بسمه تعالی



# رزومه

## دکتر عظیم زارعی

## عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

*Curriculum Vitae*

## *Azim Zarei Ph.D.*

***Member of Academic Board of Semnan University***

فهرست مطالب


| ردیف | عنوان | صفحه |
|---|---|---|
| ۱ | اطلاعات شخصی | ۱ |
| ۲ | اطلاعات تحصیلی | ۱ |
| ۳ | سوابق اجرایی | |
| | ▪ سوابق شغلی | ۲ |
| | ▪ سایر فعالیت ها | ۲ |
| ۴ | سوابق آموزشی | |
| | ▪ آموزش و تدریس دانشگاهی | ۲ |
| | ▪ کارگاه های آموزشی، سمینارها، پودمان ها و دوره های کوتاه مدت | ۳ |
| ۵ | سوابق پژوهشی | |
| | ▪ مقالات فارسی | ۴ |
| | ▪ مقالات انگلیسی | ۲۲ |
| | ▪ مقالات ارائه شده در همایش های علمی داخلی و خارجی | ۲۵ |
| | ▪ طرح های پژوهشی | ۳۰ |
| | ▪ راهنمایی و مشاوره پایان نامه ها | ۳۱ |
| | ▪ تالیف و ترجمه کتاب | ۴۶ |
| | ▪ جوایز و افتخارات دانشگاهی | ۴۶ |

| رزومـــــه | عظیم زارعی | Curriculum vitae |
|---|---|---|

## اطلاعات شخصی

| نام | عظیم | نام خانوادگی | زارعی |
|---|---|---|---|
| تاریخ تولد | ۱۳۵۴ | شماره ملی | ۲۴۳۲۴۹۸۴۱۰ |
| مقطع تحصیلی | دکتری | مرتبه علمی | استاد پایه ۳۲ |
| 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 پایان‌نامه در هفتمین جشنواره پایان نامه‌های کشوری در رشته مدیریت به عنوان پایان‌نامه برگزیده شناخته، وبدین 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 | ▪ تحقیق در عملیات ۱ و ۲<br>▪ تئوری‌های سازمان و مدیریت<br>▪ بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها<br>▪ تحقیق در عملیات پیشرفته<br>▪ آمار | دانشگاه سمنان |
| ۲ | کارشناسی ارشد و دکتری | ▪ بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته<br>▪ مدیریت بازاریابی، مباحث منتخب بازاریابی<br>▪ تحقیقات بازاریابی<br>▪ بازار شناسی و مسائل بازار<br>▪ مدیریت کیفیت<br>▪ روش تحقیق<br>▪ تحلیل آماری | دانشگاه سمنان |

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

## سوابق پژوهشی *(مقالات فارسی)*

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | پذیرش هوش مصنوعی تفکیکی و مولدی در فرآیندهای استخدام و گزینش: تحلیلی کیفی از عاملیت مشترک انسان–فناوری در سازمان‌های ایرانی (رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ فریدون، فاطمه) | مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۲ | تأثیر سرمایه فکری سبز بر موفقیت محصول سبز: نقش میانجی‌گری نوآوری سبز دوسویه و کسب دانش سبز و تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی سبز (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران) (موسی زاده، راحیل؛ زارعی، عظیم؛ مقدم، علیرضا) | مدیریت منابع انسانی پایدار | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۳ | مدل‌سازی عوامل آمادگی سازمانی برای ادغام پایدار هوش مصنوعی در مدیریت منابع انسانی بخش دولتی (بخشی، رضا؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رستگار، عباسعلی) | مدیریت منابع انسانی پایدار | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۴ | راه‌کارهای فروش B2B مبتنی بر هوش‌مصنوعی مولد: اکتشافی از صنعت نرم افزار (رستمی خواص، زینب؛ زارعی، عظیم؛ اصغری نجیب، مریم) | پژوهشنامه مدیریت اجرایی | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۵ | بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد شرکت با نقش میانجی چابکی استراتژیک و استراتژی های بکارگیری هوش مصنوعی (مطالعه موردی: شرکت‌های منتخب شهرک صنعتی استان سمنان) (زارعی، عظیم؛ میرمعینی، فاطمه سادات؛ حسن نژاد، بهنام) | مدیریت استراتژیک هوشمند | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۶ | الگوسازی روایت های موفق در بستر دیجیتال ایران: تحلیل عناصر کلیدی اپلیکیشن باسلام (زارعی، عظیم؛ سالار، زهرا؛ کیا، الهام سادات) | مطالعات رفتار مصرف کننده | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۷ | هوش مصنوعی و نوآوری در استراتژی سرمایه گذاری (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ مدرسی، میثم؛ بصیرت، آتنا) | مدیریت پویا و تحلیل کسب و کار | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۸ | تاثیر ویژگی های شخصیتی پنج بزرگ و نگرش مصرف کنندگان بر استفاده از فناوری واقعیت افزوده با میانجی گری هنجارهای ذهنی (باقری قره بلاغ، هوشمند؛ فیض، محمدرسول؛ زارعی، عظیم) | مطالعات رفتار مصرف کننده | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۹ | چالش‌ها و فرصت‌های پیاده‌سازی دوقلوی دیجیتال در پلتفرم‌های تجارت الکترونیک ایران (مدرسی، میثم؛ زارعی، عظیم؛ کیا، الهام سادات؛ ابراهیمی، مهدی) | مدیریت بازرگانی | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۱۰ | تحلیل پیشایندها و پیامدهای استریمرهای مجازی در اکوسیستم بازاریابی دیجیتال: تحت تأثیر فناوری‌های پیشرفته هوش مصنوعی (آرمان، محسن؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم) | مطالعات رسانه‌های نوین | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۱۱ | تحلیل یافته‌های عصبی و پیامدهای بازاریابی: مرور نظام مند کاربرد fMRI در برندسازی (زارعی، عظیم؛ حسن نژاد، بهنام) | ابن سینا | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۱۲ | بررسی تاثیر نظام رتبه‌بندی معلمان بر عملکرد آنان با تعدیلگری ادراک از تورم (مورد مطالعه: معلمان آموزش و پرورش استان سمنان) (رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ صمدی، رضا؛ عبدوس، فائزه) | مطالعات آموزشی و آموزشگاهی | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۱۳ | تأثیر ویژگی‌های اینفلوئنسرها بر وفاداری مشتریان: نقش میانجی ویژگی‌های ادراک شده و تعدیلگری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در شبکه‌های اجتماعی (مدرسی، میثم؛ زارعی، عظیم؛ علیانسب، مرضیه؛ حیدری بجستانی، فاطمه) | کاوش های مدیریت بازرگانی | علمی-پژوهشی | پذیرش |
| ۱۴ | معماری پایداری سبز در شهرک های صنعتی بیرجند: تاثیر فشار نهادی و رفتار سبز کارکنان با میانجیگری نوآوری سبز و نقش ظرفیت جذب (زارعی، عظیم؛ امینی راد، امین؛ عباسی گرجی، علیرضا) | مطالعات مدیریت توسعه سبز | علمی-پژوهشی ISC | پذیرش |
| ۱۵ | طراحی الگوی سیستم اطلاعاتی در انبار با رویکرد پیاده‌سازی نرم‌افزار WMS با استفاده از روش SSM (زارعی، عظیم؛ شفیعی نیکابادی، محسن؛ فیض، داود؛ نجار، علی اکبر، عشقعلی، مریم) | مطالعات مدیریت و بهره وری | علمی تخصصی | پذیرش |
| ۱۶ | بررسی پیاده‌سازی سیستم مدیریت دانش ۲,۰ در صنعت کشتیرانی با استفاده از روش SSM (زارعی، عظیم؛ بحرانی، هدی) | مطالعات مدیریت و بهره وری | علمی تخصصی | پذیرش |
| ۱۷ | بررسی تأثیر 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) | مدیریت وکسب وکار نوین | علمی تخصصی | پذیرش |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۸ | واکاوی فرآیند ایجاد نفرت از برند و بررسی عوامل و پیامدهای ناشی از آن (مورد مطالعه: اپراتورهای تلفن همراه) | مدیریت وکسب وکار نوین | علمی تخصصی | پذیرش |
| ۱۹ | نقش تعدیل گری عوامل پنجگانه شخصیت بر غرقگی آموزشی معلمان (موردمطالعه: معلمان شهر اصفهان) (رضائی حسین آبادی، رحمت الله؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم) | مطالعات رفتار سازمانی | علمی-پژوهشی ISC | ۱۴۰۵ |
| ۲۰ | تاثیر جهت گیری کارآفرینی و نوآوری بازاریابی دیجیتال بر عملکرد شرکت با نقش واسطه ای توسعه محصول جدید و قابلیت بازاریابی و تعدیلگری پویایی محیطی (مورد مطالعه: شرکت کاله) (زارعی، عظیم؛ شفیعی نیکابادی، محسن؛ کیا، الهام سادات) | پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۵ |
| ۲۱ | بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر عملکرد شغلی با نقش میانجی گری قلدری سازمانی و پنهان سازی دانش و تعدیل گری درگیری شغلی در صنعت بیمه (رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ دیانی، حامد؛ کیا، الهام سادات) | پژوهش های روانشناسی اجتماعی | علمی-پژوهشی ISC | ۱۴۰۵ |
| ۲۲ | تاثیرشیوه‌های مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد پایدار با تأکید بر شیوه‌های مدیریت زنجیره تأمین سبز و نوآوری سبز(مورد مطالعه: شرکت‌های صنایع غذایی کرج) (مرادزاده، سما؛ زارعی، عظیم؛ شفیعی نیکابادی، محسن) | مطالعات مدیریت توسعه سبز | علمی-پژوهشی ISC | ۱۴۰۵ |
| ۲۳ | گسلایتینگ در محیط کار: واکاوی راهکارهای مقابله ای کارکنان (تبریزیان، فاطمه زهرا؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | مدیریت سازمان های دولتی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۵ |
| ۲۴ | تحلیل و بهبود مدیریت خدمات اورژانس بیمارستان با رویکرد روش‌شناسی سیستم‌های نرم (مورد مطالعه: خدمات اورژانس بیمارستان کوثر سمنان) (زارعی، عظیم؛ ابراهیمی، مهدی) | مهندسی سیستم و بهره‌وری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۵ |
| ۲۵ | شناسایی پیشران های حیاتی موثر بر مدیریت بازاریابی صنعت گردشگری ایران مبتنی بر فناوری متاورس (باقرزاده فرد، مسعود؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای | علمی پژوهشی | ۱۴۰۵ |
| ۲۶ | ارائه مدلی برای تجاری سازی هوش مصنوعی در صنایع فناوری مالی (فین تک) (فقانی، سلمان؛ شفیعی نیکابادی، محسن؛ زارعی، عظیم) | اندیشه آماد | علمی-پژوهشی | ۱۴۰۴ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۲۷ | متن کاوی رفتار خرید مشتریان فروشگاه های اینترنتی: با تأکید بر ارزش های لذت جویانه و فایده گرایانه (زارعی، عظیم؛ باقرزاده فرد، مسعود) | مطالعات رفتار مصرف کننده | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۲۸ | تاثیر تعهد سازمانی بر کارآفرینی فرهنگی با رویکرد سرمایه اجتماعی در کسب وکارهای نوپای فرهنگی- هنری (دارابیان، سنیه؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم) | مطالعات مدیریت راهبردی | علمی-پژوهشی ISC | ۱۴۰۴ |
| ۲۹ | شناسایی الگوهای ذهنی مدیران نسبت به پیاده‌سازی اقتصاد اشتراکی در زنجیره تأمین (مورد مطالعه صنایع کوچک و متوسط استان مرکزی) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ بهرامی، حسین؛ عبدالحسینی راد، مجتبی) | مدیریت کسب و کار بین المللی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۰ | کاوش نقش هوش مصنوعی مولد در بازاریابی: یک مطالعه کیفی با رویکرد تحلیل تماتیک (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ مدرسی، میثم؛ یوسفی، محمد) | مدیریت تبلیغات و فروش | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۱ | تحلیل ابعاد ارز اجتماعی در اکوسیستم بازاریابی دیجیتال: مبتنی بر هوش مصنوعی (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ آرمان، محسن؛ کیا، الهام سادات) | مطالعات مدیریت کسب وکار هوشمند | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۲ | تحلیل جامع تأثیر منابع ناملموس بر عملکرد صادراتی شرکت‌ها: فراتحلیل مطالعات تجربی (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ یوسفی، محمد) | کاوش های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۳ | مدل غرقگی آموزشی (مؤلفه ها، پیشایندها و پسایندها) (رضائی حسین آبادی، رحمت الله؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم) | مدیریت دولتی | علمی-پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۴ | تحلیل تأثیر قراردادهای هوشمند در ارزش آفرینی بانک (مورد مطالعه : فرآیند اعتبارسنجی و اعطای وام بانک ملت) (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ حیدری بجستانی، فاطمه؛ مهران پور) | مدیریت زنجیره ارزش راهبردی | علمی-پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۵ | تأثیر مسکات بر رفتار مصرف کننده (مسکات میمون چی‌توز) (رحمتی، عابدین؛ زارعی، عظیم؛ فیض داود) | کاوش های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۶ | شناسایی روندها و بینش‌های سفر مشتری در بازاریابی دیجیتال با رویکرد کتاب سنجی (مرادی، هادی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ آذر، عادل) | مدیریت تبلیغات و فروش | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۳۷ | اولویت‌بندی فناوری‌های چند کاناله در ایجاد خلق ارزش مشترک (ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ کیا، الهام سادات) | ارزش آفرینی در مدیریت کسب و کار | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۸ | شناسایی و اولویت بندی استراتژی های منابع انسانی در چابک سازی سازمان در عصر دیجیتال (مورد مطالعه: بانک ملت) (رستگار، عباسعلی، فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ اقوامی پناه، مائده) | مطالعات منابع انسانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۴ |
| ۳۹ | بررسی عملکرد زنجیره تامین و توزیع دارو با بهره‌گیری از فناوری بلاکچین بر اساس رویکرد سیستم داینامیک (زارعی، عظیم؛ شفیعی نیکابادی، محسن؛ فرخی زاده، فرشید؛ بهرامی، فرشته) | پژوهش‌های نوین در تصمیم گیری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۰ | طراحی مدل پویای زنجیره ارزش و تأمین ارائه خدمات آموزش های حرفه ای با رویکرد مدیریت هزینه (زارعی، عظیم؛ دارایی، مهدی) | مدیریت زنجیره ارزش راهبردی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۱ | طراحی الگوی فرانچایز بین‌المللی: مورد مطالعه برندهای روانکارهای ایرانی (گودرزی، حسین؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم) | اندیشه مدیریت راهبردی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۲ | تبیین قابلیت های بازاریابی پویا مبتنی بر تغییرات اقلیمی: تحلیل اکتشافی از کسب وکارهای B2B (اصغری نجیب، مریم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم) | مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۳ | 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 | ۱۴۰۳ |
| ۴۴ | شناسایی عوامل بروز شکست خدمات براساس قیف بازاریابی و ارائه راهکارهای چابک‌سازی (مورد مطاله: بانک ایران زمین) (زارعی، عظیم؛ معصومی، محمد؛ باقرنژاد حمزه کلایی، محمد ابراهیم) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۵ | 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 | ۱۴۰۳ |
| ۴۶ | 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 | ۱۴۰۳ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۴۷ | اولویت‌بندی مسائل سیاست زیست‌محیطی جمهوری اسلامی ایران (اسحاقی گرجی، مجید؛ زارعی، عظیم؛ حمزوی، حسین؛ اسدبک، مهدی؛ محمدی شیرکلایی، حسینعلی)۲ | حکمرانی و توسعه | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۴۸ | 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 | ۱۴۰۳ |
| ۴۹ | بازاریابی دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاک‌چین با تمرکز بر حکمرانی (موردمطالعه: صنعت هوانوردی) (والافر، امیر؛ ملکی مین باش رزگاه، ؛ مرتضی؛ زارعی، عظیم فیض، داود) ۲ | آماد و فناوری های دفاعی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۵۰ | اثر بلوغ سازمانی، بلوغ اطلاعاتی و بلوغ منابع انسانی بر ادراک نسبت به کارآمدی هوش مصنوعی در مدیریت منابع انسانی (صدرجهانی، مهسا؛ مقدم، علیرضا؛ زارعی، عظیم) | مدیریت هوشمند سرمایه انسانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۵۱ | ارتقاء فعالیت های خیرخواهانه با تاکید بر تجربیات دوران شیوع کرونا | مطالعات وقف و امور خیریه | علمی پژوهشی | ۱۴۰۳ |
| ۵۲ | طراحی مدل هوشمندی برند در فین‌تک‌های خدمت پرداخت: رویکردی آمیخته (ورمقانی، مریم؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی) | کاوش های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۲ |
| ۵۳ | مدل پویای سنجش آمادگی جهت ورود به حوزه بانکداری دیجیتال (فرخی زاده، فرشید؛ زارعی، عظیم؛ رستگار، عباسعلی؛ ابراهیمی، سیدعباس) | پژوهش‌های مدیریت در ایران | علمی پژوهشی | ۱۴۰۲ |
| ۵۴ | 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 |
| ۵۵ | 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 ۴و۵ ستاره شهر مشهد) (دانشمند، بهناز؛ حقیقی، محمد؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی باغینی، گلناز) | آینده پژوهی مدیریت | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۵۶ | الگوی گوناگونی نسل‌ها در رفتار مصرف‌کننده و تبیین آن با تأکید بر نگرش به آمیختهٔ 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 |
| ۵۷ | 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 وکار هوشمند | علمی پژوهشی | ۱۴۰۲ |
| ۵۸ | 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 |
| ۵۹ | 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 |
| ۶۰ | 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 |
| ۶۱ | انتخاب روش بهینه انتقال فناوری با استفاده از سیستم استنتاج فازی (زارعی، عظیم؛ شبانی، ساسان) | اندیشه آماد | علمی پژوهشی | ۱۴۰۲ |
| ۶۲ | 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 |
| ۶۳ | بررسی تاثیر اقلیم بر رفتار خرید با توجه به نقش شخصیت و عوامل بازاریابی (آذرنیک، احسان؛ فائزی رازی، فرشاد؛ زارعی، عظیم) | مدیریت بازاریابی هوشمند | علمی پژوهشی | ۱۴۰۲ |
| ۶۴ | 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 |
| ۶۵ | استراتژی کسب وکار 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 |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۶۶ | 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 |
| ۶۷ | 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 |
| ۶۸ | 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 |
| ۶۹ | 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 |
| ۷۰ | مدیریت اخلاقی بازار؛ شبیه سازی نقش هنجارهای اخلاقی - اسلامی در آمیخته بازاریابی سبز (زارعی، عظیم؛ امینی خیابانی، غلامرضا) | مدیریت اجرایی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۱ | ارائه چارچوبی برای بین المللی سازی پلتفرم های B2B (زارعی، عظیم؛ عالی پور، سیما؛ اصغری نجیب، مریم) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۲ | طراحی مدل تأثیر هوشمندی کسب وکار 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 |
| ۷۳ | 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 |
| ۷۴ | شناسایی ابعاد استراتژی کسب وکار دیجیتال جهت ورود به بازارهای بین الملل (زنگیان، سمیه؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ فیض، داود، زارعی، عظیم) | مدیریت کسب و کار بین المللی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۵ | نگاشت سناریوهای توسعه صادرات داروهای نوفنآورانه در افق ایران ۱۴۱۴ (ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ ناصری طاهری، مظفر) | سیاستگذاری عمومی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۷۶ | شناسایی و اولویت‌بندی موانع فرهنگی گردشگری اجتماع‌محور در ایران (فلاحی، آزاده؛ مدرسی، میثم؛ زارعی، عظیم) | جغرافیا و برنامه ریزی محیطی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۷ | شناسایی و رتبه‌بندی پیشایندهای توسعه برند کارفرمایی با استفاده از روش کیو (نمونه‌کاوی: دانشگاه‌های دفاعی) (والافر، امیر؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ غلامی، محمود) | مطالعات منابع انسانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۸ | شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های جذب، نگهداشت و توانمندسازی دانشجومعلمان در نظام تربیت معلم کشور با تأکید بر سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (قربانیان، حسین؛ ابراهیمی، سیدعباس؛ زارعی، عظیم؛ حجازی، اسد) | مطالعات آموزشی و آموزشگاهی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۱ |
| ۷۹ | تاثیر 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؛ ماه آورپور، فهمیه) | راهبردهای بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۰ | شناسایی چارچوب گفتمانی راه‌کارهای مقابله با تغییرات اقلیمی مبتنی بر هوش مصنوعی: تحلیل اکتشافی از کسب وکارهای B2B (اصغری نجیب، مریم؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم) | راهبردهای بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۱ | تحلیلی تاریخی برعلل شکست در پروژه های توسعه صنعت نفت (بهبود، رضا؛ زارعی، عظیم؛ آذر، عادل؛ ابراهیمی، سیدعباس) | بهبود مدیریت | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۲ | شناسایی ابعاد متمایزکننده عوامل درونی در کسب و کارهای مادرزاد بین المللی حوزه ICT (فیض، داود؛ جلالی، علی اکبر؛ زارعی، عظیم؛ سوری، احسان) | نوآوری و ارزش آفرینی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۳ | شناسایی و مدل‌سازی موانع عملیاتی گردشگری اجتماع‌محور ایران (زارعی، عظیم؛ مدرسی، میثم؛ فلاحی، آزاده) | برنامه ریزی و توسعه گردشگری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۴ | ارائه یک رویکرد نوین برای ارزیابی استراتژی‌های سازمان (آقابابایی، حمزه؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | مطالعات مدیریت راهبردی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۵ | 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 |
|---|---|---|---|---|
| ۸۶ | طراحی الگوی چابکی استراتژیک در رابطه با رونق پایدار تولید بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد (مورد مطالعه: صنایع خودروسازی) (ویشلقی، مهدیه؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | بهبود مدیریت | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۸۷ | 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 |
| ۸۸ | 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 |
| ۸۹ | 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 |
| ۹۰ | طراحی سیستم کنترل مراکز دیسپاچینگ بر اساس رویکردSSM (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رستگار، عباسعلی؛ صادقپور مقدم، حسن) | کیفیت و بهره وری صنعت برق ایران | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۹۱ | 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 |
| ۹۲ | رویکردی سیستمی برای طراحی مدل بازاریابی سازمان پروژه محور مبتنی بر استراتژی فرصت‌های متنوع (مطالعه موردی) (زارعی، عظیم؛ بهبود، رضا؛ جعفری، طه) | مدیریت فردا | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۹۳ | 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) | پژوهش‌های نوین در تصمیم گیری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۹۴ | تبیین علل نارضایتی مشتریان مبتنی بر تحلیل متن کاوی (مورد مطالعه: محصولات لوازم خانگی) (زارعی، عظیم؛ شهریاری، مهری) | مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۹۵ | نگاشت توسعه خدمات مهندسی جدید در شرکت های مشاوره پروژه با دیدگاه سیستمی (زارعی، عظیم؛ بهبود، رضا؛ جعفری، طه) | پژوهش‌های نوین در تصمیم گیری | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۹۶ | بررسی و تحلیل تأثیر عوامل نوآوری باز بر استراتژی و عملکرد سازمانی (مطالعه موردی: شهرداری منطقه یک تهران) (زارعی، عظیم؛ اسحقی، مجید؛ فرخی زاده، فرشید) | توسعه تکنولوژی صنعتی | علمی پژوهشی | ۱۴۰۰ |
| ۹۷ | 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 |
| ۹۸ | طراحی مدل روابط مولفه های بازاریابی کارآفرینانه با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان سمنان) (زارعی، عظیم؛ همتی، مریم)۳ | نوآوری و ارزش آفرینی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۹۹ | طراحی فضای داخلی فروشگاهها بر اساس شبیه‌سازی الگوی حرکتی افراد (مطالعه موردی: هایپرمارکت ققنوس شهر سمنان) (شهریاری، مهری؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ کاشی، احسان) | کاوش های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۰ | 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 |
| ۱۰۱ | طراحی زنجیره ارزش آفرین پایدار با استفاده از نوآوری بسته‌بندی؛ تبیین قابلیت دو سو توانی (امینی خیابانی، غلامرضا؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | پژوهش‌های مدیریت عمومی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۲ | طراحی مدل همراستایی ابزارها و اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی شرکت‌های استارت‌آپی (کلوشانی، معین؛ فیض، داود؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ زارعی، عظیم) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۳ | 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) | پژوهش‌های مدیریت در ایران | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۴ | 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 |
|---|---|---|---|---|
| ۱۰۵ | 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 |
| ۱۰۶ | آسیب شناسی نظام مدیریت مراکز دیسپاچینگ با استفاده از متدولوژی سیستم‌های نرم (صادق‌پور، حسن؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ رستگار، عباسعلی) | پژوهش های سیاستگذاری و برنامه ریزی انرژی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۷ | طراحی شبکهٔ مضامین برند حلال در صنعت گردشگری درمانی (عارفی، امین؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ بیشمی، بهار) | مطالعات مدیریت گردشگری | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۸ | عملکرد شرکت‌های صادراتی: واکاوی نقش رفتارهای برندساز کارکنان بر ارزش ویژهٔ برند (زارعی، عظیم) | مدیریت کسب و کار بین المللی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۹ |
| ۱۰۹ | 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 |
| ۱۱۰ | 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 |
| ۱۱۱ | بازاریابی الکترونیک: پذیرش و به کارگیری در گردشگری ورزشی استان کردستان (زارعی، عظیم؛ ورمقانی، سارا؛ ورمقانی، مریم) | پژوهشهای حامی گری، مدیریت و بازاریابی ورزشی | نشریه با هیات تحریه معتبر | ۱۳۹۹ |
| ۱۱۲ | بررسی رابطه عوامل جمعیت‌شناختی بر ادراک مصرف‌کنندگان از نام تجاری کالای تولید داخل درراستای جهش تولید (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ گودرزی، حسین) | پژوهش های پیشرفت سیستم ها و راهبردها | نشریه با هیات تحریه معتبر | ۱۳۹۹ |
| ۱۱۳ | شناسایی و تحلیل عوامل کلیدی مؤفقیت در مطالعات آینده نگاری با بکارگیری نقشه شناختی فازی فراترکیب (ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم؛ ناصری طاهری، مظفر) | آینده پژوهی مدیریت | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۱۴ | 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 |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۱۵ | شناسایی نشانگرهای ارزیابی عملکرد بازاریابی در صنعت میزبانی بین المللی ایران (بهبودی، امید؛ رجوعی، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی، گلنار) | مدیریت کسب و کار بین المللی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۱۶ | 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 |
| ۱۱۷ | 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 |
| ۱۱۸ | 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 |
| ۱۱۹ | ارائه یک مدل ریاضی برای تحلیل ریسک‌های تعاملی سیستم زنجیره تأمین دارو با استفاده از شبکه‌های باور بیزی (شاکری، مهدی؛ زارعی، آذر، عادل؛ ملکی مین باش رزگاه، مرتضی) | پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۲۰ | واکاوی ارزش لذت گرایی و فایده گرایی در خریدهای برخط (زارعی، عظیم؛ مرادی، هادی) | مدیریت اجرایی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۲۱ | 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 |
| ۱۲۲ | نقش بازی وارسازی به عنوان استراتژی خلق رشد در مدل پذیرش نوآوری تحول آفرین در نرم افزارهای کاربردی پرداخت موبایلی (موردمطالعه: دانشجویان دانشگاه گیلان) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم ملکی مین باش رزگاه، مرتضی؛ شعبانی نعیم صوفیانی، عاطفه) | مدیریت توسعه فناوری | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۲۳ | ارائه الگوی برندسازی ملی در حوزه نخبگان و استعدادهای برتر با رویکرد تئوری داده‌بنیاد (شرعی، زهره؛ ابراهیمی، سیدعباس؛ دامغانیان، حسین؛ زارعی، عظیم) | پژوهش‌های مدیریت عمومی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۲۴ | طراحی الگوی رفتار معنوی در سازمان‌های رسانه‌ای (فرهنگی، علی اکبر؛ رستگار، عباسعلی؛ زارعی، عظیم؛ فتوت، بنفشه) | مدیریت فردا | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۲۶ | 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 |
| ۱۲۷ | 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 |
| ۱۲۸ | اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی (ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ شرفی، وحید) | تحقیقات بازاریابی نوین | علمی پژوهشی | ۱۳۹۸ |
| ۱۲۹ | 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 |
| ۱۳۰ | ارائه مدل پیش بینی کنندهٔ 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 |
| ۱۳۱ | طراحی و تحلیل ساختار مراکز کنترل دیسپاچینگ در شبکه‌های قدرت - مورد مطالعه برق منطقه ای خراسان (زارعی، عظیم؛ صادقپور، حسن) | عصر برق | علمی ترویجی | ۱۳۹۷ |
| ۱۳۲ | 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 |
| ۱۳۳ | ارائه مدل ورود صنعت انیمیشن ایران به بازار بین‌المللی با روش نظریه‌مبنایی (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ اسدی، محمد) | مجله جهانی رسانه | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۳۴ | 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 |
| ۱۳۵ | 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 |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۳۶ | 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 |
| ۱۳۷ | بررسی تأثیر منبع اطلاعات و تعاملات اجتماعی بر قصد خرید مصرف کنندگان در فضای مجازی (موردمطالعه: کانال های تبلیغاتی خدمات گردشگری در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام) (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ عبدالهی، رضا) | گردشگری و توسعه | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۳۸ | تحلیل ابعاد بنگاه‌های مادرزاد بین‌المللی (بمب) حوزۀ فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) در ایران (فیض، داود؛ جلالی، علی اکبر؛ زارعی، عظیم؛ سوری، احسان) | توسعه کارآفرینی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۳۹ | 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 |
| ۱۴۰ | 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 |
| ۱۴۱ | 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 |
| ۱۴۲ | 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 |
| ۱۴۳ | شناسایی استراتژی‌های کلیدی تولید محصول زیتون ایران و الزامات فنی پیاده‌سازی 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 |
| ۱۴۴ | معماری فرآیند هدایت و به کارگماری استعدادهای علمی در ایران (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم) | پژوهش های مدیریت منابع انسانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۴۵ | الگویی برای توسعه و پرورش استعدادهای برتر علمی: رویکردی ترکیبی (گلشاهی، بهنام؛ رستگار، عباسعلی؛ فیض، داود؛ زارعی، عظیم) | آموزش علوم دریایی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۴۶ | ارائه الگوی افول برند در صنعت مواد غذایی (کهیاری حقیقت، امین؛ فیض، داود؛ آذر، عادل؛ زارعی، عظیم؛ دهدشتی شاهرخ، زهره) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۴۷ | 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 |
| ۱۴۸ | 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 |
| ۱۴۹ | اثر سیستم مدیریت برند بر عملکرد برند در صنعت مواد غذایی (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردنایبج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی) | پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۵۰ | 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 |
| ۱۵۱ | طراحی الگوی معیارهای ارزیابی عملکرد بازاریابی در صنعت گردشگری ایران (بهبودی، امید؛ رجوعی، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ شجاعی، گلنار) | گردشگری و توسعه | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۵۲ | بررسی تأثیر موقعیت رفتار مصرف‌کننده بر واکنش های رفتاری با میانجی گری ارزش ادراک شده و پاسخ‌های هیجانی (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان روغن لادن در شهر تهران) (زارعی، عظیم؛ ناصری اشترانی، زهره) | مطالعات رفتار مصرف کننده | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |
| ۱۵۳ | تجزیه‌وتحلیل انگیزه‌های مشارکت در بازاریابی خیرخواهانه با تأکید بر فعالان ورزش زورخانه‌ای: رویکرد ترکیبی (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی) | مدیریت ورزشی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۷ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۵۴ | طراحی مدل ساختاری ریزش مشتری در بانک‌های دولتی (مورد مطالعه: بانک های منتخب دولتی شهر سمنان) (زارعی، عظیم) | پژوهش‌های مدیریت در ایران | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۵۵ | تأثیر عملکرد برند بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصت طلبی فناورانه (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی) | پژوهش‌های مدیریت عمومی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۵۶ | تاثیر تمایز و عملکرد برند بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصت-طلبی فناورانه در صادرکنندگان نمونه محصولات صنایع غذایی (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی) | مدیریت فردا | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۵۷ | 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 |
| ۱۵۸ | 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 تصمیم گیری | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۵۹ | 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 |
| ۱۶۰ | 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 |
| ۱۶۱ | تأثیر نوآوری بازاریابی بر رقابت پذیری برند با تبیین نقش فرصتطلبی فناورانه (فیض، داود؛ موتمنی، علیرضا؛ کردناییج، اسداله؛ زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۶۲ | هویت برند ملی صادراتی ایران و استراتژی ترفیع آن (فیض، داود؛ میرمحمدی، سیدمحمد؛ زارعی، عظیم؛ ایزدخواه، محمد مهدی) | مدیریت فردا | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۶۳ | نقش کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین المللی (شرفی، وحید؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ زارعی، عظیم؛ فیض، داود) | پژوهش های مدیریت منابع انسانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱۶۴ | 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 |
| ۱۶۵ | کاربرد روش تحلیل تم در شناسایی مفهوم چابکی برند (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ اکبرزاده پاشا، مریم) | مدیریت برند | علمی پژوهشی | ۱۳۹۶ |
| ۱۶۶ | بررسی نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در تبیین رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی (زارعی، عظیم؛ مقدم، علیرضا؛ مهمان نوازان، سهیلا؛ شهریاری، مهری) | ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۵ |
| ۱۶۷ | تاثیر گرایش کارآفرینانه برعملکرد کسب و کار منتج از ظرفیت جذب و آشفتگی بازار (زارعی، عظیم؛ شعبانی، عاطفه) | کاوش‌های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۵ |
| ۱۶۸ | 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 |
| ۱۶۹ | 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 |
| ۱۷۰ | اثر تبلیغات توصیه‌ای مثبت، تصویر فروشگاه و ریسک ادراکی بر تمایل خرید از برند فروشگاهی (زارعی، عظیم؛ کاظمی، احمد) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۵ |
| ۱۷۱ | سنجش بازاریابی اجتماعی در گردشگری سلامت (زارعی، عظیم؛ آذر، عادل؛ رضایی راد، مصطفی) | برنامه ریزی و توسعه گردشگری | علمی پژوهشی | ۱۳۹۵ |
| ۱۷۲ | 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 |
| ۱۷۳ | نقش رفتار کارآفرینی گرایی صادراتی در ارتقای عملکرد صادراتی بنگاه ها با تبیین نقش میانجی کسب مزیت رقابتی (زارعی، عظیم؛ موتمنی، علیرضا؛ فیض، داود؛ کردنایبج، اسدالله؛ فارسی زاده، حسین) | پژوهش‌های مدیریت عمومی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۵ |
| ۱۷۴ | 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 |
| ۱۷۵ | 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 |
|---|---|---|---|---|
| ۱۷۶ | 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 |
| ۱۷۷ | تأثیر طراحی بسته‌بندی بر انتخاب مصرف‌کنندگان (فیض، داود؛ زارعی، عظیم؛ اشرفی، فاطمه) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۷۸ | 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 |
| ۱۷۹ | تأثیر هوش سازمانی بر عملکرد سازمان با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بازاریابی (زارعی، عظیم؛ فارسی زاده، حسین؛ سیاه سرانی، محمدعلی؛ دهقانی سلطانی، مهدی) | مدیریت اجرایی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۸۰ | بررسی تاثیر ادراک از خلاقیت پیامک‌های تبلیغاتی بر نگرش و واکنش مصرف کنندگان (زارعی، عظیم؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی زاده، حسین؛ غلامزاده، رسول) | مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۸۱ | 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 |
| ۱۸۲ | مدلسازی ساختاری – تفسیری نقشه استراتژی در شرکت‌های مادر تخصصی (زارعی، عظیم؛ محمد مهدی، ایزدخواه) | پژوهش‌های مدیریت در ایران | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۸۳ | شناسایی و استخراج مولفه‌های پیشران خرید آنی با استفاده از روش فراترکیب (زارعی، عظیم ، بلوچی، حسین) | راهبردهای بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۸۴ | شعار برند و قصد خرید مشتریان نظام بانکی (زارعی، عظیم؛ ملکی مین باش، مرتضی؛ رحیمی، مهدی) | کاوش‌های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۴ |
| ۱۸۵ | تاثیر 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 |
| ۱۸۶ | 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 |
| ۱۸۷ | بررسی عوامل موثر 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 |
|---|---|---|---|---|
| ۱۸۸ | 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 |
| ۱۸۹ | 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 |
| ۱۹۰ | 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 |
| ۱۹۱ | بررسی تاثیر دروغ سبز بر قصد خرید محصولات سبز (مطالعه مشتریان فروشگاه اینترنتی انتشارات اطلاعات) (زارعی، عظیم؛ سیاه سرانی، محمدعلی؛ فارسی زاده، حسین) | پژوهش‌های مدیریت عمومی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۲ |
| ۱۹۲ | تاثیرتصویرذهنی کشورمبدا برشکل گیری ارزش ویژه نام تجاری (مورد مطالعه: گوشی تلفن ورایانه همراه) (زارعی، عظیم؛ فیض، داود؛ مرادی، هادی) | چشم انداز مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۱ |
| ۱۹۳ | عوامل موثر بر واکنش های رفتاری بازدیدکنندگان از مقصدهای گردشگری (زارعی، عظیم؛ قربانی، فاطمه؛ پدرام نیا، مینو) | مطالعات مدیریت گردشگری | علمی پژوهشی | ۱۳۹۱ |
| ۱۹۴ | 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 |
| ۱۹۵ | 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 |
| ۱۹۶ | الگویی 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 |
| ۱۹۷ | کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در صنعت هتلداری (مورد : هتل های شهر مشهد) (فیض، داود؛ طاهریان، حسین؛ زارعی، عظیم) | کاوش‌های مدیریت بازرگانی | علمی پژوهشی | ۱۳۹۰ |
| ۱۹۸ | تصویر ذهنی کشور مبدا و شکل گیری ارزش برند محصولات الکترونیکی (مرادی، هادی؛ زارعی،عظیم) | تحقیقات بازاریابی نوین | علمی پژوهشی | ۱۳۹۰ |
| ۱۹۹ | 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 |
|---|---|---|---|---|
| ۲۰۰ | 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 |
| ۲۰۱ | 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 |
| ۲۰۲ | تبیین الگوی انتخاب تکنولوژی تولید (زارعی، عظیم؛ باقری مقدم، ناصر) | مجله دانشکده علوم انسانی سمنان | علمی ترویجی | ۱۳۸۸ |
| ۲۰۳ | بررسی رضایتمندی مردم از نانوایی آزادپز در مقایسه با نانوایی های یارانه ای (سعادت، رحمان؛ زارعی، عظیم؛ دلیریان، هادی) | فصلنامه مدلسازی اقتصادی | نشریه با هیأت تحریریه معتبر | ۱۳۸۷ |
| ۲۰۴ | طراحی مدلی مبتنی بر شبیه‌سازی جهت بررسی و تحلیل ارتباطات بین سازمانی (آذر، عادل؛ الهی، شعبان؛ زارعی، عظیم؛ رعنایی، حبیب الله) | فصلنامه مدرس علوم انسانی | علمی پژوهشی | ۱۳۸۶ |
| ۲۰۵ | پارادیم های تئوریک تبیین کننده شکل گیری ارتباطات بین سازمانی (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم) | دانش مدیریت | علمی پژوهشی | ۱۳۸۶ |
| ۲۰۶ | اولویت‌بندی طرحهای تحقیقات کشاورزی با تاکید بر فرایند تحلیل سلسله مراتبی (مرتضوی، مهدی؛ زارعی، عظیم؛ رعنایی، حبیب الله) | پژوهش و سازندگی در زراعت و باغبانی | علمی پژوهشی | ۱۳۸۵ |
| ۲۰۷ | بکارگیری روشهای تصمیم گیری چند شاخصه در مدیریت تکنولوژی (باقری مقدم، ناصر؛ زارعی، عظیم) | صنایع | علمی تخصصی | ۱۳۸۵ |
| ۲۰۸ | ارائه یک روش برای شبیه‌سازی ارتباطات بین سازمانی دستگاه‌های دولت (آذر، عادل؛ زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم) | دانشور رفتار | علمی پژوهشی | ۱۳۸۴ |
| ۲۰۹ | تبیین زمینه‌های بکارگیری پژوهش عملیاتی در مدیریت محیط زیست (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم) | مجله محیط شناسی | علمی پژوهشی | ۱۳۸۴ |
| ۲۱۰ | مستندسازی گسترده فرایندها در بخش دولت: ارایه یک راهکار (آذر، عادل؛ زارعی، عظیم) | دانشور رفتار | علمی پژوهشی | ۱۳۸۳ |
| ۲۱۱ | مدیریت دانش با محوریت نوآوری (مشبکی، اصغر؛ زارعی، عظیم) | مدیریت و توسعه | علمی تخصصی | ۱۳۸۲ |
| ۲۱۲ | اشکال ارتباطات بین سازمانی (زارعی، بهروز؛ زارعی، عظیم) | مدیریت و توسعه | علمی تخصصی | ۱۳۸۲ |
| ۲۲۴ | بررسی عوامل موثر بر بهره‌وری به کمک مدلهای MADM (آذر، عادل؛ زارعی، عظیم) | دو ماهنامه دانشور | علمی پژوهشی | ۱۳۸۱ |

مقالات انگلیسی

| ردیف | عنوان مقاله | نام نشریه | رتبه | سال انتشار |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | Improving the Quality of Healthcare Services through Optimizing Patient Waiting Time in the Emergency Department Using System Dynamics Modeling (Case Study: Kosar Hospital, Semnan) | Journal of Systems Thinking in Practice | علمی پژوهشی | ۲۰۲۶ |
| ۲ | A Traceable Integration of Soft Systems Methodology and Theory of Constraints–Thinking Processes for Stakeholder Conflict Resolution and Organisational Alignment | Journal of Systems Thinking in Practice | علمی پژوهشی | ۲۰۲۶ |
| ۳ | Exploring Antecedents and Consequences of Anthropomorphism in Digital Environments: "Implications for User Experience and Customer Loyalty" | International Journal of Business and Development Studies | علمی پژوهشی | ۲۰۲۵ |
| ۴ | Examining Greenwashing Patterns of Brands in the Digital Age: The Impact of Emerging Technologies on Green Marketing and Sustainable Innovation (Feiz, Davood; Zarei, Azim; Arman, Mohsen) | مطالعات مدیریت توسعه سبز | علمی پژوهشی | ۲۰۲۵ |
| ۵ | EEG in Branding Research: A Systematic Review of Methodologies and Insights (Zarei, Azim; Feiz, Davood; Kia, Elham Sadat; Hasannezhad, Behnam) | Annals of Military and Health Sciences Research | علمی پژوهشی | ۲۰۲۵ |
| ۶ | Strategic marketing capacities for climate change resilience: A framework for business-to-business sectors (Asgharinajib, Maryam; Feiz, Davood; Malekiminbash Razgah, Morteza; Zarei, Azim; Sorooshian, Shahryar) | Climate Risk Management | مجله در ISI و Scopus نمایه شده است. | ۲۰۲۵ |
| ۷ | Strategic Sustainability in Branding: A Grounded Theory Approach to Developing a Sustainable Branding Model in Ports (Alipour, Sima; Malekiminbash Razgah, Morteza; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Sorooshian, Shahryar) | Journal of Sustainable Marketing | Scopus | ۲۰۲۴ |
| ۸ | Dynamics of the Digital Banking Ecosystem in Iran (Farokhizadeh, Farshid; Zarei, Azim; Rastgar, Abbasali; Ebrahimi, Seyed Abbas) | Journal of Industrial Engineering International | علمی پژوهشی | ۲۰۲۴ |
| ۹ | Conceptualization and validation of brand social capital construct by analyzing the role of social media capital (Zarei, Azim; Taheri, Ghazaleh; Ghazvini, Hadi) | VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۴ |
| ۱۰ | Brand Intelligence: Its Conceptualization, Measurement, and Impact on Firm Performance (Varmaghani, Maryam; Zarei, Azim; Feiz, Davood; Maleki Minbash Razgah, Morteza) | Iranian Journal of Management Studies | مقاله در ISI و Scopus نمایه شده است. | ۲۰۲۴ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۱۱ | The relationship between leadership style and productivity of hospital employees with the moderating effect of job promotion opportunity and job description | International Journal of Hospital Research | علمی پژوهشی | ۲۰۲۳ |
| ۱۲ | Sustainable B2B Branding Through Social Media: An Exploratory Analysis of Iranian Ports (Alipour, Sima; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Feiz, Davood; Zarei, Azim) | محیط زیست و توسعه پایدار | علمی پژوهشی | ۲۰۲۳ |
| ۱۳ | 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) | International Journal of Productivity and Performance Management | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۳ |
| ۱۴ | 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) | Energy | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۳ |
| ۱۵ | Discovering the Customer Insight Using Netnography and Photography Methods (Zarei, Azim; Asghari najib, Maryam; Alipour, Sima) | Asian Journal of Business Research (AJBR) | مجله در Scopus نمایه شده است. | ۲۰۲۲ |
| ۱۶ | Assessment of Social Distance between Customers in Urban Hypermarket during COVID-19 Pandemic by Simulation Approach (Shahriari, Mehri; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Kashi, Ehsan) | Men's Health Journal | علمی پژوهشی | ۲۰۲۲ |
| ۱۷ | How Social Media Marketing Activities (SMMAs) and Brand Equity Affect the Customer's Response: Does Overall Flow Moderate It? (Zarei, Azim; Farjoo, Hamta; Bagheri Gharebollagh, Hooshmand) | Journal of internet commerce | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۲ |
| ۱۸ | Simulating pedestrian in public places and provide a solution to improve the LOS (Shahriari, Mehri; Feiz, Davood; Zarei, Azim; Kashi, Ehsan) | Innovative Infrastructure Solutions | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۲ |
| ۱۹ | 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) | Journal of Islamic Marketing | ISI (wos-jcr) Scopus | ۲۰۲۱ |
| ۲۰ | Identification of world-class manufacturing strategies and their implementation requirements in food industry (case study: olive product) (shafiei Nikabadi, Mohsen; Zarei, Azim; Hadise, kalantari) | International Journal of Business Excellence | مجله در Scopus نمایه شده است. | ۲۰۲۱ |
| ۲۱ | Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market (Zarei, Azim; Feiz, Davood; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Maleki, Fateme) | International Journal of Healthcare Management | International Journal of Healthcare Management | ۲۰۲۰ |
| ۲۲ | Green Supply Chain Risk Network Management and Performance Analysis: Bayesian Belief Network Modeling (Shakeri, Mehdi, Zarei, Azim; Maleki | Environmental Energy and Economic Research | علمی پژوهشی ISC | ۲۰۲۰ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Minbash Razgah, Morteza; Azar, Adel) | |
| 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) | ۲۳ |
| 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) | ۲۴ |
| ۲۰۲۰ | ISI و علمی پژوهشی | 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) | ۲۵ |
| 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) | ۲۶ |
| 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) | ۲۷ |
| 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) | ۲۸ |
| ۲۰۱۸ | علمی پژوهشی | Journal of AI and Data Mining | Competitive Intelligence Text Mining: Words Speak (Zarei, Azim; Maleki Minbash Razgah, Morteza; Feiz, Davood; Siahsarani Kajouri, Mohammad Ali) | ۲۹ |
| 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) | ۳۰ |
| 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) | ۳۱ |
| 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 (Siahsarani Kajouri, Mohammad Ali; Damghanian, Hossien; Zarei, Azim) | ۳۲ |
| 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) | ۳۳ |
| 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) | ۳۴ |
| 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, | ۳۵ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Ahmad) | |
| ۳۶ | The impact of quality of management systems on organizational performance in small and medium sized enterprises in northen iran (Poursaeid, Naser; Zarei, Azim) | International Journal of Management & Human Resources | مجله در EBSCO نمایه شده است. | ۲۰۱۳ |
| ۳۷ | The Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Brand Preference-the Moderating Effects of Country of Origin Image (Zarei, Azim; Moradi, Hadi) | Australian Journal of Basic and Applied Sciences | ISI | ۲۰۱۱ |

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

| ردیف | عنوان مقاله | عنوان همایش | کشور | سال |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | Evidence – ready systems Thinking: From Assumptions to measurable Outcomes with Reproducible Logic | چهارمین کنفرانس تفکر سیستمی در عمل | ایران (مشهد) | ۱۴۰۴ |
| ۲ | تجزیه و تحلیل اثر سلامت سازمانی و دلبستگی شغلی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی سرمایه انسانی با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی | بیست و یکمین کنفرانس بین المللی مدیریت | ایران (تهران) | ۱۴۰۴ |
| ۳ | شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر تدوین استراتژی تکنولوژی نیروگاه‌ها در شرکت برق و انرژی صبا: یک مطالعه موردی | اولین همایش ملی بازسازی زیر ساخت ها و رفع ناترازی ها در راستای سرمایه گذاری برای تولید | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۴ | تبیین رویکرد سیستمی در مدیریت ناترازی انرژی با بهره‌گیری از متدولوژی سیستم‌های نرم (SSM) | اولین همایش ملی بازسازی زیر ساخت ها و رفع ناترازی ها در راستای سرمایه گذاری برای تولید | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۵ | ارزیابی اثربخشی فعالیت‌های ترفیعی بانک‌ها در شبکه‌های اجتماعی با هدف کاهش ناترازی زیرساخت‌های پولی و مالی در دوران دیجیتال | اولین همایش ملی بازسازی زیر ساخت ها و رفع ناترازی ها در راستای سرمایه گذاری برای تولید | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۶ | Soft Systems and Theory of Constraints Approach to Strategic Planning for the Semnan Silk Road Tourism Development | اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری سمنان: جاده ابریشم، فرصت‌ها و چشم اندازها | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۷ | تبیین الگوی بومی توسعه گردشگری پایدار در استان سمنان با رویکرد داده‌بنیاد | اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری سمنان: جاده ابریشم، فرصت‌ها و چشم اندازها | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۸ | بررسی تاثیر شیوه های جذب مخاطب، در تبلیغات دیجیتال توسعه گردشگری شهر سمنان | اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری سمنان: جاده ابریشم، فرصت‌ها و چشم اندازها | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۹ | بررسی موانع دولتی در توسعه گردشگری راه ابریشم | اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری سمنان: جاده ابریشم، فرصت‌ها و چشم اندازها | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۱۰ | نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال گردشگری: مطالعه موردی کمپین‌های موفق در ایران و جهان | اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری سمنان: جاده ابریشم، فرصت‌ها و چشم اندازها | ایران (سمنان) | ۱۴۰۴ |
| ۱۱ | شناسایی الگوهای ذهنی مدیران شرکتهای لبنی نسبت به محرک های صادرات با استفاده از روش کیو | چهارمین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار | ایران (تهران) | ۱۴۰۴ |
| ۱۲ | بکارگیری رویکرد تحلیل پوششی داده های پنجره ای بمنظور سنجش کارایی بانک های دولتی براساس شاخص های بانکداری الکترونیک | ششمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری | ایران (تهران) | ۱۴۰۲ |
| ۱۳ | بررسی ادراک کیفی خدمات و استراتژی‌های بازاریابی صنعتی بر رضایت مشتری | پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری | ایران (تهران) | ۱۴۰۱ |
| ۱۴ | بررسی و شناسایی عوامل موثر برآموزش کارکنان در سازمان های پروژه محور و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان (مورد مطالعه: در شرکت مهندسی و ساخت بویلر مپنا) | پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری | ایران (تهران) | ۱۴۰۱ |
| ۱۵ | واکاوی روش تحقیق تصویربرداری: روشها و تحلیل تصاویر | سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد | ایران (تهران) | ۱۴۰۱ |
| ۱۶ | جذب دانشجو معلمان در دانشگاه فرهنگیان با تاکید برسند تحول بنیادین آموزش و پرورش | نهمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران | ایران (تهران) | ۱۴۰۰ |
| ۱۷ | 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 |
| ۱۸ | تعیین مشخصات سیستم پایش و راهبری شبکه های قدرت توسط متدولوژی سیستم های نرم | اولین کنفرانس ملی تفکر سیستمی در عمل | ایران (مشهد) | ۱۳۹۸ |
| ۱۹ | 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 |
| ۲۰ | 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 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۲۱ | بررسی ساختار مراکز دیسپاچینگ در شبکه‌های قدرت | بیست و ششمین کنفرانس مهندسی برق ایران | ایران (تهران) | ۱۳۹۸ |
| ۲۲ | ارائه مدل برای افزایش چابکی در پایداری زنجیره تامین با استفاده از تحلیل دینامیک | اولین کنفرانس بین المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری | ایران (مازندران) | ۱۳۹۸ |
| ۲۳ | شناسایی چالشها و روابط مراکز دیسپاچینگ قدرت با استفاده از روش متدولوژی سیستمهای نرم | دومین کنفرانس ملی فناوریهای نوین در مهندسی برق و کامپیوتر | ایران (تهران) | ۱۳۹۷ |
| ۲۴ | تبیین اثر ادراک از کیفیت خدمات و اعتماد به بانک بر جذب و نگهداری مشتریان نمونه: نقش تعدیلگر ارزش درک شده | دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری | ایران (تهران) | ۱۳۹۷ |
| ۲۵ | مدل درگیری برند مصرف کننده و تأثیر آن بر وفاداری مشتریان گوشی های همراه | دومین کنفرانس بین المللی فرصت ها و چالش ها در مدیریت، حسابداری و اقتصاد | ایران (تهران) | ۱۳۹۶ |
| ۲۶ | بررسی تاثیر کیفیت وب سایت و کیفیت ارتباط بر قصد خرید با تاکید بر نقش واسطه ای ارزش سودگرایانه و ارزش اجتماعی ادراک شده (مورد مطالعه: مشتریان سایت دیجی کالا) | سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کارآفرینی | ایران (تهران) | ۱۳۹۶ |
| ۲۷ | ارائه شاخص جهت ممیزی برند بر اساس هرم ارزش ویژه برند کلر | سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر مدیریت دانش تعالی و توانمندی رقابتی | ایران (تهران) | ۱۳۹۶ |
| ۲۸ | تاثیر چابکی سازمانی بر کسب مزیت رقابتی (مورد مطالعه: شعب بانک ملی شهرستان سمنان) | چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری | ایران (تهران) | ۱۳۹۵ |
| ۲۹ | بررسی مولفه های تاثیرگذار بر عملکرد صادراتی واحدهای بازرگانی شرکت گچ استان سمنان | دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱ | ایران (تهران) | ۱۳۹۵ |
| ۳۰ | The factors affecting brand love and its consequences in hospital service sector | ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین | ایران (تهران) | ۱۳۹۵ |
| ۳۱ | ارزیابی رضایت گردشگران داخلی شهر شیراز با استفاده از تئوری راف | دومین همایش ملی گردشگری و توسعه پایدار | ایران (سمنان) | ۱۳۹۴ |
| ۳۲ | شناسایی نیازهای مشتریان خدمات بانکی با استفاده از مدل گسترش عملکرد کیفیت | اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم | ایران (رشت) | ۱۳۹۴ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۳۳ | 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) | اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم | ایران (رشت) | ۱۳۹۴ |
| ۳۴ | بررسی تاثیر چابکی استراتژیک بر کسب مزیت رقابتی (مطالعه موردی: شرکت صنعتی عقاب افشان) | اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری در هزاره سوم | ایران (رشت) | ۱۳۹۴ |
| ۳۵ | ارائه مدل کارآمد برای مدیریت ارتباط با مشتری در بانک سپه | اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری | ترکیه (استانبول) | ۲۰۱۵ |
| ۳۶ | بررسی تاثیر ابعاد ارزشی بازاریابی رابطه مند بر وفاداری مشتریان | کنفرانس ملی بازاریابی خدمات | ایران (سمنان) | ۱۳۹۴ |
| ۳۷ | شایستگی‌های نوآورانه برای خدمات یکپارچه در صنعت بیمه | کنفرانس ملی بازاریابی خدمات | ایران (سمنان) | ۱۳۹۴ |
| ۳۸ | بررسی اثر بازاریابی درونی و رفتارهای شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات داخلی. مطالعه پیمایشی دانشگاه فردوسی مشهد | کنفرانس بین المللی مدیریت در قرن ۲۱ | ایران (تهران) | ۱۳۹۳ |
| ۳۹ | طبقه بندی ویژگی‌های کیفی بر اساس مدل کانو و ارتباط آن با رضایت مشتریان | دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، چالش‌ها و راهکارها | ایران (تهران) | ۱۳۹۳ |
| ۴۰ | بررسی رابطه بین تسهیم دانش فرآیند توسعه یکپارچه محصول جدید با موفقیت توسعه محصول جدید | اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار | ایران (همدان) | ۱۳۹۲ |
| ۴۱ | شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر کارایی در بانکداری با استفاده از تکنیک MADM مطالعه موردی: بانک مهر اقتصاد | نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |
| ۴۲ | فرهنگ سازمانی کارآفرینانه و نقش بکارگیری تجارت الکترونیک در بهبود آن (مورد مطالعه: صنعت خودروسازی ایران) | دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی | ایران (قم) | ۱۳۹۲ |
| ۴۳ | مطالعه وضعیت مدیریت دانش براساس مدل نوناکا و تاکوچی در شرکت ملی حفاری ایران و راه کارهایی جهت پیاده سازی | دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی | ایران (قم) | ۱۳۹۲ |
| ۴۴ | بررسی نقش ادراک مشتریان از رعایت عدالت در اعطای تسهیلات بانکی در تقاضای انان برای دریافت تسهیلات | نخستین همایش تولید ، توزیع درآمد و عدالت اقتصادی | ایران (سمنان) | ۱۳۹۲ |
| ۴۵ | بررسی تاثیر هوش سازمانی بر آینده نگری مدیران | اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |
| ۴۶ | ارائه مدلی به منظور بررسی رابطه بازار محوری و مدیریت دانش با عملکرد سازمان | اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |
| ۴۷ | بکارگیری تکنیک QFD و سروکوال در بهبود کیفیت خدمات بیمارستانی | یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۴۸ | رابطه مدیریت دانش با سرمایه اجتماعی در بانک کشاورزی | ششمین کنفرانس ملی مدیریت دانش | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |
| ۴۹ | بررسی تاثیر مدیریت دانش مشتری بر کسب مزیت رقابتی با اثر میانجی هوش تجاری | ششمین کنفرانس ملی مدیریت دانش | ایران (تهران) | ۱۳۹۲ |
| ۵۰ | تاثیر ارزش ویژه نام تجاری بر گرایش به خرید و ترجیح نام تجاری مشتریان | هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت | ایران (تهران) | ۱۳۸۹ |
| ۵۱ | بررسی عوامل موثر بر انطباق مشتریان با کانالهای ارائه خدمات بانکی (مطالعه موردی:مشتریان بانک تجارت شهرستان سمنان) | کنفرانس بین المللی شهروند الکترونیک و تلفن همراه | ایران (تهران) | ۱۳۸۹ |
| ۵۲ | بکارگیری مدل سروکوال و کانو برای تعیین فرایندهای اولویت دار جهت بهبود در سازمانهای خدماتی(مطالعه موردی : شعب نمایندگی شرکت بیمه ایران در سمنان) | اولین همایش بین المللی مدیریت فرایندهای سازمانی | ایران (تهران) | ۱۳۸۹ |
| ۵۳ | توزیع و انتشار اقتصادی بار بین نیروگاه‌ها با استفاده از شبکه‌های عصبی مصنوعی | سومین کنفرانس بین المللی ایرانی تحقیق در عملیات | ایران (تهران) | ۱۳۸۹ |
| ۵۴ | رضایت گردشگران گامی به سوی توسعه صنعت گردشگری استان سمنان | همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال زایی | ایران (تهران) | ۱۳۸۸ |
| ۵۵ | طراحی مدل مفهومی تاثیر سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی کارکنان | همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۸ |
| ۵۶ | شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: شهرستانهای منتخب استان سمنان) | همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه اقتصادی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۸ |
| ۵۷ | بررسی نقش نام تجاری در کسب، حفظ و ارتقاء رقابت پذیری محصولات استان کرمان | جایگاه بازاریابی در توسعه بازار محصولات استان کرمان | ایران (کرمان) | ۱۳۸۷ |
| ۵۸ | بررسی بکارگیری روش تحقیق مبتنی بر تئوری مفهوم سازی بنیادی در حوزه مطالعات کارافرینی | همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۶ |
| ۵۹ | تبیین بکارگیری مدلهای MADM در بررسی و تعیین اولویت‌های آموزش کارافرینی | همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۶ |
| ۶۰ | آموزش مهارتهای کارافرینی | همایش ملی آموزش عالی و کارآفرینی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۶ |
| ۶۱ | بررسی ضرورت طراحی و تبیین الگوی مفهومی عناصر موثر بر انسجام اسلامی | اتحاد ملی و انسجام اسلامی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۶ |
| ۶۲ | تبیین بکارگیری روشهای تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی در دسته بندی و بررسی روابط علی-معلولی عوامل موثر بر انسجام اسلامی | اتحاد ملی و انسجام اسلامی | ایران (سمنان) | ۱۳۸۶ |
| ۶۳ | بهینه‌سازی شبیه‌سازی در خطوط تولید با استفاده از SA | چهارمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع | ایران (تهران) | ۱۳۸۵ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| ۶۴ | تعیین ظرفیت انبارهای میانگیر در خطوط تولید با استفاده از Simulated Annealing | سومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع | ایران (تهران) | ۱۳۸۳ |
| ۶۵ | ارائه یک متدولوژی برای شبیه‌سازی ارتباطات بین سازمانی دستگاه‌های دولت | سومین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع | ایران (تهران) | ۱۳۸۳ |
| ۶۶ | توسعه یک مدل پشتیبان تصمیم برای مدیریت فرایندها در سازمانهای دولتی در چارچوب توسعه دولت الکترونیک ایران | اولین کنفرانس بین المللی مدیریت | ایران (تهران) | ۱۳۸۲ |
| ۶۷ | طراحی مفهومی یک سیستم پشتیبان تصمیم برای فرایندهای بخش دولت | پنجمین کنفرانس سراسری سیستم‌های هوشمند | ایران (تهران) | ۱۳۸۲ |

*طرح های پژوهشی*

| ردیف | عنوان طرح | سازمان | سمت |
|---|---|---|---|
| ۱ | طراحی مدل ارزیابی عملکرد بر اساس کارت امتیازی متوازن و اولویت بندی شاخص ها 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 دستگاه های اجرایی استان سمنان در سال ۱۳۸۸، ۱۳۸۹ | استانداری سمنان | همکار اصلی |
| ۳ | بهبود فرآیندهای سازمانی موسسه پژوهشهای برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی | موسسه پژوهش های 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 سرمایه‌گذاری 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 صنعتی شریف | همکار اصلی |

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

*راهنمایی و مشاوره پایان نامه ها و رساله‌ها*

| ردیف | عنوان پایان نامه | نام و نام خانوادگی دانشجو | سمت |
|---|---|---|---|
| ۱ | طراحی زیست بوم بانکداری دیجیتال (موردمطالعه: بانک صادرات ایران) | فرشید فرخی زاده | استاد راهنما |
| ۲ | مفهوم پردازی و طراحی مدل هوشمندی برند (مورد مطالعه: استارت آپ های فین تک حوزه خدمات پرداخت) | مریم ورمقانی | استاد راهنما |
| ۳ | طراحی مدل هم تخریبی ارزش برند در تجارت اجتماعی (مورد مطالعه: استارت آپ های دیجیتال) | غزاله طاهری | استاد راهنما |
| ۴ | مدل پویای کشف علل تأخیرات کلان پروژه های ساخت صنعت نفت ایران با رویکرد سیستم روش شناسی سیستم ها (SOSM) | رضا بهبود | استاد راهنما |
| ۵ | طراحی مدل عملکرد زنجیره تأمین مبتنی بر نسل سوم هوشمندی کسب وکار با تأکید بر یکپارچگی و چابکی | طه جعفری | استاد راهنما |
| ۶ | طراحی سیستم کنترل مراکز دیسپاچینگ ملی بر اساس رویکرد SSM (مورد مطالعه شرکت برق منطقه ای خراسان) | حسن صادقپور مقدم | استاد راهنما |
| ۷ | 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 |
| ۸ | ارائه مدل شبکه تعاملی ریسک های سیستم | مهدی شاکری | استاد راهنما |
| ۹ | طراحی مدل بازاریابی جذب گردشگر سلامت (مورد مطالعه: متقاضیان عمل های GRS در ایران) | فاطمه ملکی | استاد راهنما |
| ۱۰ | طراحی و تبیین الگوی هوشمندی رقابتی در راستای صادرات پایدار محصولات دانش بنیان | محمدعلی سیاه سرانی کجوری | استاد راهنما |
| ۱۱ | ارائه مدل ورود به بازار بین المللی در صنعت انیمیشن | محمد اسدی | استاد راهنما |
| ۱۲ | طراحی مدل راهبردی عملکرد صادراتی مبتنی بر استراتژی صادراتی سبز (مورد مطالعه: صنایع غذایی کشور) | حسین فارسی زاده | استاد راهنما |
| ۱۳ | طراحی مدل فرایندی بازاریابی اجتماعی در توسعه گردشگری سلامت ایران | مصطفی رضائی راد | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۱۴ | طراحی الگوی جامع بازاریابی دیجیتال مبتنی بر فناوری بلاک چین (مورد مطالعه: صنعت هوانوردی) | امیر والافر | استاد راهنما ۲ |
| ۱۵ | 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 |
| ۱۶ | طراحی سیستم رتبه بندی محصولات خریداری شده بر اساس نظرات مصرف کنندگان و خبرگان با رویکرد متن کاوی و وب کاوی (مورد مطالعه وب سایت های برتر ایرانی) | امید افشاری زاده جعفری | استاد راهنما ۲ |
| ۱۷ | طراحی فضای داخلی فروشگاهها بر اساس شبیه سازی الگوی حرکتی افراد (مطالعه موردی: هایپر مارکت ققنوس) | مهری شهریاری | استاد راهنما ۲ |
| ۱۸ | طراحی مدل بازاریابی در بخش گردشگری قومی ایران | ابراهیم باقری | استاد راهنما ۲ |
| ۱۹ | ارائه الگوی برند سازی اسلامی: استراتژی ها و الزامات | محمدرضا رستمی | استاد راهنما ۲ |
| ۲۰ | نوع شناسی استراتژی های هک رشد استارت آپ ها در چارچوب قیف بازاریابی هک رشد | عاطفه شعبانی نعیم صوفیانی | استاد راهنما ۲ |
| ۲۱ | اکوسیستم بازاریابی بین الملل برای شرکت‌های کوچک و متوسط در ایران | وحید شرفی | استاد راهنما ۲ |
| ۲۲ | طراحی مدل برند حلال در صنعت گردشگری درمانی (مورد مطالعه: هتل بیمارستان های کشور) | امین عارفی | استاد راهنما ۲ |
| ۲۳ | واکاوی پیشایندها و پسایندهای قطبی شدن برند (مورد مطالعه: برندهای منتخب تیم های ورزشی) | مریم وحید دستجردی | استاد راهنما |
| ۲۴ | شناسایی و اولویت بندی چالش های صادرات محصولات شیرینی و شکلات ایران (مطالعه موردی: عراق و روسیه) | آزیتا شاکرپاسگزار | استاد راهنما |
| ۲۵ | بررسی اثر سرمایه فکری سبز بر موفقیت محصول سبز (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران) | راحیل موسی زاده | استاد راهنما |
| ۲۶ | بررسی و شناسایی ریسکهای انتقال فناوری در حوزه صنعت نفت (مورد مطالعاتی شرکت ملی نفت ایران) | سجاد جعفرزاده افشاری | استاد راهنما |
| ۲۷ | بررسی تاثیر ارزش ویژه برند خرده فروشی بر وفاداری به برند با نقش میانجی ارتباط دهان به دهان و نقش تعدلیگری جنسیت (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه دیجی کالا) | ستایش مسلمی فر | استاد راهنما |
| ۲۸ | تاثیر بازاریابی درونگرا بر جذب گردشگر و افزایش سطح رضایت آنها از تجربه سفر (مورد مطالعه: گردشگران مجموعه تفریحی -اقامتی میزبان بابلسر) | فاطمه رمضان پور احمدچالی | استاد راهنما |
| ۲۹ | بررسی تاثیر ریسک های غیرمالی بر کیفیت خدمات بانکی (مورد مطالعه: مقایسه بین بانک های دولتی و خصوصی در عراق، استان دیالی) | عبدالله شاکر کامل النعیمی | استاد راهنما |
| ۳۰ | تاثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی و تعدیلگری قابلیت نوآوری (مورد مطالعه: شرکت های منتخب صنایع غذایی شیرینی و شکلات در شهر تهران) | امیرمحمد بناییان | استاد راهنما |
| ۳۱ | شناسایی راه کار های فروش B2B مبتنی بر هوش مصنوعی مولد (مورد مطالعه از صنعت نرم افزار) | زینب رستمی خواص | استاد راهنما |
| ۳۲ | بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر رضایت مندی از خدمات آموزش عالی و وفاداری دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سمنان | ناصر احمدی | استاد راهنما |
| ۳۳ | طراحی سیستم خبره فازی ارزیابی عملکرد کارکنان در تیم های مجازی (مورد مطالعه: تیم تحقیق و توسعه شرکت کرمان موتور) | شهاب الدین تنهائیان | استاد راهنما |
| ۳۴ | بررسی پیشایندها و پسایندهای پذیرش خدمات فین تک از سوی مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان بانک مسکن در شهرستان سمنان) | زهرا فیض | استاد راهنما |
| ۳۵ | بررسی تاثیر هوش مصنوعی بر قصد خرید مجدد مشتری با نقش میانجی چابکی مشتری، تجربه مشتری و رضایت مشتری(مورد مطالعه: پلتفرم دیجی کالا) | الهام قوشچی | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۳۶ | بررسی میزان آمادگی به کارگیری هوش مصنوعی در ارائه خدمات در صنعت بانکداری: الزامات و پیشایندها و پسایندها (موردمطالعه: بانک های دولتی ایران) | آیسان افشاری | استاد راهنما |
| ۳۷ | بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: دانشجویان اموزش عالی کشور عراق) | فراس ضاری خمیس الجمیلی | استاد راهنما |
| ۳۸ | تبیین زمینه های ارتقاء عملکرد سازمانی به کمک فناوری بلاکچین با رویکرد پویایی سیستم | نوشین عاشوری شیخانی | استاد راهنما |
| ۳۹ | به کارگیری روشهای داده کاوی و یادگیری ماشین جهت پیش بینی قیمت سهام بر اساس تحلیل اندیکاتورهای منتخب تکنیکال (مورد مطالعه سهام شرکت های فلزات اساسی بورس تهران) | یونس کریمی | استاد راهنما |
| ۴۰ | بررسی تأثیر بازاریابی ویدیویی بر قصد خرید مصرف کنندگان (مورد مطالعه: ویدیوهای تبلیغاتی در صنعت بیمه) | فرهاد بابایی | استاد راهنما |
| ۴۱ | بررسی نقش مسکات بر رفتار مصرف کننده (مطالعه موردی: مشتریان برند چی توز) | عابدین رحمتی | استاد راهنما |
| ۴۲ | شناسایی و بررسی عناصر تشکیل دهنده یک داستان سرایی موفق برند در ایران (مورد مطالعه: اپلیکیشن باسلام) | زهرا سالار | استاد راهنما |
| ۴۳ | تاثیر سبک رهبری بوروکراتیک بر استرس تکنولوژی کارکنان (مورد مطالعه: شرکت سازه گستر سایپا) | امین رجایی لک | استاد راهنما |
| ۴۴ | 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 |
| ۴۵ | 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 |
| ۴۶ | واکاوی فرآیند ایجاد نفرت از برند و بررسی عوامل و پیامد های ناشی از آن (مورد مطالعه: اپراتورهای تلفن همراه) | امیررضا جاسبیان | استاد راهنما |
| ۴۷ | ارزیابی رضایتمندی مشتریان براساس تحلیل احساسات (مطالعه موردی: مشتریان هتل های ۴ و ۵ ستاره) | راضیه قاسمی سپرو | استاد راهنما |
| ۴۸ | 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 |
| ۴۹ | طراحی و ارزیابی سیستم پشتیبان تصمیم فازی برای مدیریت موجودی قطعات یدکی در شرایط عدم قطعیت (مورد مطالعه: شرکت سبزکوش نگین) | مرضیه یوسفی | استاد راهنما |
| ۵۰ | بررسی عوامل موثر بر استفاده از فناوری بلاک چین در مدیریت خدمات بانکداری الکترونیک (مورد مطالعه: بانک ملت) | مهدی ابراهیمی | استاد راهنما |
| ۵۱ | پیش بینی ریزش مشتریان شرکت های پخش محصولات تند مصرف به کمک یادگیری ماشین (مورد مطالعه: شرکت شتاب) | سید احمد نعمتی گهراز | استاد راهنما |
| ۵۲ | طراحی الگوریتم متن کاوی مبتنی بر نظرات مشتریان جهت تبیین ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: توییت های مربوط به برند دیجی کالا در توییتر) | مهسا الوندی | استاد راهنما |
| ۵۳ | 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 |
| ۵۴ | 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 |
| ۵۵ | 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) | محمدمهدی قجر | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۵۶ | بررسی تاثیر گرایش کارآفرینی بر عملکرد شرکت از طریق دوسوتوانی و قابلیت‌های بازاریابی (مورد مطالعه: شرکت دیجی کالا) | مسعود سعیدی کیاسری | استاد راهنما |
| ۵۷ | بررسی تأثیر 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) | فاطمه پودینه ابراهیمی | استاد راهنما |
| ۵۸ | بررسی تأثیر 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) | امین امینی راد | استاد راهنما |
| ۵۹ | مطالعه تطبیقی اثر بخشی سبک های تئوری موقعیتی بر موفقیت بازاریابی شبکه ای (مورد مطالعه : شرکت پنبه ریز) | یگانه شریفی | استاد راهنما |
| ۶۰ | ارائه مدلی برای عوامل موفقیت سیستم هوشمندی کسب و کار (مورد مطالعه: شرکت دلپذیر) | سمیرا عباسی | استاد راهنما |
| ۶۱ | بررسی تأثیر تنفر از برند بر عدم ترجیح برند با نقش میانجی گری جایگاه ادراک شده برند (مورد مطالعه: مشتریان خودروهای کلاس سی شرکت سایپا در شهر تهران) | علیرضا صادقی | استاد راهنما |
| ۶۲ | تأثیر 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) | زهرا حکیمی | استاد راهنما |
| ۶۳ | بررسی تأثیر 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 کنندگگان صفحه برند غذایی کاله در اینستاگرام) | مهسا حضرتی | استاد راهنما |
| ۶۴ | 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) | محمدعلی لطفی | استاد راهنما |
| ۶۵ | بررسی کارآمدی استراتژی های مقابله با قاچاق سوخت و ارایه پیشنهادات بهبود (مورد مطالعه: قاچاق سوخت در شرق کشور) | حجت ملایی | استاد راهنما |
| ۶۶ | 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) | مهسا السادات طوسی | استاد راهنما |
| ۶۷ | تاثیرتجربه برند بر وفاداری برند با میانجی گری ارزش مشتری،اعتماد و عشق به برند (مورد مطالعه:مشتریان برند چرم مشهددر استان تهران) | مهرداد پوررمضانی | استاد راهنما |
| ۶۸ | بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی رسانه اجتماعی بر قصد خرید آنلاین مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه اینترنتی علی بابا) | مهران حسن پور للوک | استاد راهنما |
| ۶۹ | انتخاب روش بهینه انتقال فناوری با استفاده از سیستم استنتاج فازی (مورد مطالعه: شرکتهای سازنده یراق آلات خطوط انتقال نیرو) | ساسان شبانی | استاد راهنما |
| ۷۰ | 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) | فرزاد نجاتی | استاد راهنما |
| ۷۱ | بررسی تاثیر پیکر بندی قابلیت بر عملکرد شرکت از طریق میانجی گری دوسوتوانی سازمانی و چابکی سازمانی (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا) | مظاهر صادقی | استاد راهنما |
| ۷۲ | بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی شبکه های اجتماعی بر تعهد عاطفی مشتری به برند با میانجی گری | سیده مریم راسخی | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | رضایت مشتری و هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه :مشتریان پوشاک پاتن جامه در شهر تهران) | | |
| ۷۳ | بررسی تاثیر انگیزه مشارکت مشتری در فعالیت های بازاریابی شبکه های اجتماعی بر ارزش ویژه مشتری از طریق اعتماد به برند فروشگاه (مطالعه موردی: فروشگاه اینترنتی بامیلو) | فاطمه ربانی محمدیه | استاد راهنما |
| ۷۴ | بررسی تاثیر وب گردی لذت گرایانه و نقش وابسته‌ی جریان از طریق میانجی‌گری تجربه‌ی احساسی و شناختی بر خرید ناگهانی آنلاین (کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام) | فروغ شاه پسندی | استاد راهنما |
| ۷۵ | مقایسه تطبیقی مدیریت ارتباط با مشتری در بانک ملت و بانک کشاورزی (مورد مطالعه: مدیریت بانک ملت و کشاورزی شهرستان کرمان) | ندا علیرضایی پور | استاد راهنما |
| ۷۶ | 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) | مصطفی تیزچنگ | استاد راهنما |
| ۷۷ | ارائه مدلی جهت توسعه استفاده از بلیت اکترونیک در شرکت های هواپیمایی (مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران هما) | سید محمد سید علیخانی | استاد راهنما |
| ۷۸ | ارزیابی پایداری زنجیره تامین (مطالعه موردی زنجیره تامین ساپکو در استان سمنان) | کامران امیرفامیان | استاد راهنما |
| ۷۹ | 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) | فریبا خسروی | استاد راهنما |
| ۸۰ | بررسی تاثیر سیستم مدیریت ارتباط با مشتری بر کیفیت ارتباطی سازمان با نقش میانجی فعالیت های بازاریابی (مورد مطالعه : مراکز درمانی تامین اجتماعی سمنان) | عبدالرضا قریب بلوک | استاد راهنما |
| ۸۱ | بررسی تاثیر فعالیت 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) | سیده مریم راسخی | استاد راهنما |
| ۸۲ | طراحی سیستم پشتیبان تصمیم گیری پویا مبتنی بر پیش بینی ارزش مشتری در توسعه محصول جدید در شرکت همراه اول | ثریا بخشی زاد ناو | استاد راهنما |
| ۸۳ | بررسی تاثیر ارزش های مشتری و نگرش مشتری بر قصد خرید سبز مشتری (مورد مطالعه : مصرف کنندگان لوازم آرایشی بهداشتی | یاسمن کاتوزیان | استاد راهنما |
| ۸۴ | تاثیر سیستم های اطلاعاتی بر کارآمدی مدیریت استراتژیک بازاریابی با متغییر تعدیلگر یکپارچگی سیستم های اطلاعاتی سازمان (مورد مطالعه:شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران) | علیخانی محمدرضا | استاد راهنما |
| ۸۵ | 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) | عباسی گرجی علیرضا | استاد راهنما |
| ۸۶ | 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 | شایان خادمیان نژادامیری | استاد راهنما |
| ۸۷ | بررسی تاثیر تداعی پاسخگویی اجتماعی شرکت بر قصد خرید مشتری (مورد مطالعه : بانک پاسارگاد) | امین میرخلیل زاده ارشادی | استاد راهنما |
| ۸۸ | 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) | حمیدرضا محمودی | استاد راهنما |
| ۸۹ | بررسی چگونگی تاثیر واقعیت مجازی بر هرم ارزش ویژه برند (مورد مطالعه مشتریان هتل آرمان) | محمود اسلامی هشتجین | استاد راهنما |
| ۹۰ | 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 شهرکرد) | سید علی بنی هاشمی امام قیسی | استاد راهنما |
| ۹۱ | بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر ارزش طول عمر مشتری با نقش میانجیگری ارزش ویژه مشتری و رضایت | حمیده پراکند | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | مشتری (مورد مطالعه : مشتریان بانکهای خصوصی و دولتی) | | |
| ۹۲ | بررسی نظریه سرمایه اجتماعی و نظریه جریان در خرید آنی آنلاین (مورد مطالعه: کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام) | فاطمه خیری | استاد راهنما |
| ۹۳ | 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) | زهرا کوچکپور | استاد راهنما |
| ۹۴ | توسعه مدل ممیزی برند بر اساس مدیریت استراتژیک برند (مورد مطالعه: بانک ملت) | اطهره سالاری جلگه | استاد راهنما |
| ۹۵ | 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) | گلناز گله باقری | استاد راهنما |
| ۹۶ | بررسی تاثیر عوامل مدل پذیرش اطلاعات و تئوری عمل مستدل بر قصد خرید آنلاین (مورد مطالعه: هایپراستارهای منتخب شهر مشهد) | سیده فرزانه موسوی نیکو | استاد راهنما |
| ۹۷ | بررسی تاثیر مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی بر ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: شرکت تولیدی مازیار صنعت) | جمیله توماج | استاد راهنما |
| ۹۸ | 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) | زیبا بهاروند ایران نیا | استاد راهنما |
| ۹۹ | تبیین عوامل تاثیرگذار بر قصد خرید محصولات غذایی سبز با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری – تفسیری | علی باغانی | استاد راهنما |
| ۱۰۰ | ترسیم نقشه ذهنی از دلایل مقاومت در برابر بانکداری اینترنتی با استفاده از رویکرد مدلسازی ساختاری – تفسیری(مورد مطالعه : مشتریان بانک پارسیان در شهر تهران) | بهناز عصار | استاد راهنما |
| ۱۰۱ | 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) | مسعود باقرزاده فرد | استاد راهنما |
| ۱۰۲ | بررسی ارتباط بین رابطه با مشتری و وفاداری (مطالعه موردی: مشتریان بانک های ملت شهرستان شاهرود) | آرش فغانی | استاد راهنما |
| ۱۰۳ | شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر جایگاه یابی در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: مشتریان بانک ملی ایران، شعب شهر تهران) | محمد رضوانی فر | استاد راهنما |
| ۱۰۴ | 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) | سید محمدباقر انصاری | استاد راهنما |
| ۱۰۵ | 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) | سارا رنجبر | استاد راهنما |
| ۱۰۶ | به کارگیری تکنیک (QFD) و (AHP) فازی جهت بهبود کیفیت محصولات (مورد مطالعه: شرکت تولیدی لوازم بهداشتی نیمه شعبان) | خدیجه موسوی | استاد راهنما |
| ۱۰۷ | بررسی تاثیر کارافرینی سازمانی بر مزیت رقابتی پایدار با میانجیگری قابلیت بازاریابی و نواوری در شرکت های کوچک و متوسط (SME) (مورد مطالعه: شرکت های واقع در شهرک صنعتی تهران) | مریم رحمت الهی | استاد راهنما |
| ۱۰۸ | 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) | محسن محمودی | استاد راهنما |
| ۱۰۹ | بررسی تاثیر ترجیحات رنگ بر ترجیح محصول با تاکید بر نقش تعدیل گری عوامل جمعیت شناختی | طاهره رحمانی | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | (مورد مطالعه: خریداران کفش ورزشی) | | |
| ۱۱۰ | بررسی تاثیر عناصر طراحی تبلیغات بر مقاصد رفتاری با میانجیگری ارزش درک شده مشتریان ( مشتریان بستنی میهن (موردمطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز) | فرزانه روشن | استاد راهنما |
| ۱۱۱ | 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) | زهره ناصری اشترانی | استاد راهنما |
| ۱۱۲ | تاثیر نگرش های آرمان گرایی و خودگرایی بر استفده از بازاریابی ویروسی با اثر میانجی ادراک بازاریابی غیراخلاقی (مورد مطالعه: مصرف کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی سینره در سطح تهران) | سارا فیروزی | استاد راهنما |
| ۱۱۳ | بررسی نقش ساختار بازار، سیاستهای تنظیم بازار و قیمت کالاهای جایگزین بر سیاستهای قیمت گذاری (مورد مطالعه: بازار برنج ایران) | یسری جعفریان | استاد راهنما |
| ۱۱۴ | 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) | مریم خاکسار | استاد راهنما |
| ۱۱۵ | بررسی تاثیر خدمات وب بر وفاداری مشتریان با درنظر گرفتن متغیرهای میانجی ارزش ادراکی و دانش مشتری | زهرا احمدی | استاد راهنما |
| ۱۱۶ | 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) | حیمد قاسمی | استاد راهنما |
| ۱۱۷ | بررسی و دسته بندی عوامل موثر بر اثربخشی شعار برند (مورد مطالعه: بانک ملی ایران و بانک سامان در سطح شهر مشهد) | مهدی رحیمی | استاد راهنما |
| ۱۱۸ | بررسی موانع توسعه گردشگری راه ابریشم: مطالعه موردی محور سمنان _ تهران | ویدا چراغی | استاد راهنما |
| ۱۱۹ | 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) | احمد کاظمی | استاد راهنما |
| ۱۲۰ | تاثیر بازاریابی رابطه مند بر رضایت و وفاداری مشتریان و ارزش برند | محمدرضا طحان ناساری | استاد راهنما |
| ۱۲۱ | بررسی تأثیر رهبری خدمتگذار بر فرهنگ سازمانی: مطالعه موردی کارکنان بانک ملت شهر تهران | حسین صفری | استاد راهنما |
| ۱۲۲ | 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 (موردمطالعه: مصرف کنندگان محصولات گلرنگ شهر تهران) | زهراالسادات جعفری نیک | استاد راهنما |
| ۱۲۳ | 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) | میلاد نیک پور | استاد راهنما |
| ۱۲۴ | بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در خرید الکترومیکی با میانجیگری اعتماد و رضایتمندی (مورد مطالعه: محصولات آموزشی) | کاوه زرین فر | استاد راهنما |
| ۱۲۵ | بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات الکترونیک و نیات رفتاری مشتریان (مورد مطالعه: شعب بانک مهر اقتصاد استان سمنان) | غزال سعدالدین | استاد راهنما |
| ۱۲۶ | بررسی تأثیر ابعاد ارزشی بازاریابی رابطه‌مند بر وفاداری مشتری (شرکت سهامی بیمه ایران در شهر تهران) | بنفشه فتوت | استاد راهنما |
| ۱۲۷ | بررسی ارتباط بین کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی و وفاداری مشتریان | محبوبه بابانژاد ملکشاه | استاد راهنما |
| ۱۲۸ | بررسی تأثیر آموزش بر قصد کارآفرینانه (مطالعه موردی: دانشگاه فنی و حرفه‌ای شیراز) | مرضیه پیروزمند | استاد راهنما |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۱۲۹ | بررسی ارتباط بین دانش کارآفرینانه و هویت مکانی در عملکرد کارآفرینان گردشگری (مطالعه موردی: مدیران آژانسهای مسافرتی شهر مشهد) | شیوا چشمی | استاد راهنما |
| ۱۳۰ | بررسی رابطه بین تبادل مدیر و کارمند حسادت کارمند و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان | یوسف خلیفه | استاد راهنما |
| ۱۳۱ | بررسی تاثیر ویژگی‌های سازمان یادگیرنده بر اثربخشی برنامه‌ریزی استراتژیک (مطالعه موردی: دانشگاه دامغان و دانشگاه آزاد اسلامی دامغان) | حسین سجادی | استاد راهنما |
| ۱۳۲ | بررسی بهبود اثربخشی تبلیغات تجاری با درنظرگرفتن تیپ شخصیتی افراد بر اساس شاخص نمای شخصیتی مایرز بریگز (MBTI) (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سمنان) | مهدی سجادی | استاد راهنما |
| ۱۳۳ | بررسی عوامل موثر بر گرایش مشتریان در استفاده از سیستم رزرو اینترنتی (مطالعه موردی: هتل‌های شهرستان شیراز) | نگین معصومی | استاد راهنما |
| ۱۳۴ | بررسی عوامل موثر بر خرید رایانه قابل حمل (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های سمنان) | سعید حسین آبادی فراهانی | استاد راهنما |
| ۱۳۵ | بررسی عوامل موثر بر واکنش رفتاری مصرف کنندگان به پیامک‌های تبلیغاتی | بیتا محمدزاده نیاکی | استاد راهنما |
| ۱۳۶ | بررسی رابطه بین تبادل مدیر و کارمند حسادت کارمند و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان | یوسف خلیفه | استاد راهنما |
| ۱۳۷ | بررسی عوامل موثر بر گرایش به خرید الکترونیکی کتاب و نرم افزار (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های شهر سمنان) | سلمان کرمی | استاد راهنما |
| ۱۳۸ | ارزیابی میزان اثربخشی استراتژی برون سپاری در شرکت مخابرات (مطالعه موردی شرکت مخابرات شهرستان سمنان) | سیده راضیه موسوی چاشمی | استاد راهنما |
| ۱۳۹ | بررسی عوامل موثر بر انطباق مشتریان با کانال‌های بانکداری (مطالعه موردی: مشتریان بانک تجارت شهرستان سمنان) | رضا آقایی | استاد راهنما |
| ۱۴۰ | بررسی ادراک کارکنان از عدالت در بروز رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی (مطالعه موردی بیمه‌های ایران و البرز) | نینا پورابراهیمی | استاد راهنما |
| ۱۴۱ | بررسی تأثیر تصویر ذهنی کشور مبدأ بر شکل گیری ارزش ویژه نام تجاری از دیدگاه مصرف کنندگان (مورد مطالعه: لپ تاپ و گوشی تلفن همراه) | هادی مرادی | استاد راهنما |
| ۱۴۲ | 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) | مهدی ایلیکایی | استاد راهنما |
| ۱۴۳ | تدوین استراتژی رقابتی برای محصولات منتخب شرکت کندر بر اساس مدل ADL | الهام افضلی | استاد راهنما |
| ۱۴۴ | بررسی و تعیین عوامل موثر بر تصمیم خرید مشترکین ایرانسلی بر اساس آمیخته بازاریابی و اولویت بندی آن‌ها با استفاده از روش AHP | امیررضا بنددار | استاد راهنما |
| ۱۴۵ | 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 | محسن قربانلو | استاد راهنما |
| ۱۴۶ | بررسی امکان پذیری پیاده سازی و طراحی و ارائه نظام جانشین پروری (مطالعه موردی: بانک پاسارگاد) | مونا رسولی | استاد راهنما |
| ۱۴۷ | ارائه الگوی غرقگی در کار آموزشی مبتنی بر تفاوت های فردی (مورد مطالعه: آموزش و پرورش شهر اصفهان) | رحمت اله رضائی حسین آبادی | استاد مشاور |
| ۱۴۸ | برندسازی پایدار بنگاه به بنگاه مبتنی بر پایداری استراتژیک (مورد مطالعه: بنادر ایران) | سیما علی پور | استاد مشاور |
| ۱۴۹ | تبیین قابلیتهای بازاریابی مبتنی بر تغییرات اقلیمی: بررسی اکتشافی شرکتهای B2B | سیده مریم اصغری نجیب | استاد مشاور |
| ۱۵۰ | تدوین استراتژی های ورود به بازارهای بین المللی مبتنی بر پارادایم رایانش ابری | سمیه زنگیان | استاد مشاور |

| | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| ۱۵۱ | آینده نگاری توسعه صادرات داروهای نوفنآورانه در افق ایران ۱۴۰۴ | مظفر ناصری طاهری | استاد مشاور |
| ۱۵۲ | طراحی مدل همراستایی ابزارهای بازاریابی رسانه های اجتماعی با در نظر گرفتن ارزش های فرهنگ ملی | معین کلوشانی | استاد مشاور |
| ۱۵۳ | طراحی برند ملی در حوزه صاحبان استعدادهای برتر و نخبگان عرصه علم و فناوری | زهره شرعی | استاد مشاور |
| ۱۵۴ | مدل رفتار معنوی در سازمان‌های رسانه‌ای | بنفشه فتوت | استاد مشاور |
| ۱۵۵ | تدوین مدل بین المللی سازی بنگاه های دانش بنیان فناوری اطلاعات و ارتباطات ایرانی | احسان سوری | استاد مشاور |
| ۱۵۶ | معماری فرایند مدیریت استراتژیک استعداد در بنیاد ملی نخبگان: رویگردی نگاشت شناختی | بهنام گلشاهی | استاد مشاور |
| ۱۵۷ | طراحی الگوهای ارزیابی و پیش بینی افول برند به منظور برند سازی مجدد (بازآفرینی برند) | امین کهیاری حقیقت | استاد مشاور |
| ۱۵۸ | ارائه الگو هویت برند ملی صادراتی ایران | محمدمهدی ایزدخواه | استاد مشاور |
| ۱۵۹ | طراحی و تبیین مدل راهبردی رقابت پذیری برند برای ورود به بازارهای بین المللی (مورد مطالعه: صنایع غذایی کشور) | مهدی دهقانی سلطانی | استاد مشاور |
| ۱۶۰ | تدوین استراتژی های تبلیغات در مسیر برندسازی سازمان حوزه هنری انقلاب اسلامی ایران | علی عرب | استاد مشاور |
| ۱۶۱ | بررسی تاثیر نظام رتبه بندی بر عملکرد معلمان با تعدیل گری ادراک از تورم | رضا صمدی | استاد مشاور |
| ۱۶۲ | شناسایی و اولویت بندی زیر ساخت های لازم جهت پیاده سازی مدیریت ارتباط با مشتریان در شرکت ریخته گری دقیق پارس | آذر دشتبانی | استاد مشاور |
| ۱۶۳ | شناسایی عوامل موثر بر تجاری سازی هوش مصنوعی در صنایع فین تک | سلمان فقانی | استاد مشاور |
| ۱۶۴ | اثر بلوغ سازمانی- اطلاعاتی- منابع انسانی بر ادراک نسبت به کارآمدی هوش مصنوعی در مدیریت منابع انسانی | مهسا صدرجهانی | استاد مشاور |
| ۱۶۵ | بررسی تاثیر مولفه های تجارت اجتماعی بر عملکرد مالی (مطالعه موردی: دیجی کالا) | زهرا اسمعیلی شهمیرزادی | استاد مشاور |
| ۱۶۶ | تأثیر فناوری بلاکچین بر عملکرد روابط زنجیره تامین با میانجی گری یکپارچه سازی زنجیره تامین (مورد مطالعه : صنایع پخش دارو) | محدثه جعفری | استاد مشاور |
| ۱۶۷ | بررسی تاثیر اعتبار منبع توصیه کننده بر قصد خرید مصرف کنندگان با نقش تعدیلگری سلبریتی سنتی و سلبریتی اینستاگرامی | حسنعلی وطنی | استاد مشاور |
| ۱۶۸ | شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر دلبستگی سازمانی کارکنان شرکت های خدماتی خصوصی شهر تهران | سوسن سیمائی | استاد مشاور |
| ۱۶۹ | 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) | علی بهراد | استاد مشاور |
| ۱۷۰ | بکارگیری رویکرد تحلیل پوششی داده های پنجره ای بمنظور سنجش کارایی بانک های دولتی بر اساس شاخص های بانکداری الکترونیک | مرضیه گیلوری | استاد مشاور |
| ۱۷۱ | بررسی تاثیر حمایت اجتماعی و کیفیت رابطه بر وفاداری مشتری با میانجی گری هم آفرینی ارزش (مورد مطالعه: اسنپ فود) | فایزه صمدیان | استاد مشاور |
| ۱۷۲ | طراحی الگوی ارزیابی عملکرد با بهره گیری از مدل کارت امتیازی متوازن (BSC) مطالعه موردی: ستاد امر به معروف و نهی از منکر اصفهان | روح ا... عباسیان جزی | استاد مشاور |
| ۱۷۳ | شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت فعالیت های برون سپاری خدمات نگهداری و تعمیرات با استفاده از رویکرد فازی (مورد مطالعه دانشگاه سمنان) | نسرین رهائی | استاد مشاور |
| ۱۷۴ | بررسی تاثیر سیستم مدیریت مشتری محور، نوآوری و قابلیت های مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی بر | نفیسه السادات طاهری | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | عملکرد سازمان: نقش میانجی مشارکت مشتری و تعدیلگری کاربرد رسانه اجتماعی (مورد مطالعه: بانک ملت شهرستان سمنان) | | |
| ۱۷۵ | بررسی اثر DNA نام تجاری در بازاریابی تعاملی در صنعت گردشگری با استفاده از مدل منشور هویت برند (مورد مطالعه :هتل کاملیا سبزوار) | سهراب صادقی | استاد مشاور |
| ۱۷۶ | نوع شناسی روش های بازی پردازی در کشور و اولویت بندی انگیزه های مصرف کنندگان در استقبال از هر یک از آن ها | محمد رضاپور | استاد مشاور |
| ۱۷۷ | 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 بین شهری مسافت های طولانی) | امیر خالدی | استاد مشاور |
| ۱۷۸ | ارزیابی و انتخاب مناسب ترین روش قیمت گذاری دانش فنی ( مطالعه موردی شرکت سامفر) | فرشته ایرانپور | استاد مشاور |
| ۱۷۹ | 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) | مینا عبداله زاده کرم | استاد مشاور |
| ۱۸۰ | شناسایی ویژگی ها و الزامات سازمان اخلاقی (مورد مطالعه: واحد صنعتی هاکوپیان) | ناتاشا خورسندی قراتپه | استاد مشاور |
| ۱۸۱ | بررسی تاثیر برچسب زنی در بسته بندی محصولات بر تصمیم خرید مصرف کننده با درنظر گرفتن نقش تعدیل گری حساسیت به قیمت و میانجیگری نگرش مصرف کننده (مورد مطالعه :مصرف کنندگان محصولات غذایی) | سمانه دستورانی | استاد مشاور |
| ۱۸۲ | شناسایی معیارها و رتبه بندی صنایع منتخب بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از روش تاپسیس فازی | مرتضی حمیدی | استاد مشاور |
| ۱۸۳ | رتبه بندی معیارهای CAMEL در ارزیابی عملکرد بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به روش AHP فازی و TOPSIS | امید طاهریان | استاد مشاور |
| ۱۸۴ | تاثیر آمیخته بازاریابی خدمات بر اعتماد مشتریان (مورد مطالعه: آژانس های تبلیغاتی شهر تهران) | کیاندخت صالح | استاد مشاور |
| ۱۸۵ | تاثیرهوش معنوی بر رهبری اخلاقی با میانجی گری روانشناسی مثبت گرا و تعدیل گری گروه خونی (مطالعه موردی: مدیران مدارس شهر کرمان) | مصطفی حیدری | استاد مشاور |
| ۱۸۶ | بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر رتبه CAMEL بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران | علیرضا مرادی | استاد مشاور |
| ۱۸۷ | تاثیر جو فروشگاه و سهولت دریافت خدمات بر رفتار خرید مجدد با میانجیگری رضایت مصرف کننده در فروشگاههای خرده فروشی زنجیره ای | آیدا بهرامی | استاد مشاور |
| ۱۸۸ | بررسی تاثیر فرهنگ فروش بر تمایلات رفتاری مشتریان با توجه به نقش میانجی بازاریابی کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت صنایع لاستیک بارز کرمان) | امیرمحمد طهماسبی ارشلو | استاد مشاور |
| ۱۸۹ | جایگاه یابی برندهای لوازم خانگی با استفاده از تکنیک نقشه ادراکی (مورد مطالعه: برندهای منتخب صنعت لوازم خانگی) | حسین فضلی | استاد مشاور |
| ۱۹۰ | مقایسه ی بازدهی روش های مبتنی بر نوسان گرهای تحلیل تکنیکال در پیش بینی روند شاخص قیمت بورس اوراق بهادار تهران | علیرضا یاری پور فومنی | استاد مشاور |
| ۱۹۱ | 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) | مهسا بهمنی | استاد مشاور |
| ۱۹۲ | 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 | هانیه کاظمی سلمانی | استاد مشاور |
| ۱۹۳ | شناسایی و رتبه بندی موانع ورود محصولات نوین کارخانجات گچ سمنان به بازارهای بین المللی | هادی قزوینی | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۱۹۴ | شناسایی و اولویت بندی عوامل ساختاری موثر در تعیین اجاره بهای مسکن در شهر شاهرود | سمیرا مرتضوی | استاد مشاور |
| ۱۹۵ | بررسی تطبیقی بسته بندی محصولات کشاورزی داخلی با نمونه های خارجی با تاکید بر نیازهای مصرف کننده (مورد مطالعه: محصول پسته) | حسن دره کردی | استاد مشاور |
| ۱۹۶ | تاثیر فراموشی سازمانی بر یادگیری و نوآوری سازمانی کارکنان بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران | مجید عسگری | استاد مشاور |
| ۱۹۷ | 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) | علی نصرآبادی | استاد مشاور |
| ۱۹۸ | بررسی تاثیر فرهنگ برند ، شخصیت برندو خود انگاره برند بر هویت برند از دیدگاه صاحبان برند (مورد مطالعه: صنعت فست فود در شهر قزوین) | مصطفی بالدران | استاد مشاور |
| ۱۹۹ | 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 | شیده آذری نژاد | استاد مشاور |
| ۲۰۰ | 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) | یگانه محسن زاده | استاد مشاور |
| ۲۰۱ | طراحی مدلی برای ارزیابی و اولویت بندی ریسک های منابع انسانی و اقدامات استراتژیک منابع انسانی متناظر با استفاده از روش تاپسیس | پروین امیری | استاد مشاور |
| ۲۰۲ | بخش بندی تامین کنندگان با به کارگیری روش تاپسیس فازی در شرکت سامفر | رحمان توکلی نافچی | استاد مشاور |
| ۲۰۳ | بررسی موانع توسعه فرنچایزینگ (اعطای حق امتیاز) در ایران (مورد مطالعه: غذاهای آماده و رستورانی) | طیبه السادات ضیائی | استاد مشاور |
| ۲۰۴ | کاربرد QFD در بهبود ارتباط صنعت و دانشگاه (مورد مطالعه: شرکت برق منطقه ای خراسان) | علی اسکندرزاده | استاد مشاور |
| ۲۰۵ | 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 | حدیثه کلانتری | استاد مشاور |
| ۲۰۶ | بررسی رابطه سبک شخصیتی (مایرز بریگز)و چاپلوسی کارکنان (مورد مطالعه: دانشگاه علوم پزشکی سمنان) | فاطمه دیهیم فر | استاد مشاور |
| ۲۰۷ | رتبه بندی ریسک های موجود در زنجیره تامین برای دستیابی به تولید در کلاس جهانی با استفده از روشهای تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شرکت تراکتور سازی تبریز) | سمیرا اصل نژاد | استاد مشاور |
| ۲۰۸ | 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 | مینا برهانی | استاد مشاور |
| ۲۰۹ | ارائه مدلی استراتژیک برای بین المللی شدن و ورود صنعت نانوی ایران به بازار جهانی | جعفر ضامنی خجسته | استاد مشاور |
| ۲۱۰ | 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 | زاهده حاجیلو | استاد مشاور |
| ۲۱۱ | بررسی تاثیر استراتژی‌های چابکی سازمانی و چابکی زنجیره تامین بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه: شرکت کاله) | سحر حسینی بالایی | استاد مشاور |
| ۲۱۲ | 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) | مجید پارسا | استاد مشاور |
| ۲۱۳ | رتبه بندی ریسک های موجود در زنجیره تامین برای دستیابی به تولید در کلاس جهانی با استفده از روش‌های تصمیم گیری چند معیاره (مورد مطالعه: شرکت تراکتور سازی تبریز) | سمیرا اصل نژاد | استاد مشاور |
| ۲۱۴ | ارائه چارچوبی مفهومی برای عوامل موثر بر پذیرش سیستم های یادگیری الکترونیکی در شرکت ملی گاز | علی روزبهانی | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ایران با تکیه بر مدل پذیرش فناوری و نظریه عمل مستدل | | |
| ۲۱۵ | 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) | حمید زیدآبادی | استاد مشاور |
| ۲۱۶ | 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) | میلاد صادقی گوغری | استاد مشاور |
| ۲۱۷ | انتخاب بهترین استراتژی های نگهداری و تعمیرات با استفاده از روش های تصمیم گیری چند معیاره (MCDM) در صنعت نفت | حبیب فرج پور خاناپشتانی | استاد مشاور |
| ۲۱۸ | 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 | لیلا زمانی خانکهدانی | استاد مشاور |
| ۲۱۹ | 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 | سارا گنجوئی | استاد مشاور |
| ۲۲۰ | 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) | مرتضی خیرالدین قدیرآبادی | استاد مشاور |
| ۲۲۱ | 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 حلوای عقاب) | شیما حمیدی نسب | استاد مشاور |
| ۲۲۲ | بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی در بهبود عملکرد مالی با میانجیگری تسهیم دانش (مورد مطالعه: شعب بانک تجارت شهرستان کرج ) | عباس ابراهیم پور | استاد مشاور |
| ۲۲۳ | بررسی تبعیت از بتا در بورس اوراق بهادار تهران با رویکرد مبتنی بر تمایلات سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران | ادریس بادیدست | استاد مشاور |
| ۲۲۴ | شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر هوش استراتژیک در صنعت خودروسازی (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو) | صبا ملکی | استاد مشاور |
| ۲۲۵ | بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر کارآمدی نیروی انسانی با متغیر میانجی فرآیند خلق دانش در شعب شهر تهران، کانون زبان ایران | فروغ الزمان زرکار | استاد مشاور |
| ۲۲۶ | بررسی تاثیر دانش مصرف کننده بر وفاداری مصرف کننده با در نظر گرفتن متغیر میانجی تعمیم برند (مورد مطالعه: محصولات سامسونگ) | محمدمهدی چوبینه | استاد مشاور |
| ۲۲۷ | 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 | بیژن رضایی | استاد مشاور |
| ۲۲۸ | تاثیر تبلیغات از طریق پیام کوتاه بر قصد خرید در صنعت بیمه با در نظر گرفتن نقش ارزش ویژه نام تجاری | محبوبه اسدزاده | استاد مشاور |
| ۲۲۹ | بررسی تاثیر لوگوی برند (علامت تجاری) بر پاسخ مصرف کننده با درنظرگرفتن 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) | صدیقه رمضانی | استاد مشاور |
| ۲۳۰ | استفاده از QFD فازی جهت بهبود محصولات لبنی( شرکت صنایع شیر ایران پگاه) با اتکا بر راه کارهای مدیریت دانش | مهرسا طاهری مشهدی | استاد مشاور |
| ۲۳۱ | تاثیر بازاریابی استراتژیک بر مزیت رقابتی و عملکرد بازار با اثر میانجی قدرت برند (مورد مطالعه: مدیران | فهیمه نبی حسن آباد | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | شرکت های کوچک و متوسط شهرک صنعتی توس مشهد) | | |
| ۲۳۲ | بررسی نقش اعتماد و تعهد میان تولیدکننده و توزیع کننده بر عملکرد تجاری تولید کننـده بـا اثـر میـانجی رضایت و وفاداری توزیع کننده (مطالعه موردی در میان شرکت های بزرگ صنایع غذایی) | زینب کریم نیا | استاد مشاور |
| ۲۳۳ | شناسایی و رتبه بندی اقدامات استراتژیک به منظور برآورده شدن نیـاز مشـتریان بـا رویکـرد QFD فـازی (مورد مطالعه شرکت چینی ایران) | میلاد مسکین | استاد مشاور |
| ۲۳۴ | تاثیر مدیریت امنیت اطلاعات و یکپارچگی فرآیندها بر چابکی زنجیره تامین (مورد مطالعه: صنعت سیمان) | محمدحسن کشاورز | استاد مشاور |
| ۲۳۵ | ارائه چارچوبی برای ارزیابی سیستم های اطلاعـات بیمارسـتان (مـورد مطالعـه : بیمارسـتان هـای آموزشـی استان قزوین) | نرجس نقی پور | استاد مشاور |
| ۲۳۶ | بررسی نقش فرزندان برخرید والدین درخریدکالاهای کم دوام (مواد غذایی) وکالاهـای بـا دوام (لـوازم خانگی ) (مطالعه موردی : خانوارهای شهرستان سمنان) | فرحناز قوشچیان | استاد مشاور |
| ۲۳۷ | بررسی نقش آمیخته بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری کاشان | زهره شکرائیان | استاد مشاور |
| ۲۳۸ | بررسی تأثیر هوش فرهنگی، هوش معنوی و هوش هیجانی بر عملکرد شغلی مـدیران مهمـان‌نـوازی (مـورد مطالعه: شهر مقدس مشهد) | زهرا خزاعی | استاد مشاور |
| ۲۳۹ | بررسی رابطه بین تسهیم دانش فرآیند توسعه یکپارچه محصول جدید با رضایت مشترین بـا میـانجی گـری موفقیت توسعه محصول جدید و مشکلات طراحی محصول جدید (مورد مطالعه: شرکت تولیدی خـودرو سایپا) | سمیه آقایان | استاد مشاور |
| ۲۴۰ | بررسی تاثیر ریسک سیاسی بر عملکرد مالی شرکت ها (مطالعـه مـوردی : شـرکت هـای پذیرفتـه شـده در بورس اوراق بهادار تهران) | حمیدرضا پروازی شندی | استاد مشاور |
| ۲۴۱ | بررسی تاثیر تخصیص منابع (تسهیلات اعطایی) بر تجهیز منابع مالی در شعب بانک ملت استان سمنان | سودابه عبداللهی | استاد مشاور |
| ۲۴۲ | بررسی تاثیر جوامع برند متاثر از رسانه های اجتماعی بر خط بر وفاداری به برند با اثر میانجی اعتماد به برنـد و متغیرهای مشتری محوری در رسانه های اجتماعی | صابر حاجی رحیمی | استاد مشاور |
| ۲۴۳ | رابطه بین مزیت های ویژه شرکت و ویژگی های تصمیم گیرنده با تمایل به صادرات با اثر تعدیل کنندگی حمایت های دولت از صادرات (مورد مطالعه: شرکت های شهرک صنعتی شهر ارومیه) | سامان حسین زاده | استاد مشاور |
| ۲۴۴ | بررسی تاثیر ویژگی های شبکه اجتماعی بر خط بر مقاصد رفتاری بـا تاکیـد ویـژه بـر تمایـل بـه اسـتفاده از شبکه های اجتماعی بر خط و ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: استفاده کنندگان از لپ تاپ که عضو شـبکه مجازی کلوب) | محبوبه سادات عمادی | استاد مشاور |
| ۲۴۵ | شناسایی و تحلیل عوامل موثر تأثیرگذار (بازدارنده و پیش برنده) در ایجاد فضای مناسـب کسـب و کـار و ارائه راهکار در حوزه صنایع کوچک | ناصر اله وردی زاده | استاد مشاور |
| ۲۴۶ | نگرش دانشجویان دوره کارشناسی رشته مدیریت جهانگردی دانشگاه‌های منتخـب ایـران نسـبت بـه شـغل آینده خود در صنعت جهانگردی | مجید یاوری | استاد مشاور |
| ۲۴۷ | شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر انتشار فناوری در سطح خوشه‌های صنعتی (مطالعه موردی: پـروژه-های توسعه خوشه‌ای مورد حمایت سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران) | مهدی روح الهی | استاد مشاور |
| ۲۴۸ | بررسی علل ناکارآمدی پاداش‌های بیرونی پرداخت شده به کارکنان از منظر آنان (مطالعـه مـوردی: شـعب بانک ملی شهرستان مشهد) | هستی مزینانی | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ۲۴۹ | بررسی عوامل اثر گذار بر خرید برند های لوکس در مصرف کنندگان ایرانی (مورد مطالعه: صنعت پوشاک) | علی رخیده | استاد مشاور |
| ۲۵۰ | بررسی تأثیر ریسک سیاسی بر عملکرد مالی شرکت ها؛ مطالعه موردی: شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران | حمیدرضا پروازی شندی | استاد مشاور |
| ۲۵۱ | بررسی تأثیرتسهیلات اعطایی، نرخ سودپرداختی و هزینه تبلیغات برجذب منابع مالی (مطالعه موردی شعب بانک سپه استان سمنان) | سودابه عبدالهی | استاد مشاور |
| ۲۵۲ | پیش بینی تقاضای محصول با استفاده از روش رگرسیون بردار پشتیبان (مطالعه موردی: کاشی ایرانا) | مصطفی رضائی | استاد مشاور |
| ۲۵۳ | بررسی و شناسایی عوامل موثر بر آموزش کارکنان در سازمان‌های پروژه محور و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان | شاهین جاوید میلانی | استاد مشاور |
| ۲۵۴ | مطالعه تأثیر ابعاد جریان دانش بر رضایتمندی مشتری، مطالعه موردی شرکت تدوین فرآیند تولید کننده نرم افزار | جلال احسانی راد | استاد مشاور |
| ۲۵۵ | بررسی عوامل موثر بر انتخاب استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی توسط شرکت‌های ایرانی | مهرداد فلاح اوریمی | استاد مشاور |
| ۲۵۶ | شناسایی و اولویت بندی عوامل معنویت در محیط کار (مطالعه موردی: اداره کل نگهداری واگن‌های مسافری شرکت رجا) | سید آرمین حسینی | استاد مشاور |
| ۲۵۷ | مقاومت در مقابل تغییرات در شرکت رجا | محمد متقی پور | استاد مشاور |
| ۲۵۸ | 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 | استاد مشاور |
| ۲۵۹ | بررسی عوامل تأثیر گذار بر مقاومت مشتریان در برابر پذیرش نوآوری (مطالعه موردی: گوشی‌های تلفن همراه) | امیر حسین قهرمانی | استاد مشاور |
| ۲۶۰ | امکان سنجی استفاده از مدل ارزش در معرض ریسک در بورس اوراق بهادار تهران (مطالعه موردی: صنعت کانه فلزی) | لیلا دلاوری مرغزار | استاد مشاور |
| ۲۶۱ | بررسی رابطه بین برخورداری از پوشش بیمه عمر و سرمایه گذاری با تعهد سازمانی و رضایت شغلی کارکنان بانک ملت | سید محمد حسینی پور | استاد مشاور |
| ۲۶۲ | ارزیابی کیفیت خدمات واحد تور در دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی مشهد | ساره بابایان | استاد مشاور |
| ۲۶۳ | بررسی تاثیر امنیت ادراک شده بر اعتماد بانکداری اینترنتی، ریسک ادراک شده و پذیرش بانکداری آنلاین (مطالعه موردی: مشتریان بانک صادرات سمنان) | محمدعلی سیاه سرانی کجوری | استاد مشاور |
| ۲۶۴ | شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت دانش در شرکت روغن کشی خرمشهر | میثم رادمهر | استاد مشاور |
| ۲۶۷ | بررسی اثر تصویر فروشگاه بر قصد خرید (مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه های پاتن جامه تهران) | صادق میرابراهیمی | استاد مشاور |
| ۲۶۸ | بررسی رابطه میان هوش معنوی، عدالت سازمانی، رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان بانک ملت استان مازندران) | سیدمهدی موسوی داودی | استاد مشاور |
| ۲۶۹ | بررسی مقایسه‌ای میزان اصول تفکر استراتژیک در افراد کارآفرین و غیر کارآفرین (کارآفرینان و کارمندان سازمان‌های دولتی تهران) | سام حشمتی | استاد مشاور |
| ۲۷۰ | بررسی رابطه مدیریت دانش و تکنولوژی اطلاعات با میانجی گری توانمندسازی در شرکت ملی حفاری ایران | فرناز روزبان | استاد مشاور |
| ۲۷۱ | ارزیابی مقایسه ای دو سازمان خدماتی بر اساس شاخص های بهره وری (بندر شهید رجایی و بندر امام | فاطمه اسفندیاری | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | خمینی) | | |
| ۲۷۲ | بررسی رابطه میان کیفیت خدمات، ارزش ادراک شده، رضایت مشتری و وفاداری از منظر مشترکین ایرانسل (مطالعه موردی استان آذربایجان غربی) | صفر احمدزاده | استاد مشاور |
| ۲۷۳ | بررسی رابطه بین ارزش‌های فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملت) | کیوان سلطانی | استاد مشاور |
| ۲۷۴ | بررسی رابطه بین سبک شخصیت ۵ عاملی، رضایت شغلی و تعهد سازمانی (مطالعه موردی: بانک ملت) | رضوان شریف زاده | استاد مشاور |
| ۲۷۵ | بررسی رابطه هوش معنوی و رهبری خدمتگزار (مطالعه موردی کارکنان بانک شهر) | ندا سراج | استاد مشاور |
| ۲۷۶ | بررسی تاثیر کارآفرینی بر میزان آمادگی ورود به کسب و کار | زهرا کماسی | استاد مشاور |
| ۲۷۷ | بررسی تأثیر عوامل جمعیت شناختی (جنسیت، تحصیلات، سن، درآمد) بر فرآیند تصمیم گیری خرید (مورد مطالعه: بازار خودرو استان سمنان) | حسین اصغری | استاد مشاور |
| ۲۷۸ | بررسی رابطه بین مدیریت سود و عملکرد بلند مدت عرضه های اولیه سهام عادی در هریک از صنایع موجود در بورس اوراق بهادار تهران | فاطمه امیری | استاد مشاور |
| ۲۷۹ | رتبه بندی موسسات آموزش عالی استان های غرب کشور با استفاده از شاخص های پژوهشی آموزشی و محیطی | مریم قادری شیخی آبادی | استاد مشاور |
| ۲۸۰ | بررسی و شناسایی عوامل تاثیر گذار بر توانمندسازی کارکنان | میترا محمودیان | استاد مشاور |
| ۲۸۱ | بررسی نقش اعتماد در تمایل به خرید اینترنتی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های تهران) | عیسی رضازاده | استاد مشاور |
| ۲۸۲ | سنجش آمادگی در زمینه پذیرش و استفاده از مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی (e-CRM) (مورد کاوی بانک توسعه تعاون) | رسول صادقی | استاد مشاور |
| ۲۸۳ | رابطه بین شخصیت و رضایت از زندگی زنان شاغل با در نظر گرفتن رضایت شغلی به عنوان متغیر میانجی | فاطمه جعفری | استاد مشاور |
| ۲۸۴ | بررسی اثر جذابیت طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان در صنعت بسته بندی دستمال کاغذی | فاطمه اشرفی | استاد مشاور |
| ۲۸۵ | بررسی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از خدمات پایانه فروشگاهی در بانکداری الکترونیکی (بررسی موردی فروشگاه‌های پوشاک و مواد غذایی) | مظاهر گلزاده | استاد مشاور |
| ۲۸۶ | برآورد نرخ بازده مورد انتظار بر اساس مدل CAPM و مقایسه آن با نرخ بازده بازار با استفاده از بتای سنتی و بتای نامطلوب | علی اسعدی | استاد مشاور |
| ۲۸۷ | 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) | هومن هرمزی | استاد مشاور |
| ۲۸۸ | بررسی اثربخشی پیاده‌سازی سیستم مدیریت کیفیت بر اساس استاندارد ISO9001 با استفاده از مدل کارت امتیازی متوازن (Balanced Scorecard) (مطالعه موردی: شرکت تولیدی صنعتی البرز) | مسعود تقی ملا | استاد مشاور |
| ۲۸۹ | بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های کوچک و متوسط (شرکت‌های کوچک و متوسط شهرک صنعتی سمنان) | بهاره کریمی | استاد مشاور |
| ۲۹۰ | تدوین استراتژی‌های بازاریابی بیمه‌های عمر و سرمایه گذاری در ایران با استفاده از مدل 4p و 4c بازاریابی (مطالعه موردی بیمه کارآفرین) | مرضیه صابری شکیب | استاد مشاور |
| ۲۹۱ | بررسی میزان موفقیت پیاده سازی CRM در بانک ملت با استفاده از مدل اولویت عوامل | رامین نیک اقبال زاده | استاد مشاور |
| ۲۹۲ | بررسی اثرات انطباق شخصیت فرد با ویژگی‌های نمادین نام تجاری (تطابق تصویر شخصی) بر وفاداری به نام تجاری (مشتریان شرکت خودروسازی سایپا) | صهبا هنرور | استاد مشاور |
| ۲۹۳ | تعیین تلورانس قابل قبول کیفیت خدمات شرکت قطارهای مسافری رجا با استفاده از مدل سروکوال بهبود | سیدمجتبی زرگر | استاد مشاور |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | یافته | | |
| ۲۹۴ | شناسایی و رتبه بندی معیارهای خرید مشتریان گوشی‌های همراه در تهران با استفاده از مدل‌های تصمیم گیری چند شاخصه (AHP, TOPSIS, ELECTRE) | مهدی لطف اللهی کلجاهی | استاد مشاور |
| ۲۹۵ | بررسی تأثیر بازاریابی دهان به دهان در صنعت خودرو (مشتریان شرکت ایران خودرو) | لیلا کشانی | استاد مشاور |
| ۲۹۶ | بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و وفاداری به فروشگاه بر اساس مدل سیواداس و پرویت (مورد: فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند در شهر تهران) | مهدی میرزایی فر | استاد مشاور |
| ۲۹۷ | بررسی و الویت بندی شاخص‌های ارزیابی عملکرد بانک پاسارگاد با استفاده از مدل کارت امتیازی متوازن و تحلیل سلسله مراتبی فازی | آناهیتا هاشم زاده همایونی | استاد مشاور |
| ۲۹۸ | بررسی مقایسه میزان تأثیر جاذبه‌های تبلیغات شرکت ایرانسل و همراه اول بر نگرش نسبت به نام و نشان تجاری (دانشجویان کاربر تلفن همراه در شهر شیراز) | مرضیه هاشمی | استاد مشاور |
| ۲۹۹ | 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 | استاد مشاور |
| ۳۰۰ | 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) | محمدمهدی چوبینه | استاد مشاور |
| ۳۰۱ | 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 | استاد مشاور |
| ۳۰۲ | بررسی نقش بکارگیری تجارت الکترونیک در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه با میانجی‌گری فرهنگ سازمانی کارآفرینانه از منظر کارکنان (مورد مطالعه: شرکت تولیدی و صنعتی عقاب افشان) | رسول قربانی جونقانی | استاد مشاور |
| ۳۰۳ | ارزیابی عملکرد با استفاده از کارت امتیازی متوازن (شرکت نصر آلومنیوم هزار) | سروش رضایی یزدی | استاد مشاور |
| ۳۰۴ | 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 | استاد مشاور |
| ۳۰۵ | بررسی عوامل موثر بر گرایش سهامداران بورس اوراق بهادار به یک شرکت کارگزاری خاص با تاکید بر عوامل آمیخته بازاریابی | فاطمه امیرجان | استاد مشاور |

*تالیف و ترجمه کتب و مقالات*

| ردیف | عنوان | ناشر | سال انتشار | تالیف یا ترجمه |
|---|---|---|---|---|
| ۱ | ورود دانش بنیانی به بازارهای جهانی | دانشگاه سمنان | ۱۴۰۴ | تالیف |
| ۲ | مدیریت بازاریابی سبز: نگرش کاربردی | دانشگاه سمنان | ۱۴۰۲ | تالیف |

*جوایز و افتخارات دانشگاهی*

| ردیف | عنوان | مرجع تایید کننده | سال |
|---|---|---|---|
| ۱ | پژوهشگر پراستناد ISC بر اساس نشریات ایرانی حوزه‌های علوم انسانی، علوم اجتماعی، هنر و معماری | پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) | ۱۴۰۴ |
| ۲ | پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری | ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان | ۱۴۰۴ |
| ۳ | پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری | ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان | ۱۴۰۲ |
| ۴ | 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 |
| ۵ | پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری | ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان | ۱۴۰۰ |
| ۶ | استاد نمونه آموزشی | معاون آموزشی دانشگاه سمنان | ۱۴۰۰ |
| ۷ | پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری | ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان | ۱۳۹۸ |
| ۸ | پژوهشگر برتر دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری | ریاست محترم دانشگاه سمنان و معاونت محترم پژوهشی و فناوری دانشگاه سمنان | ۱۳۹۶ |
| ۹ | پژوهشگر برتر استان سمنان در حوزه علوم انسانی | معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منابع انسانی استانداری | ۱۳۹۷ |