



مدیریت و حسابداری / مدیریت بازرگانی

منیژه

قره‌چه

شماره تماس: ۲۹۹۰۵۲۰۹

رایانامه: M_Gharache@sbu.ac.ir

وب سایت:

پروفايل علم سنجی:

http://scimet.sbu.ac.ir/Manije_Gharache

تحصیلات

■ دکتری: هندوستان، مدیریت بازرگانی

فعالیت‌های اجرایی

■ مدیر گروه بازرگانی، ۱۳۹۱-۱۳۹۶

■ استاد راهنما، ۱۳۹۰-تا زمان حال

کتاب

■ احساس و منطق در رفتار مصرف کننده

منیژه قره‌چه، الهام بهشتی جزن آبادی

نشر بازرگانی، ایران، ۱۳۹۵، شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۱۱-۸

■ رهنمودهای پیش گامان در بازاریابی

منیژه قره‌چه

شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ایران، ۱۳۸۷، شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۱۸۱

■ بانکداری الکترونیک از زیر ساخت تا کارکرد

منیژه قره‌چه

نشر اتحاد، ایران، ۱۳۹۲، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۷-۵۵۰

مقالات علمی چاپ شده در مجلات

■ A Novel Model to Promote The Life Standard of Low-income Group by E-marketing Modern Technology A Case Study of Iran

Manijeh Ghareche

INDIAN JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY, Vol.8, pp. 1-8, 2015

■ Raising Halal Cosmetic Awareness among the respective Consumers

Bahman Hajipour, Manijeh Ghareche, Mohammad Reza Hamidizadeh, Fereshteh Mohammadian Sefat

International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol.5, pp. 338-349, 2015

■ The Role of Corporate Brand in the Entrepreneurial SMEs Total Brand

Yasmin Razaghi, Ahmad Roosta, Akbar Alamtabriz, Manijeh Ghareche
International Business and Management, Vol.8, pp. 120-130, 2014

■ Impact of Investment in Human Resource on Market Acuity

, Manijeh Ghareche,
Advances in Natural and Applied Sciences, Vol.9, pp. 68-74, 2014

■ CORPORATE COMPETITIVENESS A SYSTEMATIC REVIEW

Seyedmahmood Hoseinikashkooye, Manijeh Ghareche, Masoud Taheri
international journal of advanced studies in humanities and social science, Vol.1, pp. 1618-1635, 2013

■ Advertisement and marketing performance reciprocity study in banking industry

Mohammad Reza Hamidzadeh, Mohammadesmaeil Fadaeinejad, Manijeh Ghareche, Kasra Saadmohammadi
EUROPEAN JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH, Vol.108, pp. 115-127, 2013

■ بررسی کاربرد روش آپت در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از عوامل کلان اقتصادی

منیژه قره‌چه

چشم انداز مدیریت

■ نقد و تبارشناسی شکست در مراحل مختلف چرخه عمر سازمان

منیژه قره‌چه، بهمن حاجی پور، اکبر عالم تبریز، معصومه محمدی پور پامساری

پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه های علوم انسانی، نسخه ۲۱، صفحات: ۲۳۵-۲۵۸، ۱۳۹۹

■ طراحی الگوی مفهومی عشق برنابراین بنای نظریه کنش متقابل نمادین

منیژه قره‌چه، شهریار عزیزی، آزاده عسکری، ابوالفضل براتی کهریزسنگی

مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۳، صفحات: ۷۴۴-۷۶۸، ۱۳۹۹

■ ها در مرحله رشد سازمانی SME تناقض رشد و شکست: نوع شناسی شکست

منیژه قره‌چه، بهمن حاجی پور، اکبر عالم تبریز، معصومه محمدی پور پامساری

چشم انداز مدیریت دولتی، نسخه ۱۱، صفحات: ۱۱۱-۱۳۱، ۱۳۹۹

■ تبیین الگوی تاب اوری بنگاههای تولیدی صنعت شوینده

وحید حسین آبادی، منیژه قره‌چه، سید محمود حسینی کشکوئی

کاوش های مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۲، صفحات: ۳۵-۵۸، ۱۳۹۸

■ الگوی مفهومی دوسطحی سه لایه ای با تاکید بر معیارهای ذهنی و جوهره عشق برند

ابوالفضل براتی کهریزسنگی، منیژه قره‌چه

تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۱۰، صفحات: ۲۱-۴۲، ۱۳۹۸

■ فراترکیب عوامل موثر بر انگیزه های هم آفرینی ارزش در ارتباطات بنگاه با بنگاه

علی اسدی، شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، مرضیه ابراهیمی

راهبردهای بازرگانی، نسخه ۲۶، صفحات: ۱۹-۴۱، ۱۳۹۸

■ کارکردهای مدیریت دانش بازاریابی بر توانمندسازی مزیت های رقابتی

سیده سروناز سلیمی، محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی

کاوش های مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۱، صفحات: ۴۰۳-۴۲۵، ۱۳۹۷

- تبیین و توسعه مفهومی نظریه بازاریابی کارآفرینانه
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، محمد اصولیان، مرضیه نصیری
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۸، صفحات: ۱۳-۳۵، ۱۳۹۷
- شناسایی شاخص های جذب، حفظ و نگهداشت نیروی انسانی مستعد در صنعت بانکداری
علی رضائیان، مریم کاظم عوید صداعی، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی
چشم انداز مدیریت دولتی، نسخه ۹، صفحات: ۱۵-۳۸، ۱۳۹۶
- پیشایندها و پیامدهای شهرت بانک از دیدگاه مشتری
شهریار عزیزی، بهناز روستائیان، منیژه قره‌چه، بهمن حاجی پور
پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، نسخه ۷، صفحات: ۱۲-۲۱، ۱۳۹۶
- (شناسایی و تبیین رویکردهای خلق استراتژی (مطالعه نظری و تجربی در شرکت های منتخب ایرانی
سیدمحمود حسینی کشکوئیه، بهمن حاجی پور، منیژه قره‌چه، هوشنگ نظامی وند چگینی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۳۱-۴۹، ۱۳۹۶
- واکاوی مفهوم استراتژی سبد برند مبتنی بر مرور نظام مند
شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، فرزاد ترکمانی
مدیریت برند، نسخه ۵، صفحات: ۱۴۹-۱۸۰، ۱۳۹۶
- الگوی برند موفق در صنعت کاشی و سرامیک با رویکرد نظریه داده بنیاد
شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، ابوالفضل براتی کهریزسنکی
مدیریت بازرگانی، نسخه ۹، صفحات: ۸۰۷-۸۲۶، ۱۳۹۶
- ارایه چارچوبی برای استقرار بازاریابی مبتنی بر رایانامه در کسب و کارهای الکترونیک
منیژه قره‌چه
پژوهش های مدیریت در ایران، نسخه ۲۲، صفحات: ۱۲۷-۱۵۱، ۱۳۹۶
- راهبرد فروش برند در صنعت محصولات مصرفی تندگردش
مسعود جاویدانی، منیژه قره‌چه، احمد روستا، شهریار عزیزی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۸۳-۱۰۱، ۱۳۹۵
- (طراحی و تبیین مدل تاثیر تبلیغات توصیه ای بر تصویر ذهنی گردشگران از مقصد گردشگری و قصد سفر (مطالعه موردی اصفهان
محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه، اکرم هادیزاده مقدم، سیروس سلیمی پور
مدیریت بازرگانی، نسخه ۸، صفحات: ۸۱۱-۸۳۲، ۱۳۹۵
- الگوی مینایی تخصیص بهینه منابع بازاریابی رویکرد داده بنیاد
بهمن حاجی پور، شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، مصطفی محمدی
پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، نسخه ۷، صفحات: ۶۰-۷۴، ۱۳۹۵
- مفهوم پردازی مدل برند آفرینی شهری در ایران
یوسف محمدی فر، احمد روستا، محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه
تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۶، صفحات: ۳۷-۵۲، ۱۳۹۵

■ الگوی گونه شناسی رهیافت های کلان سازمانها در تخصیص منابع بازار یابی

بهمن حاجی پور، منیژه قره‌چه، مصطفی محمدی

چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۹۳-۱۰۹، ۱۳۹۵

■ مفهوم پردازی ارزش ویژه برند شرکتی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران با استفاده از نظریه داده بنیاد

علیرضا غدیری، محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه، کاوه بازرگان هرندی

چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۳، صفحات: ۱۳-۳۲، ۱۳۹۵

■ مدلی برای برندیابی شهری در کشور بر اساس نظریه داده بنیاد

احمد روستا، منیژه قره‌چه، محمدرضا حمیدی زاده، یوسف محمدی فر

مدیریت برند، ۱۳۹۵

■ طراحی و تبیین الگوی اعتماد در بانکداری الکترونیک

منیژه قره‌چه

چشم انداز مدیریت دولتی، نسخه ۸، صفحات: ۳۵-۵۵، ۱۳۹۵

■ مفهوم پردازی استراتژی فروش برند در صنعت محصولات مصرفی تندگردش

منیژه قره‌چه، احمد روستا، شهریار عزیزی، مسعود جاویدانی

تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۶، صفحات: ۱-۱۸، ۱۳۹۴

■ شرایط زمینه ای و مداخله گر اثرگذار بر ارزش ویژه برند صنعتی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران

محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه، کاوه بازرگان هرندی، علیرضا غدیری

مدیریت فناوری اطلاعات، نسخه ۷، صفحات: ۱۱-۴۸، ۱۳۹۴

■ اثر شهرت از دیدگاه مشتری بر ارزش ویژه برند

شهریار عزیزی، بهناز روستائیان، منیژه قره‌چه، بهمن حاجی پور

تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۵، صفحات: ۳۹-۵۲، ۱۳۹۴

■ ضرورت ها و پیامدهای برندیابی برای شهرهای کشور با تاکید بر حوزه اقتصادی گردشگری شهری

یوسف محمدی فر، احمد روستا، منیژه قره‌چه، محمدرضا حمیدی زاده

اقتصاد و مدیریت شهری، نسخه ۴، صفحات: ۵۷-۷۲، ۱۳۹۴

■ استراتژی فروش برند در صنعت محصولات مصرفی تند گردش

منیژه قره‌چه، احمد روستا، شهریار عزیزی، مسعود جاویدانی

چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۶، صفحات: ۱-۱۸، ۱۳۹۴

■ پیشابند های ارزش ویژه برند شرکتی، در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران، با استفاده از نظریه داده بنیاد

محمدرضا حمیدی زاده، علیرضا غدیری، منیژه قره‌چه، کاوه بازرگان هرندی

مدیریت برند، نسخه ۳، صفحات: ۱۱-۴۸، ۱۳۹۴

■ الگوی اثربخشی تبلیغات و دارایی های بازاریابی بر عملکرد بانک های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محمدرضا حمیدی زاده، محمد اسماعیل فدایی تژاد، منیژه قره‌چه، کسری سعدمحمدی

چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۵۳، صفحات: ۳۱-۴۷، ۱۳۹۳

■ الگوسازی مسیری ساختاری رابطه قابلیت‌های پویا و پویایی محیطی
مریم نکوئی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۸۵-۱۰۳، ۱۳۹۳

■ طراحی و تبیین مدل شایستگی های راهبردی مدیران ارشد
بهروز دری‌نوکورانی، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، مریم بهرامی نسب
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۱۹-۴۱، ۱۳۹۳

■ تبیین الگوی عملکرد اتحادهای راهبردی رویکرد مبتنی بر قابلیت ها
منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی، سید حمید خداداد حسینی، وحید مکی زاده
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۱۳-۲۸، ۱۳۹۳

■ الگوی توسعه راهبردی همراه بانک در ایران
منیژه قره‌چه، معصومه محمدی پور پامساری
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۱۶۹-۱۸۲، ۱۳۹۳

■ کارایی قابلیت های پویا در پویایی فنی و بازاری محیط
مریم نکوئی زاده، سیدمحمود حسینی کشکوئیه، منیژه قره‌چه، عباسعلی حاجی کریمی
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۳۹-۶۰، ۱۳۹۳

■ نقش تعهد عاطفی و تعهد مستمر در اثرگذاری ادراک مشتری بر قصد خرید مجدد
مجید مومن، منیژه قره‌چه، رضا قنبرزاده میاندهی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۸۷-۱۰۱، ۱۳۹۳

■ تاثیر تبلیغات توصیه ای بر تصویر ذهنی گردشگران از مقصد گردشگری
محمدرضا حمیدی زاده، منیژه قره‌چه، اکرم هادیزاده‌مقدم، سیروس سلیمی پور
چشم انداز مدیریت بازرگانی، صفحات: ۴۹-۶۷، ۱۳۹۳

■ طراحی و تبیین مدل برند در شرکت های کوچک و متوسط با لحاظ برند شخصی و برند بنگاه
یاسمین رازقی، احمد روستا، اکبر عالم تبریز، منیژه قره‌چه
پژوهش های مدیریت عمومی، نسخه ۶، صفحات: ۲۷-۴۷، ۱۳۹۲

■ (تاثیر بازاریابی و ارتباطات تجاری بر عملکرد صادراتی)(مورد مطالعه صنایع دستی استان تهران
منیژه قره‌چه، محمدرضا کریمی علویچه، معصومه سادات اکبری نژاد
تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۳، صفحات: ۵۹-۷۶، ۱۳۹۲

■ تبیین و ارزیابی الگوی وفاداری رضایت از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی
منیژه قره‌چه، مریم اخوان خرازیان، محمدحسن احمدی
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۱۳۳-۱۵۳، ۱۳۹۲

■ بررسی تاثیر ابعاد استنباط از خود بر رفتار خرید ناگهانی
منیژه قره‌چه، ویدا خراسانی اجبارکلانی، معصومه محمدی پور پامساری
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۴، صفحات: ۵۳-۷۵، ۱۳۹۱

■ بررسی و مقایسه سبک های تصمیم گیری خرید مصرف کننده در میان بانوان شاغل و غیرشاغل در شهر تهران
منیژه قره‌چه، شهریار عزیزی، الهام السادات میرهاشمی
تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۳، صفحات: ۱-۲۴، ۱۳۹۱

■ شناسایی و مقایسه سبک های تصمیم گیری خرید مصرف کننده میان بانوان شاغل و غیر شاغل در شهر تهران
منیژه قره‌چه، شهریار عزیزی، الهام السادات میرهاشمی
تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۳، صفحات: ۱-۲۴، ۱۳۹۱

■ اولویت بندی ابعاد سودمندی ادراک شده از دید مشتریان همراه بانک در ایران
منیژه قره‌چه، معصومه محمدی پور پامساری
چشم انداز مدیریت دولتی، نسخه ۴، صفحات: ۳۹-۵۲، ۱۳۹۱

■ شناسایی و اولویت بندی عوامل اساسی موثر در تصمیم مشتریان برای خرید نرم افزارهای سازمانی (پیمایشی پیرامون شرکت همکاران سیستم)

شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، محمدحسین توانگر، شهرام جمالی کاپک
نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، نسخه ۵، صفحات: ۱۱۷-۱۳۴، ۱۳۹۱

■ بررسی اثر تعدیل کننده جنسیت بر قصد خرید اینترنتی
منیژه قره‌چه، محمد مقدسی، سیدحمیدرضا عظیمی
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۱، صفحات: ۱۱۹-۱۴۲، ۱۳۹۰

■ تاثیر رویکرد منابع بر عملکرد صادراتی بر اساس استراتژی رقابتی تمرکز در صنعت کانی غیر فلزی
منیژه قره‌چه، هوشنگ اسداله، عبدالحسین کریمپور
چشم انداز مدیریت بازرگانی، نسخه ۱۰، صفحات: ۹-۲۶، ۱۳۹۰

■ تبیین مدل توانمندسازی راهبردی صادرات شرکت های کوچک و متوسط
حسن فارسیجانی، منیژه قره‌چه، علی اکبر امین بیدختی، فرامرز نیک سرشت
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: ۱۵-۴۲، ۱۳۹۰

■ ارایه مدلی برای تبیین عوامل موثر بر عملکرد برند در صنعت مواد غذایی
شهریار عزیزی، منیژه قره‌چه، وحید ستار
مدیریت بازرگانی، نسخه ۳، صفحات: ۱۱۵-۱۲۶، ۱۳۹۰

■ مزایای استفاده از خدمات شرکتهای مدیریت صادرات در راهبردهای توسعه صادرات بنگاههای کوچک و متوسط
منیژه قره‌چه، فیروز شمشیری
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۱، صفحات: ۶۵-۸۶، ۱۳۸۹

■ ارائه الگویی برای تعیین عوامل موثر بر عملکرد صادراتی بر اساس راهبرد رقابتی تمایز در صنعت کانی غیر فلزی
منیژه قره‌چه، اکبر عالم تبریز، عبدالحسین کریمپور
مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۲، صفحات: ۱۱۹-۱۴۰، ۱۳۸۹

■ بررسی رابطه فرایند چرخه ای دانش و نرخ بازده سرمایه
منیژه قره‌چه، محمدرضا حسومیان

چشم انداز مدیریت دولتی، نسخه ۱، صفحات: ۹-۲۴، ۱۳۸۹

■ وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری مشتریان منابع خدماتی

منیژه قره‌چه، منیره دابوئیان

تحقیقات بازاریابی نوین، نسخه ۱، صفحات: ۲۷-۴۶، ۱۳۸۹

■ صنعت مشاوره پویا ابزار توسعه راهبردی

مریم خالقی بایگی، منیژه قره‌چه

مطالعات مدیریت راهبردی، نسخه ۱، صفحات: ۱۱۱-۱۲۶، ۱۳۸۸

■ تاثیرکنترل‌های رفتاری بر اثر بخشی کارکنان واحد فروش

منیژه قره‌چه

چشم انداز مدیریت، نسخه ۹، صفحات: ۳۷-۵۵، ۱۳۸۸

■ بررسی الگوی بهینه دستیابی به مزیت رقابتی در صادرات صنعت کفش و دمپایی

منیژه قره‌چه

چشم انداز مدیریت، نسخه ۸، صفحات: ۹۹-۱۱۷، ۱۳۸۷

■ بررسی تاثیرنوجویی مصرف کننده دانش محصول و اعتمادبه شناسه والدبر پذیرش

منیژه قره‌چه، یاسر جباری سلوکلو

نشریه کاوشهای مدیریت بازرگانی، نسخه ۱، صفحات: ۳۱-۵۴، ۱۳۸۷

■ بررسی تاثیر نوجوئی مصرف کننده، دانش محصول و اعتماد به شناسه والد بر پذیرش توسعه شناسه .

یاسر جباری، منیژه قره‌چه، شهریار عزیزی

نشریه کاوشهای مدیریت بازرگانی، صفحات: ۳۱-۵۴، ۱۳۸۷

■ بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی داخلی برای کسب مزیت رقابتی مطالعه موردی شرکت ایران خودرو

منیژه قره‌چه، سید ابوالفضل ابوالفضلی

پیام مدیریت، نسخه ۷، صفحات: ۳۳-۶۶، ۱۳۸۶

■ رویکرد کارامدی مدل سازمانهای پاسخگوی سریع

منیژه قره‌چه

پیام مدیریت، ۱۳۸۵

■ بررسی عوامل زمینه ساز، چالش ها و تنگناهای توسعه ی بانکداری الکترونیک

منیژه قره‌چه، محمدرضا حمیدی زاده، عبدالمجید عبدالباقي

پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، نسخه ۷، صفحات: ۴۳-۶۲، ۱۳۸۵

■ کارآمدی الگوی سازمانهای پاسخ گویی سریع در طرح تکريم مشتري

منیژه قره‌چه، سیده معصومه غمخواری

پیام مدیریت، نسخه ۵، ۱۳۸۴

■ عوامل و محرکهای توسعه بانکداریالکترونیکی در ایران

منیژه قره‌چه

■ عوامل و محرک های توسعه بانکداری الکترونیکی ایران
منیژه قره‌چه، عبدالمجید عبدالباقی، محمدرضا حمیدی زاده
اقتصاد و تجارت نوین، نسخه ۲، صفحات: ۱-۲۳، ۱۳۸۴

■ مشتری گرایی در نظام بانکی

منیژه قره‌چه

پیام مدیریت، نسخه ۲، صفحات: ۱۴۱-۱۵۶، ۱۳۸۰

مقالات علمی ارائه شده در همایش‌ها

■ بررسی رابطه بین سطح تحصیل و گرایش به صنوف مختلف

منیژه قره‌چه

سومین همایش دوسالانه اشتغال و نظام آموزش عالی کشور

■ نقش آموزش دانش آموختگان در ایجاد اشتغال از طریق صنایع کوچک

منیژه قره‌چه

سومین همایش دوسالانه اشتغال و نظام آموزش عالی کشور

■ نقش آموزش دانش آموختگان در ایجاد اشتغال از طریق صنایع کوچک

منیژه قره‌چه

اشتغال و نظام آموزش عالی کشور

■ مطالعه تطبیقی میزان آمادگی مدیریت دانش آموختگان مدیریت و رشته های فنی دانشگاه ها

منیژه قره‌چه

کنگره ملی علوم انسانی، صفحات: ۵۴-۵۵

■ کاربرد روش های غیر مخرب

منیژه قره‌چه

کنفرانس مهندسی معدن ایران، صفحات: ۱۶۲-۱۶۳

■ بررسی کارایی معیارهای مختلف در تخمین مقاومت

منیژه قره‌چه

کنفرانس مهندسی معدن ایران، صفحات: ۱۶۱-۱۶۲

■ تعیین رابطه بین ضریب انتقال امواج لرزه‌ای حاصلاتشباری

منیژه قره‌چه

کنفرانس مهندسی معدن ایران، صفحات: ۳۷۷-۳۹۰

■ بررسی میزان مشارکت زنان در سطوح مدیریت و تحلیل موانع موجود

منیژه قره‌چه

آموزش ، اشتغال، زنان و توسعه ملی، صفحات: ۱۱۸-۱۲۶

■ (طراحی مدل تناسب درجه ی تمرکز پلتفرم با سطح بلوغ کاربران و تاثیر آن بر عملکرد)مورد مطالعه پلتفرم های حمل و نقل
زینب ابوطالبی نصرآباد
۱۴۰۱

■ طراحی الگوی علامت دهی به ذینفعان کلیدی بیرونی از طریق استراتژی معرفی محصول جدید
عاطفه فتحي
۱۴۰۰

■ طراحی و تبیین الگوی مفهومی عشق برند با تاکید بر عوامل زمینه ای
ابوالفضل براتی کهریزسنگی
۱۴۰۰

■ شناسایی و تبیین الگوی نوع شناسی شکست کسب و کارهای کوچک و متوسط
معصومه محمدی پور پامساری
۱۳۹۹

■ FMCG طراحی و تبیین الگوی پیشایندهای استراتژی فروش در سطح برند در صنعت محصولات مصرفی تند گردش
مسعود جاویدانی
۱۳۹۶

■ طراحی و تبیین مدل عملکرد اتحادهای استراتژیک (رویکرد مبتنی بر قابلیت ها)مورد مطالعه : صنعت نفت
وحید مکی زاده
۱۳۹۴

■ طراحی و تبیین الگوی اعتماد در بانکداری الکترونیکی
خسرو محمدی
۱۳۹۴

■ طراحی مدلی جهت بهبود سبد مصرف قشر کم در امد با استفاده از ابزارهای بازاریابی الکترونیک
عهدیه سادات ختاوختن
۱۳۹۴

■ طراحی و تبیین مدل توسعه ویژگی های چابکی استراتژیک سازمانی در صنایع تولیدی دانش بنیان
سیده معصومه غمخواری
۱۳۹۲

■ طراحی و تبیین مدل عوامل موثر بر عملکرد صادراتی بر اساس رویکرد اصالت منابع
عبدالحسین کریمپور
۱۳۹۰

■ شناسایی و اولویت بندی عوامل تاثیرگذار بر انتخاب رستوران توسط افراد بالای ۵۵ سال
کیمیا قارون دستجردی
۱۴۰۰

■ تاثیر تبلیغات توصیه ای الکترونیکی بر قصد خرید آنلاین با نقش میانجی تصویر برند
نیکو صباغ تبریزی
۱۴۰۰

■ تاثیر نگرش و تمایل مشتری به مشارکت در تبلیغات توسط مشتری بر وفاداری به برند و تمایلات رفتاری
شایان رامبد
۱۴۰۰

■ اثر نقش و همراهی فرزندان در سبک خرید خانواده
سمیرا شرافت
۱۴۰۰

■ عوامل موثر بر جذب مشتریان به برند علی بابا
مریم حسن پور
۱۴۰۰

■ شناسایی الزامات برند سازی محصول کولر آبی ایرانی در بازار عراق
فرشید مهردادی کجباد
۱۴۰۰

■ اندازه گیری اثربخشی تبلیغات در رسانه های اجتماعی در مصرف کنندگان نسل زد
مینا آذر نیا
۱۳۹۹

■ عوامل اثرگذار بر صادرات فرش دستباف ایران از دیدگاه مشتریان برزیلی
امیر برون
۱۳۹۹

■ تاثیر تجربه و شخصیت برند بر اعتبار و وفاداری برند در بانک های خصوصی
مژده فریدنی
۱۳۹۹

■ تاثیر شرکت های مدیریت صادرات بر صادرات شرکت های کوچک و متوسط
زهرا شکرچیان
۱۳۹۹

■ شناسایی ویژگی های موثر چهره های سرشناس بر نگرش نسبت به تبلیغات و قصد خرید
سارا شهنسوازی
۱۳۹۸

■ نقش جوامع برند در ایجاد اعتماد به برند در رسانه‌های اجتماعی

نسرین حافظ غلامعلی زاده

۱۳۹۸

■ شناسایی عوامل اثر گذار بر خود کنترلی در مصرف فست فود

مهری اصانلونیا

۱۳۹۸

■ شناسایی و الویت بندی عوامل موثر بر عدم موفقیت شرکتهای کوچک و متوسط صنایع غذایی

سیدمحمدجواد حسنی ضیابری

۱۳۹۸

■ (عوامل موثر بر بازار گرایی صادراتی و تاثیر آنها بر عملکرد صادراتی)مورد مطالعه شرکتهای صادر کننده زعفران در شهر مشهد

زهرآ آهوئی

۱۳۹۸

■ تاثیر روابط بین سازمانی بر عملکرد صادرات در صنعت پوشاک

الهام عابدی

۱۳۹۷

■ (SMEs) تاثیر تشکیل کنسرسیوم های صادراتی بر صادرات شرکتهای کوچک و متوسط

کوشا احمدی

۱۳۹۷

■ بررسی عوامل موثر بر وفاداری به برند دانشگاه در دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی

محبوبه دهاقین

۱۳۹۶

■ شناسایی و مدل سازی عوامل موثر بر عملکرد صادرات

سیده فاطمه نورموسوی

۱۳۹۶

■ تاثیر مسولیت اجتماعی شرکت بر تصویر برند با نقش میانجی نگرش مشتری

مرضیه نوفرستی

۱۳۹۶

■ شناسایی و رتبه بندی چالش ها و محدودیتهای بازاریابی کسب و کارهای کوچک و متوسط

شهرام تاتاری

۱۳۹۵

■ عوامل موثر بر استفاده مجدد از همراه بانک

طاهره شیخ

۱۳۹۵

■ (تبیین اثر قدمت و اشتها سازمان برمسولیت اجتماعی سازمان (صنعت فولاد ایران

سیده فاطمه آقائی لنکرانی

۱۳۹۵

■ (تاثیر فعالیت های بازاریابی بر کیفیت رابطه با مشتریان (مورد مطالعه بانک کشاورزی

نیلوفر یعقوبی اسکویی

۱۳۹۵

موضوع رساله : شناسایی و ارزیابی علل و عوامل موثر بر صادرات پایدار شرکت های تولیدی کاشی و سرامیک پذیرفته شده در بازار بورس

■ اوراق بهادار

سلمان عوضی خراودی

۱۳۹۴

ارزیابی و انتخاب معیارهای تاثیر گذار در گزینش شرکت های عرضه کننده سامانه پورتال سازمانی(مطالعه موردی شرکت های فعال در شهر

■ (تهران

مهران حسینی

۱۳۹۴

■ شناسایی و ارزیابی انتظار خریداران بیمه از خدمات بیمه صادراتی

سعید مینائی

۱۳۹۴

■ شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر در بازاریابی موسسه های آموزشی زبان های خارجی

ندا اصغری

۱۳۹۴

■ بررسی فرآیند مدیریت دانش در معاونت پژوهشی دانشگاه شهید بهشتی

سارا گلشن شیرازی

۱۳۹۴

■ بررسی تاثیر سطوح بلوغ مدیریت دانش بر میزان دستیابی به دانش فردی

نادر زارع خورمیزی

۱۳۹۴

■ شناسایی عوامل موثر بر عملکرد منطقه آزاد تجاری چلفا

میلاد سروری

۱۳۹۴

■ شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در صنعت دارویی ایران

منار فیک دوست

۱۳۹۴

■ شناسایی و ارزیابی عوامل موثر بر واردات واکسن های طیور

■ (تاثیر بازاریابی حسی بر رفتار خرید ناگهانی اشخاص) (مورد مطالعه : مراکز خرید شهر تهران

مریم صمدزادگان

۱۳۹۴

■ شناسایی پتانسیل صادراتی ایران در صادرات فرآورده های غذایی حلال ایران به کشور روسیه

فاطمه خواجه فینی

۱۳۹۴

■ رقابت پذیری صادراتی صنایع تجهیزات رایانه ای ایران

ابراهیم وکیل یزدی

۱۳۹۴

■ (بررسی اثر ارزش ادراکی و اشتیاق بر حفظ گردشگری مذهبی) (مطالعه موردی : شهر مقدس قم

الهه محمدی نصرآبادی

۱۳۹۳

■ ارایه چارچوبی برای استقرار بازاریابی مبتنی بر ایمیل در کسب و کارهای الکترونیک

عاطفه امیدواراللوئی بزرگ

۱۳۹۳

■ شناسایی و ارزیابی عوامل موثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک انصار

فاطمه حسینی

۱۳۹۳

■ (بررسی ادراک از هزینه های جابجایی برند و تاثیر آن بر حفظ مشتریان) (مطالعه موردی : خدمات دندانپزشکی

پرریان اکتائی

۱۳۹۳

■ شناسایی و اولویت بندی نیازها و انتظارات دانشجویان از خدمات بانکی و ارائه راهکارهای تحقیق آنها

سمیه عربامری

۱۳۹۲

■ (ارزیابی تاثیر ابعاد کیفیت و نگرش مصرف کننده بر ترجیح نام تجاری) (مورد مطالعه رستوران های شهر تهران

جواد کوشکی

۱۳۹۲

■ بررسی عوامل اثر گذار بر استفاده از همراه بانک در ایران

معصومه محمدی پور پامساری

۱۳۹۲

■ تبیین و ارزیابی عوامل موثر بر جابه جایی کانال خرید مشتریان بر اساس الگوی رفتار برنامه ریزی شده

■ بررسی و مقایسه اثرات گروه همسالانبر قصد خرید جوانان با تاکید بر طبقه بندی نوع محصول

گلاره قاسمی

۱۳۹۲

■ (تعیین موانع استفاده از فناوری اطلاعات در شرکت های کوچک و متوسط (مطالعه موردی صنایع غذایی شهر تهران

مریم اسدی

۱۳۹۲

■ تبیین و تحلیل نقش مدل سلسله مراتبی خانواده گرایی و تاثیر آن بر تعارض عاطفی در کسب و کارهای خانوادگی

کاوه رودری

۱۳۹۱

■ (شناسایی و ارزیابی ابعاد برند سازی داخلی در صنعت بانکداری (مطالعه موردی بانک کشاورزی

شهرام جمالی کاپک

۱۳۹۱

■ تبیین نحوه اثر گذاری چهره های سرشناس ورزشی بر نیت رفتاری و تصمیمات خرید نوجوانان

بهناز ضیائی مداح

۱۳۹۱

■ ارزیابی موانع توسعه گردشگری پزشکی در ایران

محمدحسین زاهدیان نژاد

۱۳۹۱

■ شناسایی عوامل موثر بر رشد بنگاه های کوچک و متوسط در صنعت صنایع غذایی

اعظم کمالی

۱۳۹۰

در شهرک های صنعتی AHP انتخاب شیوه بهینه کسب اطلاعات بازاریابی در سیستم اطلاعات بازاریابی بر اساس عملکرد با استفاده از تکنیک

■ شهر کرمان

هومن پورامینی

۱۳۹۰

■ بررسی عوامل اثر گذار بر درخواست های خرید نوجوانان ۱۶-۱۳ ساله و خرید های متعاقب والدین آن ها

لیدا حیدری

۱۳۹۰

■ شناسایی انتظارات مشتریان عمده در بانک اقتصاد نوین

اعظم السادات کهندانی

۱۳۹۰

■ بررسی و مقایسه سبک های تصمیم گیری مصرف کننده در میان زنان شاغل و غیر شاغل

الهام السادات میرهاشمی

۱۳۹۰

■ ارزیابی باورهای موثر بر نگرش مثبت نسبت به تبلیغات اینترنتی

روح اله رفیعی

۱۳۹۰

■ تاثیر منابع مزیت زا بر انتخاب نوع قرار دادهای اکتشاف و توسعه جاری صنعت نفت ایران

الهه رضا قلی زاده شیروان

۱۳۸۹

■ (تعیین عوامل موثر داخلی بر نقش بازاریابی در بنگاههای کوچک و متوسط) (مطالعه موردی صنعت مواد غذایی در استان تهران

مجتبی شکری مرزنگو

۱۳۸۹

■ (تاثیر تصویر کشور مبدا بر تصمیم خرید مصرف کننده) (مطالعه موردی : لوازم خانگی کره ای

لادن خدابخش

۱۳۸۹

■ شناسایی اهمیت عناصر موثر در بسته بندی با رویکرد تحلیل همزمان مطالعه موردی صنعت شکلات

شیما برادران فرشچی

۱۳۸۹

■ تبیین تاثیر اعتماد کارکنان به سبک رهبری بر تعهد سازمانی

مرجان صفری نژاد

۱۳۸۹

■ (بررسی تاثیر هنجارهای ذهنی بر قصد خرید مشتری)(مورد مطالعه مقایسه پوشاک زنانه وارداتی و تولید داخل

مهسا رسا

۱۳۸۹

■ بررسی تاثیر نو جوئی مصرف کننده دانش محصول و اعتماد به نام تجاری والد بر پذیرش توسعه نام تجاری

یاسر جباری سلوکلو

۱۳۸۹

■ و تاثیر آن بر توسعه صادرات در استان بوشهر EMC بررسی نحوه راه اندازی شرکت مدیریت صادرات

فیروز شمشیری

۱۳۸۵

■ شناسایی الگوی بهینه دستیابی به مزیت رقابتی در صادرات کفش و دمپایی از طریق استراتژی های رقابتی پورتر

رضا مرادی

۱۳۸۵

■ بررسی تاثیر عوامل بازار ایابی خدمات بر رضایت مصرف کنندگان خدمات خطوط منظم (لاینر) کشتی رانی جمهوری اسلامی ایران

محمدرضا حجاب

۱۳۸۵