

## به نام خدا

### مشخصات فردی

فرشته منصوری مؤید

استادیار پایه ۵ دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس

تلفن: ۰۲۱-۸۲۸۸۵۰۲۷

فاکس: ۰۲۱-۸۲۸۸۵۰۲۷

آدرس: تهران، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد

آدرس پست الکترونیک: [f.mansouri@modares.ac.ir](mailto:f.mansouri@modares.ac.ir)

### سوابق تحصیلی

دیپلم: ریاضی- فیزیک، فارغ التحصیل خرداد ماه ۱۳۷۷ با معدل ۱۷/۸۰

لیسانس: مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبایی، فارغ التحصیل تیر ماه ۱۳۸۱

فوق لیسانس: مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، دانشگاه علامه طباطبایی، فارغ التحصیل آذر ماه

۱۳۸۳

دکتری: مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، دانشگاه علامه طباطبایی، فارغ التحصیل مهر ماه ۱۳۸۸

### سوابق آموزشی و دروس تدریس شده

- ✓ تدریس در مقطع دکتری دانشگاه تربیت مدرس
- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس
- ✓ تدریس در دوره DBA (دکترای معادل) دانشگاه خوارزمی
- ✓ تدریس در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی
- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه تهران
- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی
- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی مؤسسه آموزش، مطالعات و مشاوره سیاحتی گردشگران بنیاد

- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی دانشگاه جامع علمی کاربردی
- ✓ تدریس در مقطع کارشناسی دانشگاه پیام نور
- ✓ تدریس در موسسات آموزش عالی در مقاطع MBA و DBA
- ✓ برگزاری کارگاه آموزشی بازاریابی (اطلاعات، گردشگری، بانکداری، ...)
- ✓ برگزاری دوره اصول و مبانی مدیریت بازرگانی
- ✓ برگزاری کارگاه آموزشی مدیریت تغییر و تحول
- ✓ برگزاری کارگاه آموزشی فرهنگ سازمانی

#### دروس تدریس شده :

- ✓ مدیریت بحران (دکتری)
- ✓ مدیریت فروش و بازار (دکتری)
- ✓ استراتژی های بازار (DBA)
- ✓ مدیریت بازاریابی خدمات (کارشناسی ارشد)
- ✓ مدیریت صادرات و واردات (کارشناسی ارشد)
- ✓ اصول مذاکره و تنظیم قراردادها (کارشناسی ارشد)
- ✓ حقوق بازرگانی بین المللی (کارشناسی ارشد)
- ✓ مدیریت رفتار مصرف کننده (کارشناسی ارشد)
- ✓ رفتار سازمانی پیشرفته (کارشناسی ارشد)
- ✓ مدیریت منابع انسانی پیشرفته (کارشناسی ارشد)
- ✓ تئوری های مدیریت پیشرفته (کارشناسی ارشد)
- ✓ بازاریابی بین الملل گردشگری (کارشناسی ارشد)
- ✓ بازاریابی و تحقیقات بازار (کارشناسی ارشد)
- ✓ سمینار در مسائل بازاریابی (کارشناسی ارشد)
- ✓ بازاریابی صنعتی (کارشناسی ارشد)
- ✓ تئوری های مدیریت پیشرفته (کارشناسی ارشد)
- ✓ مدیریت بازاریابی و تبلیغات (کارشناسی)
- ✓ مدیریت ارتباط با مشتری (کارشناسی)
- ✓ رفتار سازمانی (کارشناسی)
- ✓ روش تحقیق (کارشناسی)
- ✓ پژوهش عملیاتی (کارشناسی)

## سوابق پژوهشی

### ۱- پایان نامه

عنوان رساله دکتری : تبیین الگوی هماهنگ راهبردهای آمیخته بازاریابی

استاد راهنما : آقای دکتر حسن قاسمی

اساتید مشاور : آقای دکتر سید محمد اعرابی ، آقای دکتر مقصود امیری

عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد : ارزشیابی اثربخشی آگهی های بازرگانی مربوط به خدمات بانکی بانک مسکن

استاد راهنما : آقای دکتر سید علی اکبر افجهء

استاد مشاور : آقای دکتر حمید زرغام

### ۲- مقالات علمی-پژوهشی (فارسی):

ردیف	عنوان مقاله	محل چاپ	سال چاپ
۱	امنیت انسانی: بررسی نقش ارزش های اخلاقی، هویت و اعتماد اجتماعی	امنیت پژوهی (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۷
۲	مفهوم‌پردازی فرآیند مدیریت بحران‌های سازمانی با رویکرد استراتژیک	مطالعات مدیریت بین رشته ای (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۷
۳	تاثیر استفاده از تبلیغات پنهان بر قصد خرید مشتریان مبتنی بر نقش تعدیل گری متغیر جمعیت شناختی جنسیت و متغیر شهرت برند	راهبرد بازرگانی (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۷
۴	رضایتمندی از برند و قصد خرید مجدد مصرف کننده: تبیین نقش سبک زندگی و ارزش لذت جویانه	پژوهش های منابع سازمانی (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۷
۵	تاثیر استرس های نقش بر رضایتمندی زنان شاغل با در نظر گرفتن نقش خودکارآمدی آنان	مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۷
۶	مدیریت بحران در صنعت گردشگری	مطالعات مدیریت گردشگری (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۶
۷	بررسی تاثیر عملکرد بازاریابی خدمات بر تبلیغات شفاهی نقش میانجی گری ارزش ادراک شده مشتری، تجربه مشتری، واکنش احساسی و وفاداری برند	مطالعات مدیریت گردشگری (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۶
۸	بررسی تاثیر تجانس تصویر از خود با تصویر فروشگاه بر قصد خرید از فروشگاه نقش ارزش ویژه برند فروشگاه	کاوشهای مدیریت بازرگانی (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۶
۹	تاثیر ابعاد بسته بندی بر رضایت و درگیری ذهنی خرید مشتریان با تاکید بر نقش میانجی نگرش آنان نسبت به بسته بندی	علوم و صنایع غذایی ایران (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۵
۱۰	بررسی اثر انگیزاننده های اجتماعی فضای فروشگاههای بر رفتار فرانشیزی خریداران در نقطه خرید (فروشگاه های زنجیره ای رفاه)	تحقیقات بازاریابی نوین (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۳
۱۱	ابزارهای بازاریابی و تصویر ذهنی گردشگران از مقصد	مطالعات مدیریت گردشگری (علمی-پژوهشی)	۱۳۹۱

ردیف	عنوان مقاله	محل چاپ	سال چاپ
۱۲	ارائه مدلی جهت استقرار خوشه صنعتی در پتروشیمی	مجله دانش و توسعه (علمی- پژوهشی)	۱۳۸۸
۱۳	ارزشیابی اثربخشی آگهی های بازرگانی مربوط به خدمات بانکی بانک مسکن	مطالعات مدیریت (علمی-پژوهشی)	۱۳۸۴

### ۳- مقالات کنفرانس داخلی:

ردیف	عنوان مقاله	نام کنفرانس	سال
۱	قصد خرید و محرک های محیطی: بررسی نقش تجارت اجتماعی	اولین کنفرانس کسب و کار در بستر دگرذیسی دیجیتال	۱۳۹۷
۲	تأثیر بازاریابی رسانه های اجتماعی بر قصد خرید و وفاداری مشتری نسبت به برند مطالعه موردی: فروشگاههای زنجیره های شهروند شهر تهران	سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی	۱۳۹۶
۳	تأثیر جهت گیری صادرات سبز بر عملکرد غیر مالی صادراتی شرکت ها: نقش مزیت رقابتی سبز و استراتژی های کسب و کار صادراتی سبز در شرکت های صادراتی استان تهران	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری و حسابرسی پویا	۱۳۹۶
۴	تأثیر جهت گیری های صادرات سبز بر عملکرد غیر مالی صادراتی شرکتهای، نقش استراتژی های کسب و کار صادراتی سبز در شرکتهای صادراتی استان تهران	کنفرانس بین المللی الگوهای مدیریت در عصر پیشرفت	۱۳۹۶
۵	تأثیر ابعاد نگرش بر قصد خرید آنلاین: نقش ارزش لذت جویانه خرید کاربران آنلاین شهر تهران	کنفرانس بین المللی الگوهای مدیریت در عرصه پیشرفت	۱۳۹۶
۶	تأثیر قابلیت های مدیریتی، سازمانی، بازاریابی و کیفیت خدمات بر قصد خرید: نقش نوآوری خدمات	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی،	۱۳۹۶
۷	تأثیر متغیر سن بر رابطه بین فرهنگ کسب و کار اخلاقی بر عملکرد غیر مالی سازمان به واسطه نگرش شعلی و سازمانی کارکنان در ادارات خصوصی و دولتی شهر تهران	کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و علوم اقتصاد	۱۳۹۵
۸	تأثیر فرهنگ کسب و کار اخلاقی بر عملکرد غیر مالی سازمان با تبیین نقش نگرش شغلی و سازمانی کارکنان	کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و علوم اقتصاد	۱۳۹۵
۹	نقش میانجی نگرش نسبت به بسته بندی در رابطه بین ابعاد بسته بندی و رضایت مشتریان	اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم	۱۳۹۴
۱۰	طراحی الگویی جهت انجام تحقیقات بازار در سازمان های دانشی	چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی	۱۳۸۸
۱۱	مدل طراحی فرآیند ارزیابی شرکت های دولتی جهت واگذاری موفق به بخش خصوصی	نخستین همایش نظارت بر اجرای سیاست های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی	۱۳۸۸
۱۲	طراحی نقشه راه ساختار سازمانی در سازمان های دانش محور	اولین کنفرانس مهندسی مجدد فرآیندها و طراحی ساختار	۱۳۸۷
۱۳	طراحی مدلی جهت تعیین حوزه های تکنولوژی و تجاری سازی آنها در مراکز تحقیق و توسعه	هفتمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن	۱۳۸۷

ردیف	عنوان مقاله	نام کنفرانس	سال
۱۴	طراحی الگوی تدوین استراتژی تحقیق و توسعه بر اساس تئوری نقاط مرجع استراتژیک	هفتمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن	۱۳۸۷
۱۵	طراحی فرآیند ایجاد و مدیریت شرکت های زایشی در مراکز تحقیق و توسعه	اولین کنفرانس کارافرینی	۱۳۸۷
۱۶	الگوی هماهنگی استراتژی های آمیخته بازاریابی	سومین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک	۱۳۸۷
۱۷	طراحی فرآیند مدیریت اثربخش خوشه های صنعتی شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران	اولین همایش توسعه صنایع مکمل و پایین دست پتروشیمی	۱۳۸۶
۱۸	طراحی مدلی جهت قیمت گذاری رقابتی برای شرکت در مناقصه	دومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی	۱۳۸۶

#### ۴- مقالات علمی- پژوهشی لاتین:

Row	Article Title	Publisher	Year
1	A Competitive Pricing Model for Tender A Bid	African Journal of Environmental Assessment and Management	2016
2	The Effect of Self-Congruency on Customer Behavior and Involvement	International Journal of Marketing Studies	2015
3	Explain the impact of the logo, as one of the components of brand image in consumers	International Journal of Management and Humanity Sciences (IJMHS)	2014
4	The role of advertising through social networks to promote brand equity	Management Science Letters	2012
5	Developing a model for Market-centric Organization Analysis	The International Journal of Humanities	2009

#### ۵- مقالات کنفرانس خارجی:

Row	Article Title	Conference	Year
1	Attitudinal brand loyalty and the role of hedonic value of cosmeceutical products in Iran	TMBER-2015, Bangkok Thailand	2015
2	The impact of relationship marketing on financial firm's performance in Iranian food industry	GIMAR-2015, Dubai UAE	2015
3	Developing a model for Market-centric Organization Analysis	Sarawak International Library Conference	2007

#### ۶- طرح های پژوهشی

ردیف	عنوان طرح	نام سازمان	سمت	سال
۱	برنامه راهبردی بازاریابی بانک ملی	مرکز مطالعات بهره وری دانشگاه تربیت مدرس	مدیر تیم	در حال انجام

ردیف	عنوان طرح	نام سازمان	سمت	سال
۲	تدوین استراتژی های ارتباطات علمی	پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی ایران	مجری پروژه	۱۳۸۶
۳	اجرای سیستم سازماندهی امور اداری و پشتیبانی	پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی ایران	مجری پروژه	۱۳۸۵
۴	اجرای سیستم طراحی شده فروش تولیدات پژوهشگاه	پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی ایران	مجری پروژه	۱۳۸۵
۵	طراحی مدلی برای تحلیل سازمان ها از نگاه بازاریابی	پژوهشگاه اسناد و مدارک علمی ایران	کارشناس پروژه	۱۳۸۵
۶	طراحی مدلی جهت قیمت گذاری مناقصات	پژوهشگاه صنعت نفت	سرپرست پروژه	۱۳۸۵
۷	پیشنهاد الگوی فرآیند انجام تحقیقات بازار	پژوهشگاه صنعت نفت	سرپرست پروژه	۱۳۸۵
۸	بررسی الگوی رفتار خرید مشتریان	فروشگاههای زنجیره ای شهروند	کارشناس پروژه	۱۳۸۵
۹	طراحی برنامه اجرایی پیشبرد فروش در روزهای کم فروش	فروشگاههای زنجیره ای شهروند	کارشناس پروژه	۱۳۸۵
۱۰	طراحی الگویی جهت شناسایی کالاهای جدید	فروشگاههای زنجیره ای شهروند	کارشناس پروژه	۱۳۸۵
۱۱	بررسی استراتژیک کسب و کارها	صندوق ذخیره فرهنگیان	کارشناس پروژه	۱۳۸۳

#### ۷- راهنمایی پایان نامه

ردیف	عنوان پایان نامه	دانشگاه
۱	تاثیر نوآوری بر وفاداری مشتریان با در نظر گرفتن نقش ارزش ویژه مشتری، تبلیغات و فرهنگ پذیری	دانشگاه تربیت مدرس
۲	بررسی قصد تداوم خرید با استفاده از عوامل داخلی و خارجی اثرگذار بر رضایت الکترونیکی مشتریان: تبیین نقش شخصیت و ثبات عاطفی	دانشگاه تربیت مدرس
۳	بررسی تاثیر اعتبار اطلاعات بر تعامل اجتماعی از طریق تجربه مشتری: نقش تعدیل گری درگیری ذهنی وب	دانشگاه تربیت مدرس
۴	بررسی تاثیر ارتباطات آنلاین از طریق وبسایت بر اثربخشی بازاریابی آنلاین: بررسی نقش رضایت مشتریان و اعتماد الکترونیکی	دانشگاه تربیت مدرس
۵	بررسی عوامل مؤثر بر پایداری زنجیره تأمین و اولویتبندی آنها در صنعت فولاد - شرکت راهبران فولاد آریا (رافا)	علم و فرهنگ
۶	شناسایی و اولویتبندی عوامل تأثیرگذار بر برند چند حسی با رویکرد تصمیمگیری فازی چند متغیره	علم و فرهنگ
۷	ارزیابی تاثیر ذهنی از کشور خاستگاه تولید، شخصیت برند و درگیری ذهنی محصول بر تصمیم خرید مصرف کنندگان	دانشگاه تربیت مدرس
۸	تعیین استراتژی بهینه شرکت برق منطقه ای شهرستان انار	دانشگاه آزاد اسلامی
۹	بررسی عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر تکرار خرید آنلاین	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۰	بررسی نقش استراتژی های بازاریابی و محتوای تولیدکاربر بر اعتماد مصرف کننده در رفتار خرید آنلاین با در نظر گرفتن نقش ریسک درک شده	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۱	رابطه میان مسئولیت اجتماعی سازمان، تعهد کارکنان، اعتماد سازمانی، شهرت سازمانی و عملکرد	دانشگاه تربیت مدرس

ردیف	عنوان پایان نامه	دانشگاه
	مالی سازمان(بانک قرض الحسنه مهر ایران)	
۱۲	تاثیر نقاط تماس و تجربه برند بر رضایت مصرف کنندگان محصولات ارگانیک: تبیین نقش ارزش های خرید	دانشگاه تربیت مدرس
۱۳	تعیین عوامل موثر بر خریدهای ناگهانی و سواسی با بررسی نقش ارزش لذت جویانه	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۴	خلق ارزش مشتری با در نظر گرفتن قابلیت های سازمانی و مشتری مداری	دانشگاه تربیت مدرس
۱۵	بررسی عوامل موثر بر رضایت و قصد بازگشت گردشگران برای دریاچه گهر و آثار تاریخی شهر قزوین	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۶	اولویت بندی عناصر سازنده برند در ایجاد تصویر ذهنی نزد مصرف کنندگان	دانشگاه تربیت مدرس
۱۷	بررسی ارتباط بین ریسک سیستماتیک و بازده سهام عادی در صنعت پتروشیمی در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۸۵ الی ۹۰	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۸	بررسی رابطه هماهنگی بین استراتژی بازاریابی و فرهنگ سازمانی با عملکرد سازمانی	دانشگاه آزاد اسلامی
۱۹	شناسایی و اولویت بندی شاخص های موثر در انتخاب شبکه اجتماعی به منظور بازاریابی سبز	دانشگاه آزاد اسلامی
۲۰	بررسی تاثیر تبلیغات اینترنتی بر جذب گردشگران خارجی به کشور	علامه طباطبایی
۲۱	بررسی تاثیر عوامل آمیخته بازاریابی خدمات بر تصویر برند، مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران	دانشگاه تربیت مدرس
۲۲	مدل رفتار مصرف کننده: نقش استعاره های بازاریابی	دانشگاه تربیت مدرس
۲۳	تاثیر فرهنگ اخلاقی کسب و کار بر عملکرد غیر مالی شرکتها: نقش نگرش شعلی و سازمانی	دانشگاه تربیت مدرس
۲۴	بررسی تاثیر محرک های محیطی بر قصد خرید اجتماعی: نقش تجارت اجتماعی	دانشگاه تربیت مدرس
۲۵	تاثیر تبلیغات اینترنتی بر تصویر ذهنی گردشگران از مقصد	علامه طباطبایی
۲۶	تاثیر تبلیغات الکترونیکی بر قصد خرید نوجوانان و بررسی نقش بسته بندی	دانشگاه تربیت مدرس
۲۷	بررسی تاثیر گرایش مشتری و گرایش بازار بر عملکرد صادراتی صنعت سلولزی: نقش منابع بازاریابی، ارتباطات، تعهد رفتاری	دانشگاه تربیت مدرس
۲۸	بررسی رضایت مشتریان و درگیری ذهنی خرید آنان با در نظر گرفتن ابعاد بسته بندی و نگرش مشتریان	دانشگاه تربیت مدرس
۲۹	رضایتمندی از برند و قصد خرید مجدد مصرف کننده: تبیین نقش سبک زندگی و ارزش لذت جویانه	دانشگاه تربیت مدرس
۳۰	بررسی تاثیر ارزش و نگرش مصرف کنندگان بر پاسخ های شناختی و رفتاری آنان در خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: صنعت گردشگری)	دانشگاه تربیت مدرس
۳۱	بررسی قابلیت نوآوری، تجربه مشتری و ارزش ویژه مشتری بر روی شهرت و وفاداری با نقش تعدیلگری ارزش درک شده مشتری	دانشگاه تربیت مدرس
۳۲	بررسی رابطه ساختار تجارت اجتماعی بر قصد خرید اجتماعی بادر نظر گرفتن نقش کیفیت رابطه	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۳	تاثیر جهت گیری های صادرات سبز بر عملکرد غیر مالی صادراتی شرکت ها با در نظر گرفتن نقش مزیت رقابتی سبز و استراتژی های کسب و کار صادراتی سبز در شرکت های صادراتی استان تهران	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۴	تاثیر سیستم اطلاعات بازار بر استراتژی نوآوری و پاسخگویی سازمانی و رابطه آنها با مزیت رقابتی بازاریابی، مطالعه موردی: اتحادیه سراسری تعاونی های کشاورزی و صنعت دامپروری کشور	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۵	بررسی تاثیر هویت یابی، رضایت و میزان تسلط جوامع برند در رسانه های اجتماعی بر وفاداری مشتریان با در نظر گرفتن نقش روابط مشتری با اجزای جامعه، تعلق به برند و کیفیت ارتباطات	دانشگاه آزاد اسلامی

ردیف	عنوان پایان نامه	دانشگاه
	برند: مطالعه موردی برندهای ورزشی	
۳۶	ارائه مدل تلفیقی تاثیر عوامل تجارت اجتماعی بر رفتار خرید اجتماعی	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۷	تأثیر قابلیت های مدیریتی، سازمانی، بازاریابی و کیفیت خدمات بر قصد خرید: نقش نوآوری خدمات (موردکاوی شرکت سایپا یدک)	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۸	تأثیر بازاریابی داخلی بر انگیزه ارائه خدمت کارکنان : نقش تعدیلگری تعهد و وفاداری کارکنان (مورد مطالعه: صنعت بانکداری)	دانشگاه آزاد اسلامی
۳۹	تأثیر هوشمندی رقابتی بر عملکرد بانکهای تجاری: نقش اثربخشی بازاریابی، نوآوری و مزیت رقابتی	دانشگاه تربیت مدرس
۴۰	تأثیر ابعاد نگرش بر قصد خرید آنلاین با در نظر گرفتن نقش ارزش های خرید کاربران آنلاین شهر تهران	دانشگاه آزاد اسلامی

### ۸- مشاوره پایان نامه

ردیف	عنوان پایان نامه	دانشگاه
۱	بررسی تاثیر ارزشهای احساسی مشتری بر قصد خرید بیمه عمر و پس انداز: نقش ویژگیهای جمعیت شناختی مشتری (مورد مطالعه: صنعت بیمه)	دانشگاه تربیت مدرس
۲	تأثیر هویت اجتماعی، هویت شخصی و هویت برند بر وفاداری به برند: تبیین نقش الگوی مصرف و سبک های تصمیم گیری خرید	دانشگاه تربیت مدرس
۳	بررسی تاثیر هوشمندی مصرف کننده بر ترجیح مصرف محصولات خارجی و داخلی: تبیین نقش نگرش نسبت به محصولات کشورهای خارجی	دانشگاه تربیت مدرس
۴	بررسی اثربخشی تبلیغات بر قصد خرید با تاکید بر ارزش ویژه برند	دانشگاه تربیت مدرس
۵	بررسی تاثیر بازاریابی بر چابکی استراتژیک با تاکید بر نقش فرهنگ سازمانی	دانشگاه تربیت مدرس
۶	تأثیر بازاریابی شبکه‌ای بر ابعاد برند با در نظر گرفتن نقش نوآوری سازمانی	دانشگاه تربیت مدرس
۷	بررسی تاثیر نوستالژی و بازاریابی تجربی بر رضایت مشتریان از طریق تبیین ارزشهای تجربی: مطالعه ای از مکانهای گردشگری در اصفهان	دانشگاه تربیت مدرس
۸	شناسایی و اولویت بندی عوامل موفقیت بکارگیری روش قراردادی بی-او-تی در بخش بالادستی صنایع نفت و گاز	دانشگاه تربیت مدرس
۹	بررسی تاثیر استراتژی های توزیع بر کارایی شرکت های تولید کننده پلاستیک ایران	دانشگاه تربیت مدرس
۱۰	اثر تجانس شخصیت برند- مشتری بر انتخاب برند	دانشگاه تربیت مدرس
۱۱	تحلیل رفتار خرید مشتری در شرایط بحران با تاکید بر نقش ارزش ویژه برند: صنعت لبنیات شیر	دانشگاه تربیت مدرس
۱۲	بررسی اثربخشی تبلیغات بر قصد خرید با تاکید بر نقش ارزش ویژه برند	دانشگاه تربیت مدرس
۱۳	بررسی عوامل بهینه در تبیین ارزش ویژه نام و نشان تجاری شرکت های لبنی بر مبنای خرده فروشان، مورد مطالعه: شرکت بازارگستر پگاه در شهر تهران- صنعت لبنیات)	دانشگاه تربیت مدرس
۱۴	تأثیر قابلیت اعتماد به نام (برند) بر وفاداری مشتریان بانک، بررسی نقش تعدیل گر کیفیت خدمات	دانشگاه تربیت مدرس
۱۵	بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی در رفتار شهروندی مشتری با در نظر گرفتن نقش تعدیلی کیفیت خدمات در صنعت گردشگری	دانشگاه تربیت مدرس
۱۶	بررسی نقش موقعیت مکانی شرکت ها، با توجه به منابع و قابلیت ها، در عملکرد صادراتی آنها	دانشگاه تربیت مدرس



ردیف	عنوان پایان نامه	دانشگاه
۱۷	تاثیر عوامل موثر بر وفاداری و تبلیغات دهان به دهان با نقش میانجیگری عشق به برند در میان مشتریان، محصولات برند چرم مشهد	علم و فرهنگ
۱۸	تاثیر تبلیغات بر پاسخ های هیجانی مشتریان، ارزش های کسب شده و مقاصد رفتاری در صنعت رستورانهای زنجیره ای	علامه طباطبایی
۱۹	تاثیر مدیریت بازاریابی مقصد بر تعدیل فصلی بودن گردشگری شهر همدان	علامه طباطبایی
۲۰	بررسی تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر برندسازی وب سایت های گردشگری	علامه طباطبایی
۲۱	عوامل موثر بر پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش فرانت آفیس هتل های پنج ستاره تهران	علامه طباطبایی
۲۲	آسیب شناسی برند گردشگری ایران	علامه طباطبایی
۲۳	بررسی تاثیر مدل ارزش ویژه مشتری بر قصد خرید مشتریان شرکت های لیزینگ	دانشگاه تربیت مدرس
۲۴	تاثیر بازاریابی داخلی بر بازارگرایی بانکها	دانشگاه تربیت مدرس
۲۵	تاثیر انگیزه های تحریم بر تصویر برند : نقش قصد تحریم ، رفتار تحریم و منفعت - هزینه تحریم	دانشگاه تربیت مدرس
۲۶	بررسی تأثیر همخوانی شخصیت برند-مشتری بر وفاداری به برند در صنعت تلفن همراه	دانشگاه تربیت مدرس
۲۷	بررسی تاثیر خرده فروشی بر ارزش ویژه برند و نقش تعدیل گری رفتار شهروندی	دانشگاه تربیت مدرس
۲۸	تاثیر قابلیت اعتماد به برند بر وفاداری مشتریان بانک، بررسی نقش تعدیل گری کیفیت خدمات	دانشگاه آزاد اسلامی
۲۹	بررسی تأثیر استفاده از تبلیغات پنهان بر قصد خرید مشتریان مبتنی بر نقش تعدیل گری متغیر های جمعیت شناختی و شهرت برند	دانشگاه تربیت مدرس
۳۰	عوامل مؤثر در خرید محصولات ایرانی در صنعت لوازم خانگی	دانشگاه تربیت مدرس
۳۱	تأثیر تداعی های برند و اعتماد به برند بر قصد خرید مشتری؛ بررسی نقش تعدیل گری کیفیت محصول	دانشگاه تربیت مدرس

## سوابق اجرایی

- ✓ عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس
- ✓ عضو اتاق بازرگانی صنایع و معادن تهران
- ✓ عضو دفتر امور زنان و خانواده وزارت صنعت، معدن و تجارت
- ✓ عضو هیات تحریریه مجله علمی تخصصی مدیریت
- ✓ داوری فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های مدیریت در ایران، دانشگاه تربیت مدرس
- ✓ داوری فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، مرکز مطالعات مدیریت و توسعه فناوری دانشگاه تربیت مدرس
- ✓ داوری فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های نوین تصمیم گیری

- ✓ داوری فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی
- ✓ داوری فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهشنامه بیمه
- ✓ داوری دو فصلنامه علمی-پژوهشی راهبرد بازرگانی
- ✓ عضو کمیته علمی پانزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، ۱۳۹۷
- ✓ عضو کمیته علمی کنفرانس اولین کنفرانس کسب و کار در بستر دگردیسی دیجیتال، ۱۳۹۷
- ✓ عضو کمیته علمی کنفرانس ملی گردشگری در سال ۱۳۸۹
- ✓ دریافت گواهی نامه بین المللی اکادمی مدیریت استراتژیک در سال ۲۰۰۹
- ✓ شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران، مشاور و عضو کانون تفکر اقتصاد و بازار، سال ۱۳۸۶