاد راهنما	مونا رسولی
۱۲۵	برندسازی پایدار بنگاه به بنگاه مبتنی بر پایداری استراتژیک (مورد مطالعه: بنادر ایران)	استاد مشاور	سیما علی پور
۱۲۶	تبیین قابلیت‌های بازاریابی مبتنی بر تغییرات اقلیمی: بررسی اکتشافی شرکتهای B2B	استاد مشاور	سیده مریم اصغری نجیب
۱۲۷	تدوین استراتژی‌های ورود به بازارهای بین المللی مبتنی بر پارادایم رایانش ابری	استاد مشاور	سمیه زنگیان
۱۲۸	آینده نگاری توسعه صادرات داروهای نوفناورانه در افق ایران ۱۴۰۴	استاد مشاور	مظفر ناصری طاهری

۱۲۹	طراحی مدل همراستایی ابزارهای بازاریابی رسانه های اجتماعی با در نظر گرفتن ارزش های فرهنگ ملی	استاد مشاور
۱۳۰	طراحی برند ملی در حوزه صاحبان استعداد های برتر و نخبگان عرصه علم و فناوری	استاد مشاور
۱۳۱	مدل رفتار معنوی در سازمان های رسانه ای	استاد مشاور
۱۳۲	تدوین مدل بین المللی سازی بنگاه های دانش بنیان فناوری اطلاعات و ارتباطات ایرانی	استاد مشاور
۱۳۳	معماری فرایند مدیریت استراتژیک استعداد در بنیاد ملی نخبگان: رویگردی نگاشت شناختی	استاد مشاور
۱۳۴	طراحی الگوهای ارزیابی و پیش بینی افول برند به منظور برند سازی مجدد (بازآفرینی برند)	استاد مشاور
۱۳۵	ارائه الگو هویت برند ملی صادراتی ایران	استاد مشاور
۱۳۶	طراحی و تبیین مدل راهبردی رقابت پذیری برند برای ورود به بازارهای بین المللی (مورد مطالعه: صنایع غذایی کشور)	استاد مشاور
۱۳۷	تأثیر فناوری بلاکچین بر عملکرد روابط زنجیره تامین با میانجی گری یکپارچه سازی زنجیره تامین (مورد مطالعه: صنایع پخش دارو)	استاد مشاور
۱۳۸	بررسی تاثیر اعتبار منبع توصیه کننده بر قصد خرید مصرف کنندگان با نقش تعدیلگری سلبریتی سنتی و سلبریتی اینستاگرامی	استاد مشاور
۱۳۹	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر دلبستگی سازمانی کارکنان شرکت های خدماتی خصوصی شهر تهران	استاد مشاور
۱۴۰	بررسی تاثیر بازاریابی چند رسانه ای دیجیتال بر افزایش درآمد، با تاکید به تغییر نگرش مصرف کنندگان و واسطه زدایی (مورد مطالعه: زعفران کاران شهرستان سبزوار)	استاد مشاور
۱۴۱	بکارگیری رویکرد تحلیل پوششی داده های پنجره ای بمنظور سنجش کارایی بانک های دولتی بر اساس شاخص های بانکداری الکترونیک	استاد مشاور
۱۴۲	بررسی تاثیر حمایت اجتماعی و کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری با میانجی گری هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: اسنپ فود)	استاد مشاور
۱۴۳	طراحی الگوی ارزیابی عملکرد با بهره گیری از مدل کارت امتیازی متوازن (BSC) مطالعه موردی: ستاد امر به معروف و نهی از منکر اصفهان	استاد مشاور
۱۴۴	شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت فعالیت های برون سپاری خدمات نگهداری و تعمیرات با استفاده از رویکرد فازی (مورد مطالعه دانشگاه سمنان)	استاد مشاور
۱۴۵	بررسی تاثیر سیستم مدیریت مشتری محور، نوآوری و قابلیت های مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی بر عملکرد سازمان: نقش میانجی مشارکت مشتری و تعدیلگری کاربرد رسانه اجتماعی (مورد مطالعه: بانک ملت شهرستان سمنان)	استاد مشاور
۱۴۶	بررسی اثر DNA نام تجاری در بازاریابی تعاملی در صنعت گردشگری با استفاده از مدل منشور هویت برند (مورد مطالعه: هتل کاملیا سبزوار)	استاد مشاور
۱۴۷	نوع شناسی روش های بازی پردازی در کشور و اولویت بندی انگیزه های مصرف کنندگان در استقبال از هر یک از آن ها	استاد مشاور
۱۴۸	بررسی تاثیر کیفیت خدمات حمل و نقل عمومی و ارزش ویژه برند بر وفاداری مشتریان با میانجی گری نگرش و رضایت آنان (مورد مطالعه: مسافران اتوبوس های بین شهری مسافت های طولانی)	استاد مشاور
۱۴۹	ارزیابی و انتخاب مناسب ترین روش قیمت گذاری دانش فنی (مورد مطالعه شرکت سامفر)	استاد مشاور

۱۵۰	میرزا عبدالله زاده کرم	بررسی تاثیر ویژگی های محتوایی پیام تبلیغاتی بر قصد خرید با میانجی گری اعتماد و نگرش مصرف کنندگان در شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: استفاده کنندگان از خدمات بهداشتی - درمانی)
۱۵۱	ناتاشا خورسندی قرآپه	شناسایی ویژگی ها و الزامات سازمان اخلاقی (مورد مطالعه: واحد صنعتی هاکوپیان)
۱۵۲	سمانه دستورانی	بررسی تاثیر برجسب زنی در بسته بندی محصولات بر تصمیم خرید مصرف کننده با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری حساسیت به قیمت و میانجیگری نگرش مصرف کننده (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات غذایی)
۱۵۳	مرتضی حمیدی	شناسایی معیارها و رتبه بندی صنایع منتخب بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از روش تاپسیس فازی
۱۵۴	امید طاهریان	رتبه بندی معیارهای CAMEL در ارزیابی عملکرد بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به روش AHP فازی و TOPSIS
۱۵۵	کیاندهخت صالح	تاثیر آمیخته بازاریابی خدمات بر اعتماد مشتریان (مورد مطالعه: آژانس های تبلیغاتی شهر تهران)
۱۵۶	مصطفی حیدری	تاثیر هوش معنوی بر رهبری اخلاقی با میانجی گری روانشناسی مثبت گرا و تعدیل گری گروه خونی (مطالعه موردی: مدیران مدارس شهر کرمان)
۱۵۷	علیرضا مرادی	بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر رتبه CAMEL بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
۱۵۸	آیدا بهرامی	تاثیر جو فروشگاه و سهولت دریافت خدمات بر رفتار خرید مجدد با میانجیگری رضایت مصرف کننده در فروشگاههای خرده فروشی زنجیره ای
۱۵۹	امیر محمد طهماسبی ارشلو	بررسی تاثیر فرهنگ فروش بر تمایلات رفتاری مشتریان با توجه به نقش میانجی بازاریابی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت صنایع لاستیک بارز کرمان)
۱۶۰	حسین فضلای	جایگاه یابی برندهای لوازم خانگی با استفاده از تکنیک نقشه ادراکی (مورد مطالعه: برندهای منتخب صنعت لوازم خانگی)
۱۶۱	علیرضا یاری پور فومنی	مقایسه ی بازدهی روش های مبتنی بر نوسان گرهای تحلیل تکنیکال در پیش بینی روند شاخص قیمت بورس اوراق بهادار تهران
۱۶۲	مهسا بهمنی	بررسی تاثیر رویکرد برند بر عملکرد برند با در نظر گرفتن نقش میانجی رویکرد بازار و رویکرد کارآفرینی (مورد مطالعه: مدیران شرکت های مستقر در شهرک صنعتی شیراز)
۱۶۳	هانیه کاظمی سلمانی	مطالعه تطبیقی شیوه ها، تاکتیک ها و تکنیک های ترویج با تمرکز بر روی آمیخته های تبلیغات در حوزه ی گردشگری بین دو کشور ج.ا.ایران و ترکیه
۱۶۴	هادی قزوینی	شناسایی و رتبه بندی موانع ورود محصولات نوین کارخانجات گچ سمنان به بازارهای بین المللی
۱۶۵	سمیرا مرتضوی	شناسایی و اولویت بندی عوامل ساختاری موثر در تعیین اجاره بهای مسکن در شهر شاهرود
۱۶۶	حسن دره کردی	بررسی تطبیقی بسته بندی محصولات کشاورزی داخلی با نمونه های خارجی با تاکید بر نیازهای مصرف کننده (مورد مطالعه: محصول پسته)
۱۶۷	مجید عسگری	تاثیر فراموشی سازمانی بر یادگیری و نوآوری سازمانی کارکنان بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۱۶۸	علی نصرآبادی	بررسی تاثیر انگیزه های مصرف کنندگان بر خرید محصولات (برندهای) بدلی با میانجیگری متغیر نگرش نسبت به محصولات (برندهای) بدلی (مورد مطالعه: خریداران موبایل و تبلت در شهرستان نیشابور)
۱۶۹	مصطفی بالدران	بررسی تاثیر فرهنگ برند، شخصیت برند و خود انگاره برند بر هویت برند از دیدگاه صاحبان برند (مورد مطالعه: صنعت فست فود در شهر قزوین)
۱۷۰	شیده آذری نژاد	تاثیر انگیزه مشارکت کننده در بازاریابی دهان به دهان الکترونیکی بر تصمیم به خرید با اثر میانجی اعتماد

		مخاطب و اثر تعدیلگر دانش ذهنی مخاطب در میان کاربران اینترنتی در ایران	
استاد مشاور	یگانه محسن زاده	بررسی تاثیر مدیریت دانش بر شکل گیری تفکر استراتژیک با میانجی گری سرمایه فکری (مورد مطالعه: مدیران و شرکتهای مستقر در پارک فن آوری پردیس)	۱۷۱
استاد مشاور	پروین امیری	طراحی مدلی برای ارزیابی و اولویت بندی ریسک های منابع انسانی و اقدامات استراتژیک منابع انسانی متناظر با استفاده از روش تاپسیس	۱۷۲
استاد مشاور	رحمان توکلی نافچی	بخش بندی تامین کنندگان با به کارگیری روش تاپسیس فازی در شرکت سامفر	۱۷۳
استاد مشاور	طیبه السادات ضیائی	بررسی موانع توسعه فرنچایزینگ (اعطای حق امتیاز) در ایران (مورد مطالعه: غذاهای آماده و رستورانی)	۱۷۴
استاد مشاور	علی اسکندرزاده	کاربرد QFD در بهبود ارتباط صنعت و دانشگاه (مورد مطالعه: شرکت برق منطقه ای خراسان)	۱۷۵
استاد مشاور	حدیثه کلانتری	استفاده از QFD جهت شناسایی استراتژی های کلیدی محصول روغن زیتون ایران و الزامات فنی پیاده سازی آن ها با رویکرد تولید در کلاس جهانی	۱۷۶
استاد مشاور	فاطمه دیهیم فر	بررسی رابطه سبک شخصیتی (مایرز بریگز) و چاپلوسی کارکنان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی سمنان)	۱۷۷
استاد مشاور	سمیرا اصل نژاد	رتبه بندی ریسک های موجود در زنجیره تامین برای دستیابی به تولید در کلاس جهانی با استفاده از روشهای تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شرکت تراکتور سازی تبریز)	۱۷۸
استاد مشاور	مینا برهانی	رتبه بندی و انتخاب استراتژی مناسب مدیریت دانش مبتنی بر نیازهای مشتری در زنجیره تامین صنایع آرایشی و بهداشتی با استفاده از تکنیک QFD فازی	۱۷۹
استاد مشاور	جعفر ضامنی خجسته	ارائه مدلی استراتژیک برای بین المللی شدن و ورود صنعت نانوی ایران به بازار جهانی	۱۸۰
استاد مشاور	زاهده حاجیلو	شناسایی و اولویت بندی مشتریان کلیدی بر مبنای ارزش دوره عمر آن ها با استفاده از مدل آر. اف. ام. مطالعه موردی: شرکت مخابرات استان قم	۱۸۱
استاد مشاور	سحر حسینی بالایی	بررسی تاثیر استراتژی های چابکی سازمانی و چابکی زنجیره تامین بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: شرکت کاله)	۱۸۲
استاد مشاور	مجید پارسا	بررسی تاثیر اعتماد سازمانی بر روی رفتار شهروندی سازمانی با اثر میانجیگری حمایت ادراک شده سازمانی (مورد مطالعه: کارکنان ادارات کل هواشناسی استانهای خراسان رضوی، شمالی و جنوبی)	۱۸۳
استاد مشاور	سمیرا اصل نژاد	رتبه بندی ریسک های موجود در زنجیره تامین برای دستیابی به تولید در کلاس جهانی با استفاده از روش های تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شرکت تراکتور سازی تبریز)	۱۸۴
استاد مشاور	علی روزبهرانی	ارائه چارچوبی مفهومی برای عوامل موثر بر پذیرش سیستم های یادگیری الکترونیکی در شرکت ملی گاز ایران با تکیه بر مدل پذیرش فناوری و نظریه عمل مستدل	۱۸۵
استاد مشاور	حمید زیدآبادی	تاثیر ادراک کارکنان از رفتار سیاسی بر تعهد سازمانی به واسطه رضایت شغلی، با نقش تعدیل گری عزت نفس کارکنان (مورد مطالعه: شعب بانک تجارت شهرستان سبزوار)	۱۸۶
استاد مشاور	میلاد صادقی گوغری	مطالعه تاثیر هوش تجاری بر روی رضایت و وفاداری توزیع کننده ها با در نظر گرفتن اثر میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های کوچک و متوسط واقع در شهرک صنعتی سیرجان)	۱۸۷
استاد مشاور	حبیب فرج پور خانابستانی	انتخاب بهترین استراتژی های نگهداری و تعمیرات با استفاده از روش های تصمیم گیری چند معیاره (MCDM) در صنعت نفت	۱۸۸
استاد مشاور	لیلا زمانی خانکهدانی	رتبه بندی عوامل موثر بر تصمیمات برون سپاری از نگاه استراتژیک در زنجیره تامین شرکت های تولیدی کوچک و متوسط با استفاده از آراس فازی	۱۸۹

۱۹۰	استاد مشاور	سارا گنجوئی	بررسی رابطه میان کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر مقاصد رفتاری از طریق وفاداری و رضایت مندی در میان مشتریان بانک های ملی ، ملت و مهر اقتصاد در شهر سمنان
۱۹۱	استاد مشاور	مرتضی خیرالدین قدیرآبادی	بررسی تاثیر عناصر بسته بندی مواد خوراکی (چیپس سیب زمینی) بر انتخاب محصول توسط کودکان با در نظر گرفتن متغیر تعدیل گر ویژگی های جمعیت شناختی (مورد مطالعه: کودکان ۹-۱۲ سال شهرستان سمنان)
۱۹۲	استاد مشاور	شیما حمیدی نسب	ارائه رویکردی ترکیبی از تکنیک های تصمیم گیری چند معیاره (MCDM) به منظور رتبه بندی عوامل کلیدی موفقیت در پیاده سازی تولید در کلاس جهانی (مورد مطالعه: شرکت حلوائی عقاب)
۱۹۳	استاد مشاور	عباس ابراهیم پور	بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد مالی با میانجیگری تسهیم دانش (مورد مطالعه: شعب بانک تجارت شهرستان کرج)
۱۹۴	استاد مشاور	ادریس بادیدست	بررسی تبعیت از بنا در بورس اوراق بهادار تهران با رویکرد مبتنی بر تمایلات سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران
۱۹۵	استاد مشاور	صبا ملکی	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو)
۱۹۶	استاد مشاور	فروغ الزمان زرکار	بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر کارآمدی نیروی انسانی با متغیر میانجی فرآیند خلق دانش در شعب شهر تهران، کانون زبان ایران
۱۹۷	استاد مشاور	محمد مهدی چوبینه	بررسی تاثیر دانش مصرف کننده بر وفاداری مصرف کننده با در نظر گرفتن متغیر میانجی تعمیم برند (مورد مطالعه: محصولات سامسونگ)
۱۹۸	استاد مشاور	بیژن رضایی	مطالعه تاثیر بسته بندی بر قصد خرید مصرف کنندگان با ملاحظه اثر میانجی ادراک مصرف کننده از کیفیت محصول، مطالعه موردی محصولات خرما در شیراز
۱۹۹	استاد مشاور	محبوبه اسدزاده	تاثیر تبلیغات از طریق پیام کوتاه بر قصد خرید در صنعت بیمه با در نظر گرفتن نقش ارزش ویژه نام تجاری
۲۰۰	استاد مشاور	صدیقه رضانی	بررسی تاثیر لوگوی برند (علامت تجاری) بر پاسخ مصرف کننده با در نظر گرفتن متغیر میانجی ارزش ویژه کلی برند (مورد مطالعه: دو برند بین المللی نایک و ورساچه و دو برند ایرانی پاتن جامه و هاکوبیان در صنعت پوشاک)
۲۰۱	استاد مشاور	مهرداد طاهری مشهدی	استفاده از QFD فازی جهت بهبود محصولات لبنی (شرکت صنایع شیر ایران پگاه) با اتکا بر راه کارهای مدیریت دانش
۲۰۲	استاد مشاور	فهیمة نبی حسن آباد	تاثیر بازاریابی استراتژیک بر مزیت رقابتی و عملکرد بازار با اثر میانجی قدرت برند (مورد مطالعه: مدیران شرکت های کوچک و متوسط شهرک صنعتی توس مشهد)
۲۰۳	استاد مشاور	زینب کریم نیا	بررسی نقش اعتماد و تعهد میان تولیدکننده و توزیع کننده بر عملکرد تجاری تولید کننده با اثر میانجی رضایت و وفاداری توزیع کننده (مطالعه موردی در میان شرکت های بزرگ صنایع غذایی)
۲۰۴	استاد مشاور	میلاذ مسکین	شناسایی و رتبه بندی اقدامات استراتژیک به منظور برآورده شدن نیاز مشتریان با رویکرد QFD فازی (مورد مطالعه شرکت چینی ایران)
۲۰۵	استاد مشاور	محمدحسن کشاورز	تاثیر مدیریت امنیت اطلاعات و یکپارچگی فرآیندها بر چابکی زنجیره تامین (مورد مطالعه: صنعت سیمان)
۲۰۶	استاد مشاور	نرجس نقی پور	ارائه چارچوبی برای ارزیابی سیستم های اطلاعات بیمارستان (مورد مطالعه: بیمارستان های آموزشی استان قزوین)

۲۰۷	استاد مشاور	فرحناز قوشچیان	بررسی نقش فرزندان بر خرید والدین در خرید کالاهای کم دوام (مواد غذایی) و کالاهای با دوام (لوازم خانگی) (مطالعه موردی: خانوارهای شهرستان سمنان)
۲۰۸	استاد مشاور	زهره شکرانیان	بررسی نقش آمیخته بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری کاشان
۲۰۹	استاد مشاور	زهره خزاعی	بررسی تأثیر هوش فرهنگی، هوش معنوی و هوش هیجانی بر عملکرد شغلی مدیران مهمان‌نوازی (مورد مطالعه: شهر مقدس مشهد)
۲۱۰	استاد مشاور	سمیه آقایان	بررسی رابطه بین تسهیم دانش فرآیند توسعه یکپارچه محصول جدید با رضایت مشتریان با میانجی‌گری موفقیت توسعه محصول جدید و مشکلات طراحی محصول جدید (مورد مطالعه: شرکت تولیدی خودرو سایپا)
۲۱۱	استاد مشاور	حمیدرضا پروازی شندی	بررسی تأثیر ریسک سیاسی بر عملکرد مالی شرکت‌ها (مطالعه موردی: شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران)
۲۱۲	استاد مشاور	سودابه عبداللهی	بررسی تأثیر تخصیص منابع (تسهیلات اعطایی) بر تجهیز منابع مالی در شعب بانک ملت استان سمنان
۲۱۳	استاد مشاور	صابر حاجی رحیمی	بررسی تأثیر جوامع برند متأثر از رسانه‌های اجتماعی بر خط بر وفاداری به برند با اثر میانجی اعتماد به برند و متغیرهای مشتری محوری در رسانه‌های اجتماعی
۲۱۴	استاد مشاور	سامان حسین زاده	رابطه بین مزیت‌های ویژه شرکت و ویژگی‌های تصمیم‌گیرنده با تمایل به صادرات با اثر تعدیل‌کنندگی حمایت‌های دولت از صادرات (مورد مطالعه: شرکت‌های شهرک صنعتی شهر ارومیه)
۲۱۵	استاد مشاور	محبوبه سادات عمادی	بررسی تأثیر ویژگی‌های شبکه اجتماعی بر خط بر مقاصد رفتاری با تأکید ویژه بر تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر خط و ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: استفاده کنندگان از لپ‌تاپ که عضو شبکه مجازی کلوب)
۲۱۶	استاد مشاور	ناصر اله وردی زاده	شناسایی و تحلیل عوامل موثر تأثیرگذار (بازدارنده و پیش‌برنده) در ایجاد فضای مناسب کسب و کار و ارائه راهکار در حوزه صنایع کوچک
۲۱۷	استاد مشاور	مجید یآوری	نگرش دانشجویان دوره کارشناسی رشته مدیریت جهانگردی دانشگاه‌های منتخب ایران نسبت به شغل آینده خود در صنعت جهانگردی
۲۱۸	استاد مشاور	مهدی روح الهی	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر انتشار فناوری در سطح خوشه‌های صنعتی (مطالعه موردی: پروژه-های توسعه خوشه‌ای مورد حمایت سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران)
۲۱۹	استاد مشاور	هستی مزینانی	بررسی علل ناکارآمدی پاداش‌های بیرونی پرداخت شده به کارکنان از منظر آنان (مطالعه موردی: شعب بانک ملی شهرستان مشهد)
۲۲۰	استاد مشاور	علی رخیده	بررسی عوامل اثرگذار بر خرید برند‌های لوکس در مصرف‌کنندگان ایرانی (مورد مطالعه: صنعت پوشاک)
۲۲۱	استاد مشاور	حمیدرضا پروازی شندی	بررسی تأثیر ریسک سیاسی بر عملکرد مالی شرکت‌ها؛ مطالعه موردی: شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران
۲۲۲	استاد مشاور	سودابه عبداللهی	بررسی تأثیر تسهیلات اعطایی، نرخ سودپرداختی و هزینه تبلیغات بر جذب منابع مالی (مطالعه موردی شعب بانک سپه استان سمنان)
۲۲۳	استاد مشاور	مصطفی رضائی	پیش‌بینی تقاضای محصول با استفاده از روش رگرسیون بردار پشتیبان (مطالعه موردی: کاشی ایرانا)
۲۲۴	استاد مشاور	شاهین جاوید میلانی	بررسی و شناسایی عوامل موثر بر آموزش کارکنان در سازمان‌های پروژه محور و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان

۲۲۵	استاد مشاور	جلال احسانی راد	مطالعه تأثیر ابعاد جریان دانش بر رضایتمندی مشتری، مطالعه موردی شرکت تدوین فرآیند تولید کننده نرم افزار
۲۲۶	استاد مشاور	مهرداد فلاح اوریمی	بررسی عوامل موثر بر انتخاب استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی توسط شرکت‌های ایرانی
۲۲۷	استاد مشاور	سید آرمین حسینی	شناسایی و اولویت بندی عوامل معنویت در محیط کار (مطالعه موردی: اداره کل نگهداری واگن‌های مسافری شرکت رجا)
۲۲۸	استاد مشاور	محمد متقی پور	مقاومت در مقابل تغییرات در شرکت رجا
۲۲۹	استاد مشاور	محبوبه حاج کاظمی	بررسی نقش رهبری تحول آفرین در بیگانگی از کار با میانجی‌گری تعهد سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه البرز شهر تهران)
۲۳۰	استاد مشاور	امیر حسین قهرمانی	بررسی عوامل تأثیر گذار بر مقاومت مشتریان در برابر پذیرش نوآوری (مطالعه موردی: گوشی‌های تلفن همراه)
۲۳۱	استاد مشاور	لیلا دلاوری مرغزار	امکان سنجی استفاده از مدل ارزش در معرض ریسک در بورس اوراق بهادار تهران (مطالعه موردی: صنعت کانه فلزی)
۲۳۲	استاد مشاور	سید محمد حسینی پور	بررسی رابطه بین برخورداری از پوشش بیمه عمر و سرمایه‌گذاری با تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان بانک ملت
۲۳۳	استاد مشاور	ساره بابایان	ارزیابی کیفیت خدمات واحد تور در دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی مشهد
۲۳۴	استاد مشاور	محمدعلی سیاه سرانی کجوری	بررسی تأثیر امنیت ادراک شده بر اعتماد بانکداری اینترنتی، ریسک ادراک شده و پذیرش بانکداری آنلاین (مطالعه موردی: مشتریان بانک صادرات سمنان)
۲۳۵	استاد مشاور	میثم رادمهر	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت دانش در شرکت روغن کشتی خرمشهر
۲۳۶	استاد مشاور	صادق میرابراهیمی	بررسی اثر تصویر فروشگاه بر قصد خرید (مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه‌های پاتن جامه تهران)
۲۳۷	استاد مشاور	سیدمهدی موسوی داودی	بررسی رابطه میان هوش معنوی، عدالت سازمانی، رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان بانک ملت استان مازندران)
۲۳۸	استاد مشاور	سام حشمتی	بررسی مقایسه‌ای میزان اصول تفکر استراتژیک در افراد کارآفرین و غیر کارآفرین (کارآفرینان و کارمندان سازمان‌های دولتی تهران)
۲۳۹	استاد مشاور	فرناز روزبان	بررسی رابطه مدیریت دانش و تکنولوژی اطلاعات با میانجی‌گری توانمندسازی در شرکت ملی حفاری ایران
۲۴۰	استاد مشاور	فاطمه اسفندیاری	ارزیابی مقایسه‌ای دو سازمان خدماتی بر اساس شاخص‌های بهره‌وری (بندر شهید رجایی و بندر امام خمینی)
۲۴۱	استاد مشاور	صفر احمدزاده	بررسی رابطه میان کیفیت خدمات، ارزش ادراک شده، رضایت مشتری و وفاداری از منظر مشترکین ایرانسل (مطالعه موردی استان آذربایجان غربی)
۲۴۲	استاد مشاور	کیوان سلطانی	بررسی رابطه بین ارزش‌های فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملت)
۲۴۳	استاد مشاور	رضوان شریف زاده	بررسی رابطه بین سبک شخصیت ۵ عاملی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملت)
۲۴۴	استاد مشاور	ندا سراج	بررسی رابطه هوش معنوی و رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی کارکنان بانک شهر)
۲۴۵	استاد مشاور	زهرا کماسی	بررسی تأثیر کارآفرینی بر میزان آمادگی ورود به کسب و کار
۲۴۶	استاد مشاور	حسین اصغری	بررسی تأثیر عوامل جمعیت‌شناختی (جنسیت، تحصیلات، سن، درآمد) بر فرآیند تصمیم‌گیری خرید (مورد مطالعه: بازار خودرو استان سمنان)

۲۴۷	فاطمه امیری	بررسی رابطه بین مدیریت سود و عملکرد بلند مدت عرضه های اولیه سهام عادی در هریک از صنایع موجود در بورس اوراق بهادار تهران
۲۴۸	مریم قادری شیخی آبادی	رتبه بندی موسسات آموزش عالی استان های غرب کشور با استفاده از شاخص های پژوهشی آموزشی و محیطی
۲۴۹	میترا محمودیان	بررسی و شناسایی عوامل تاثیر گذار بر توانمندسازی کارکنان
۲۵۰	عیسی رضازاده	بررسی نقش اعتماد در تمایل به خرید اینترنتی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه های تهران)
۲۵۱	رسول صادقی	سنجش آمادگی در زمینه پذیرش و استفاده از مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (e-CRM) (مورد کاوی بانک توسعه تعاون)
۲۵۲	فاطمه جعفری	رابطه بین شخصیت و رضایت از زندگی زنان شاغل با در نظر گرفتن رضایت شغلی به عنوان متغیر میانجی
۲۵۳	فاطمه اشرفی	بررسی اثر جذابیت طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان در صنعت بسته بندی دستمال کاغذی
۲۵۴	مظاهر گلزاده	بررسی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از خدمات پایانه فروشگاهی در بانکداری الکترونیکی (بررسی موردی فروشگاه های پوشاک و مواد غذایی)
۲۵۵	علی اسعدی	برآورد نرخ بازده مورد انتظار بر اساس مدل CAPM و مقایسه آن با نرخ بازده بازار با استفاده از بتای سنتی و بتای نامطلوب
۲۵۶	هومن هرمزی	شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر شخصیت نام و نشان تجاری در صنعت لوازم خانگی به روش AHP (مطالعه موردی لوازم خانگی شرکت گلدایران و پارس خزر)
۲۵۷	مسعود تقی ملا	بررسی اثربخشی پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت بر اساس استاندارد ISO9001 با استفاده از مدل کارت امتیازی متوازن (Balanced Scorecard) (مطالعه موردی: شرکت تولیدی صنعتی البرز)
۲۵۸	بهاره کریمی	بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت های کوچک و متوسط (شرکت های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان)
۲۵۹	مرضیه صابری شکیب	تدوین استراتژی های بازاریابی بیمه های عمر و سرمایه گذاری در ایران با استفاده از مدل 4p و 4c بازاریابی (مطالعه موردی بیمه کارآفرین)
۲۶۰	رامین نیک اقبال زاده	بررسی میزان موفقیت پیاده سازی CRM در بانک ملت با استفاده از مدل اولویت عوامل
۲۶۱	صهبا هنرور	بررسی اثرات انطباق شخصیت فرد با ویژگی های نمادین نام تجاری (تطابق تصویر شخصی) بر وفاداری به نام تجاری (مشتریان شرکت خودروسازی سایپا)
۲۶۲	سیدمجتبی زرگر	تعیین تلورانس قابل قبول کیفیت خدمات شرکت قطارهای مسافری رجا با استفاده از مدل سروکوال بهبود یافته
۲۶۳	مهدی لطف اللهی کلجاهی	شناسایی و رتبه بندی معیارهای خرید مشتریان گوشی های همراه در تهران با استفاده از مدل های تصمیم گیری چند شاخصه (AHP, TOPSIS, ELECTRE)
۲۶۴	لیلا کشانی	بررسی تأثیر بازاریابی دهان به دهان در صنعت خودرو (مشتریان شرکت ایران خودرو)
۲۶۷	مهدی میرزایی فر	بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و وفاداری به فروشگاه بر اساس مدل سیو اداس و پرویت (مورد: فروشگاه های زنجیره ای شهروند در شهر تهران)
۲۶۸	آناهیتا هاشم زاده همایونی	بررسی و الویت بندی شاخص های ارزیابی عملکرد بانک پاسارگاد با استفاده از مدل کارت امتیازی متوازن و تحلیل سلسله مراتبی فازی
۲۶۹	مرضیه هاشمی	بررسی مقایسه میزان تأثیر جاذبه های تبلیغات شرکت ایرانسل و همراه اول بر نگرش نسبت به نام و نشان

		تجاری (دانشجویان کاربر تلفن همراه در شهر شیراز)	
۲۷۰	استاد مشاور	بررسی رابطه بین مزیت های ویژه شرکت و ویژگی های تصمیم گیرنده با تمایل به صادرات با اثر تعدیل کنندگی حمایت های دولت	صمد حسین زاده
۲۷۱	استاد مشاور	بررسی تاثیر دانش مصرف کننده بر وفاداری مصرف کننده با در نظر گرفتن متغیر میانجی تعمیم برند (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات سامسونگ در شهر تهران)	محمد مهدی چوبینه
۲۷۲	استاد مشاور	تبیین بازده سهام در هر یک از صنایع موجود در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از مدل ۳ عاملی فاما و فرنچ	فاطمه پاکباز
۲۷۳	استاد مشاور	بررسی نقش بکارگیری تجارت الکترونیک در تشخیص فرصت های کارآفرینانه با میانجی گری فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از منظر کارکنان (مورد مطالعه: شرکت تولیدی و صنعتی عقاب افشان)	رسول قربانی جوقانی
۲۷۴	استاد مشاور	ارزیابی عملکرد با استفاده از کارت امتیازی متوازن (شرکت نصر آلومنیوم هزار)	سروش رضایی یزدی
۲۷۵	استاد مشاور	بررسی نقش رهبری تحول آفرین در بیگانگی از کار با میانجی گری تعهد سازمانی (مطالعه موردی: شرکت سهامی بیمه البرز شهر تهران)	محبوبه حاج کاظمی
۲۷۶	استاد مشاور	بررسی عوامل موثر بر گرایش سهامداران بورس اوراق بهادار به یک شرکت کارگزاری خاص با تاکید بر عوامل آمیخته بازاریابی	فاطمه امیرجان

تالیف و ترجمه کتب و مقالات				
ردیف	عنوان	ناشر	سال انتشار	تالیف یا ترجمه
۱	مدیریت بازاریابی سبز: نگرش کاربردی	دانشگاه سمنان	۱۴۰۲	تالیف

جوایز و افتخارات دانشگاهی				
ردیف	عنوان	مرجع تایید کننده	سال	
۱	پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری	ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان	۱۴۰۲	
۲	پژوهشگر برتر دارای بیشترین ضریب تاثیر مقاله (ISC) در سال ۲۰۲۱ در دانشگاه سمنان	ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان	۱۴۰۱	
۳	پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری	ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان	۱۴۰۰	
۴	استاد نمونه آموزشی	معاون آموزشی دانشگاه سمنان	۱۴۰۰	
۵	پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و	ریاست محترم دانشگاه سمنان و	۱۳۹۸	

	معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان	علوم اداری	
۱۳۹۶	ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان	پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری	۶
۱۳۹۷	معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع انسانی استانداری	پژوهشگر برتر استان سمنان در حوزه علوم انسانی	۷