

بنام توانگر دانا

برخی سوابق علمی - پژوهشی و آموزشی



نام : مهرا ن

نام خانوادگی: رضوانی

شماره تماس: ۰۹۱۲۲۸۹۶۳۴۶ - ۸۸۲۲۵۰۰۲

دانشیار پایه ۱۷ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

[m.rezvani@ut.ac.ir](mailto:m.rezvani@ut.ac.ir)

[mehran.rezvani@gmail.com](mailto:mehran.rezvani@gmail.com)

[www.Drrezvani.ir](http://www.Drrezvani.ir)

(۱) پیشینه تحصیلی:

ردیف	مقطع	رشته تحصیلی	نام دانشگاه	شروع	خاتمه
۱.	دکتری	مدیریت بازاریابی بین الملل	تربیت مدرس	۱۳۸۴	۱۳۸۸
عنوان رساله: طراحی الگوی بازاریابی کارآفرینانه بین المللی در بنگاه های صنعتی ایران؛ رویکرد ترکیبی، استاد محترم راهنما: جناب آقای دکتر سیدحمید خدادادحسینی- اساتید محترم مشاور: جناب آقایان دکتر عادل آذر و دکتر پرویز احمدی- نمره عالی (۱۹,۵)، رتبه نخست دوره.					
۲.	کارشناسی ارشد پیوسته	مدیریت صنعتی	امام صادق (ع)	۱۳۷۸	۱۳۸۴
عنوان پایان نامه: طراحی مدل ارزیابی عملکرد در شرکت های بخش خصوصی ایران براساس مدل های برتری سازمانی با رویکرد MADM، نمره ۹۵، استاد محترم راهنما: جناب آقای دکتر علی رضائیان.					
۳.	دیپلم	ریاضی - فیزیک	علامه حلی	۱۳۷۷	۱۳۷۸

(۲) برخی افتخارات و تقدیر نامه ها:

۱. عضو سطح یک بنیاد ملی نخبگان
۲. انتخاب طرح پژوهشی با عنوان «ارزیابی آمادگی بین المللی شدن شرکت نقش اول کیفیت» به عنوان «طرح کاربردی نمونه» در بیست و پنجمین جشنواره پژوهش و فناوری دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۵.
۳. انتخاب طرح پژوهشی با عنوان «طراحی مدل کسب و کار بانک قرض الحسنه رسالت از حیث جذب و تخصیص منابع» به عنوان «طرح کاربردی نمونه» در بیست و چهارمین جشنواره پژوهش و فناوری دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۴.
۴. دریافت نشان دهخدا در اولین دوره کتاب سال اعضای هیئت علمی دانشگاه های سراسر کشور ویژه علوم انسانی به مناسبت برگزیده شدن اثر تألیفی مشترک با عنوان «کارآفرینی بین المللی» به عنوان یکی از ۵ اثر

- برگزیده کتاب‌های منتشرشده کل کشوری سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۹۳ و دریافت لوح تقدیر توأمان از وزیر محترم علوم، تحقیقات فناوری، وزیر محترم کار، تعاون و رفاه اجتماعی و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۴.
۵. احراز مقام پژوهشگر جوان نمونه دانشگاه تهران در بیست و سومین جشنواره پژوهش و فناوری دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۳.
۶. تقدیرنامه به‌واسطه انتخاب پایان‌نامه دانشجوی تحت راهنمایی به‌عنوان پایان‌نامه نمونه در سطح دانشگاه در بیست و سومین جشنواره پژوهش دانشگاه تهران، دانشجو، آقای مرتضی خزایی پول، سطح برگزاری: دانشگاه، مرجع تأییدکننده: رئیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۳.
۷. تقدیرنامه از معاون محترم پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به‌واسطه تصدی دبیر علمی اولین همایش ملی برند و شرکت‌های دانش‌بنیان در پارک علم و فناوری قزوین در سال ۱۳۹۲.
۸. تقدیرنامه به‌واسطه انتخاب پایان‌نامه دانشجوی تحت راهنمایی به‌عنوان پایان‌نامه نمونه در سطح دانشگاه در بیست و یکمین جشنواره پژوهش دانشگاه تهران، دانشجو، آقای محمدتقی طغرای، سطح برگزاری: دانشگاه، مرجع تأییدکننده: رئیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۱.
۹. برگزیده اول بخش جوان پنجمین دوره جشنواره فارابی در گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری و دریافت لوح تقدیر از وزیر محترم علوم، تحقیقات و فناوری، معاون محترم علم و فناوری رئیس‌جمهور، رؤسای محترم سازمان‌های آیسسکو و یونسکو ایران در سال ۱۳۹۰.
۱۰. انتخاب رساله دکتری به‌عنوان رساله برتر دانشگاه تربیت‌مدرس در سال ۱۳۸۹.
۱۱. اخذ گواهینامه صلاحیت مدرسی از دانشگاه تربیت‌مدرس، ۱۳۸۸.
۱۲. احراز رتبه دوم در هفتمین جشنواره علمی نظم و امنیت ناجا در سال ۱۳۸۸.
۱۳. احراز مقام دوم در چهارمین جشنواره ممتازین، مبتکرین و نخبگان سراسر کشور در موضوع پروژه در سال ۱۳۸۴.
۱۴. احراز مقام اول در اولین جشنواره ممتازین، مبتکرین و نخبگان استان تهران در موضوع پروژه در سال ۱۳۸۴.
۱۵. احراز مقام پژوهشگر نمونه دانشگاه امام صادق (ع) و دریافت لوح تقدیر از آیت‌الله مهدوی کنی (رئیس محترم دانشگاه) در سال ۱۳۸۲.

### ۳) علایق پژوهشی و مطالعاتی

۱. بازاریابی کارآفرینانه (بکارگیری مفاهیم دانش بازاریابی مرسوم و الکترونیکی در کسب‌وکارهای نوظهور، تازه تأسیس، کوچک و متوسط، با رشد سریع و کسب‌وکارهای تثبیت شده دارای رفتار کارآفرینانه)
۲. کارآفرینی بین‌المللی (بکارگیری مفاهیم کسب‌وکار بین‌الملل، تجارت بین‌الملل و بازاریابی بین‌الملل در توسعه فرامرزی کسب‌وکارهای کارآفرین)

#### (۴) برخی فعالیت های اجرایی

۱. مدیر گروه کارآفرینی سازمانی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، از شهریور ۱۳۹۴- ادامه دارد.
۲. عضو هیئت تحریریه مجله " پژوهش های رفتار مصرف کننده"، از ۱۳۹۵
۳. رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل موسسه مشاوره دانش بنیان نوآوری گوهر کسب و کار، از بهمن ۱۳۹۵- ادامه دارد.
۴. نایب رئیس هیئت مدیره شرکت مرجع توسعه دانش و پژوهش کارآفرینی ایرانیان وابسته به دانشگاه تهران، از ۱۳۹۳- ادامه دارد
۵. رئیس کارگروه مدیریت بازار انجمن مشاوران مدیریت ایران، ۱۳۹۴- ۱۳۹۶
۶. عضو انجمن حرفه ای بیمه گران ایران از ۱۳۹۲
۷. عضو کمیته ایرانی اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران در حوزه های بازرگانی و بانک و بیمه
۸. عضو اتاق فکر سطح یک معاونت آماذ و پشتیبانی ناجا (۱۳۹۰- ۱۳۹۲)
۹. عضو انجمن مشاوران مدیریت ایران، از ۱۳۹۱- ادامه دارد
۱۰. عضو کمیته اجرایی همایش ملی کارآفرینی خوانسار (۱۳۹۰).
۱۱. عضو کمیته پژوهشی اولین کنفرانس تبلیغات خلاق بانکی (۱۳۸۸).
۱۲. عضو ستاد تدوین برنامه پنجم توسعه کشور در بخش آموزش عالی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، (۱۳۸۷).
۱۳. عضو ستاد تدوین برنامه پنجم توسعه کشور در بخش صنعت و معدن، حوزه نیرو محرکه و خودرو، وزارت صنایع و معادن، (۱۳۸۷).
۱۴. عضو هیئت علمی و سرپرست گروه پژوهش های عمومی پژوهشکده بیمه مرکزی ایران؛ (۱۳۸۶).
۱۵. عضو هیئت علمی قراردادی دانشگاه امام رضا(ع)؛ (۱۳۸۵- ۱۳۸۶).
۱۶. کارشناس ناظر پروژه های برنامه ریزی استراتژیک، ارزیابی عملکرد و عارضه یابی سازمانی شرکت نوسازی صنایع ایران؛ (۱۳۸۳- ۱۳۸۴).
۱۷. کارشناس ارشد بخش مشاوره سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی شرق؛ (۱۳۸۳).
۱۸. کارشناس پژوهشی بخش تحقیق و مدیریت استراتژیک سازمان مدیریت صنعتی؛ (۱۳۸۲- ۱۳۸۳).
۱۹. کارشناس معاونت فرهنگی شورای سیاستگذاری ائمه جمعه کل کشور؛ (۱۳۸۱).

#### (۵) برخی طرح های تحقیقاتی کاربردی:

۱. پروژه «مطالعه شرایط و مقتضیات و تدوین نقشه راه بین المللی سازی بانک آینده»، کارفرما: بانک آینده، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۷.
۲. پروژه «طراحی و کمک به اجرای برنامه جامع بازاریابی (آسیب شناسی، طراحی استراتژی و تدوین برنامه های عملیاتی) شرکت بیمه رازی»، کارفرما: شرکت بیمه رازی، خاتمه یافته، مشاور پروژه، ۱۳۹۷.

۳. پروژه « بررسی اسناد مزایده واگذاری پروانه ایجاد و بهره برداری از شبکه خدمات پستی»، کارفرما: سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۶.
۴. پروژه «طراحی و کمک به اجرای برنامه جامع بازاریابی (آسیب شناسی، طراحی استراتژی و تدوین برنامه های عملیاتی) شرکت سپهر کویر یزد»، کارفرما: شرکت سپهر کویر یزد، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۵.
۵. پروژه «طراحی و کمک به اجرای برنامه جامع بازاریابی (آسیب شناسی، طراحی استراتژی و تدوین برنامه های عملیاتی) شرکت پرشین پوشش پلیمر»، کارفرما: شرکت پرشین پوشش پلیمر، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۵.
۶. پروژه «ارزیابی آمادگی بین المللی شدن شرکت نقش اول کیفیت (NAK)» (وابسته به شرکت همراه اول)، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت نقش اول کیفیت، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۴.
۷. پروژه «تدوین برنامه شناخت و ارزیابی بازارهای هدف بین المللی پودر ریشه شیرین بیان»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت سرمایه گذاری تدبیر، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۴.
۸. پروژه «ارزیابی موشکافانه (شرکت آزمایی: Due Diligence) شرکت سیمرغ آهنین»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت سرمایه گذاری کیان پرتال، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۴.
۹. پروژه «طراحی و کمک به اجرای برنامه جامع بازاریابی (آسیب شناسی، طراحی استراتژی و تدوین برنامه های عملیاتی) شرکت کاشی مرجان»، کارفرما: شرکت کاشی مرجان، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۳-۱۳۹۴.
۱۰. پروژه «بررسی روند خصوصی سازی در شرکت آب و فاضلاب خوزستان (فرصت ها و تهدیدها)؛ تدوین برنامه ریزی استراتژیک و ارائه مدل مطلوب خصوصی سازی»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت آب و فاضلاب خوزستان، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۱-۱۳۹۴.
۱۱. پروژه «برنامه ریزی بازاریابی، طراحی برنامه ورود به بازارهای جدید، شناسایی عملیاتی فرصت های موجود و جذب منابع بازار بیمه در سرزمین اصلی و مناطق آزاد و ویژه و برنامه ریزی بازار و جذب منابع در بیمه های زندگی»، کارفرما: شرکت سرمایه گذاری کیان، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۳.
۱۲. پروژه «طراحی سند استراتژی های کلان و محوری شرکت بیمه حافظ»، کارفرما: شرکت بازرگانی توسعه بازار حافظ، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۳.
۱۳. پروژه «تدوین سند توسعه فرهنگ بیمه کشور»، (مجری طرح)، کارفرما: بیمه مرکزی، خاتمه یافته، ۱۳۹۲. رونمایی اثر توسط وزیر اقتصاد و دارایی و هیئت عامل بیمه مرکزی و ابلاغ به کلیه شرکت های بیمه و انتشار در قالب کتاب
۱۴. پروژه «طراحی مدل کسب و کار، سند استراتژی، ساختار بازاریابی و برنامه های عملیاتی بازاریابی بانک رسالت»، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۱-۱۳۹۲.
۱۵. پروژه «شناخت وضع موجود و تحلیل بازار شرکت بیمه حافظ (سهامی عام)»، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۲.
۱۶. پروژه ملی «تدوین سند رسانه ای توسعه کمی و کیفی زیارت امام رضا (ع)»، کارفرما: پارک علم و فناوری خراسان رضوی، خاتمه یافته، مدیر پروژه، ۱۳۹۰-۱۳۹۱.
۱۷. پروژه «جایگاه سرمایه اجتماعی در ارتقاء نوآوری فعالیت های بازاریابی کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک و متوسط»، کارفرما: صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران کشور، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۹۱.
۱۸. پروژه «برنامه ریزی استراتژیک دانشگاه حکیم سبزواری»، (مشاور ارشد)، خاتمه یافته، ۱۳۹۱.
۱۹. پروژه «امکان سنجی و تحلیل بازار طلا برای طلا»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.
۲۰. پروژه های «برنامه جامع و راهبردی کسب و کار تعاونی اعتبار اسماء» (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.

۲۱. پروژه «سازماندهی و راهبردی امور مربوط به تأسیس و راه‌اندازی مؤسسه مالی اعتباری در شرف تأسیس اسماء»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.
۲۲. پروژه «امکان‌سنجی و پیاده‌سازی زبان گزارشگری تجاری گسترش‌پذیر (XBRL) در بازار سرمایه»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت فناوریان بازار سرمایه، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.
۲۳. پروژه «برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت گاز استان خراسان شمالی» (مشاور پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.
۲۴. پروژه «عارضه‌یابی بازاریابی بانک مسکن»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۹.
۲۵. پروژه «برنامه‌ریزی استراتژیک دانشگاه فردوسی مشهد» (مدیر تیم‌های پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۲۶. پروژه «برون‌سپاری استراتژیک فعالیت‌های آماد و پشتیبانی ناجا»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۸. طرح برتر ناجا در سال ۱۳۸۹.
۲۷. پروژه «آسیب‌شناسی خلاقانه و طراحی برنامه بازاریابی و فروش محصولات و جذب آگهی»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت کتاب اول، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۲۸. پروژه «مطالعات بازار و برنامه‌ریزی بازاریابی و فروش نرم‌افزار در سایه‌های ملکوت»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت آوین رسانه فیلم، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۲۹. پروژه «سازماندهی فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات بانک تات (آینده)»، (مدیر کمیته بازاریابی و توسعه بانک)، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۳۰. پروژه «برنامه‌ریزی بازاریابی و تحلیل صنعت تعاونی‌های اعتبار»، کارفرما شرکت سرمایه‌گذاری تات (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۷.
۳۱. پروژه «برنامه‌ریزی بازاریابی و تحلیل صنعت باتری صنعتی شرکت پارسیان پارت پاسارگاد»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۷.
۳۲. پروژه «مطالعات بازار و توجیه‌پذیری راه‌اندازی بزرگترین مجموعه گردشگری کشور»، کارفرما: شرکت توسعه سیاحان ایران، (سرپرست کارگروه بازاریابی و تبلیغات پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۳۳. پروژه «مطالعات بازار و توجیه‌پذیری راه‌اندازی کارخانه آرد»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت تعاونی تولیدی توزیعی کارکنان و بازنشستگان خدمات درمانی نیروهای مسلح، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۳۴. پروژه «مطالعات بازار و توجیه‌پذیری راه‌اندازی کارخانه پروفیل»، (مدیر پروژه)، کارفرما: شرکت تعاونی تولیدی توزیعی کارکنان و بازنشستگان خدمات درمانی نیروهای مسلح، خاتمه یافته، ۱۳۸۸.
۳۵. پروژه «برنامه‌ریزی استراتژیک پژوهشگاه مهندسی ژنتیک و زیست‌فناوری» (مدیر تیم)، خاتمه یافته، ۱۳۸۷.
۳۶. پروژه «برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۷.
۳۷. پروژه ملی «تحول راهبردی آموزش عالی کشور»، (مدیر تیم)، کارفرما: وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، خاتمه یافته، ۱۳۸۷.
۳۸. پروژه «عارضه‌یابی و برنامه‌ریزی بازاریابی شرکت سپاهان باتری»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۶.
۳۹. پروژه ملی «تدوین استراتژی توسعه بخش معدن کشور؛ تیم مطالعات کشورهای منتخب و سازمان‌های همجوار»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۶.
۴۰. پروژه ملی «طراحی برنامه‌های عملیاتی استراتژی توسعه صنعتی کشور؛ بخش صنایع ماشین‌سازی و نیرو محرکه»، (مدیر پروژه)، خاتمه یافته، ۱۳۸۶.

۴۱. پروژه «طراحی ساختار کلان معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری»، (همکار اصلی)، خاتمه یافته، ۱۳۸۵-۱۳۸۶.
۴۲. پروژه «تبیین چالش‌های مدیران مناطق نفت‌خیز کشور در چشم‌انداز ۲۰ساله»، (همکار)، خاتمه یافته، ۱۳۸۵.
۴۳. پروژه «تدوین مأموریت سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور»، (ناظر کیفی)، ۱۳۸۵.
۴۴. طرح ملی «نظارت و ارزیابی دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت کارآفرینی جوانان سراسر کشور»، (مدیر پروژه نظارت)، کارفرما: سازمان ملی جوانان. مجری: سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کل کشور، ۱۳۸۵-۱۳۸۴.
۴۵. پروژه «عارضه‌یابی سازمانی گروه تولیدی جاده ابریشم»، (همکار اصلی)، خاتمه یافته، ۱۳۸۴.
۴۶. پروژه «عارضه‌یابی سازمانی شرکت مشهد سبک»، (همکار اصلی)، خاتمه یافته، ۱۳۸۳.
۴۷. پروژه «ارزیابی توانمندی تکنولوژی و ممیزی تکنولوژی در بنگاه‌های اقتصادی»، (همکار)، کارفرما: سازمان مدیریت صنعتی، خاتمه یافته، ۱۳۸۲.
۴۸. پروژه ملی «طراحی مدل انتخاب و تشویق مدیران برجسته صنعت»، (همکار)، کارفرما: سازمان گسترش و نوسازی صنایع، خاتمه یافته، ۱۳۸۲.
۴۹. پروژه «بررسی موانع و مشکلات انتقال مناسب فناوری در صنعت خودرو ایران»، (همکار اصلی)، کارفرما: کنفدراسیون صنعت، خاتمه یافته، ۱۳۸۲.
۵۰. پروژه مطالعاتی «طرح جامع بهبود مستمر فرایندها در مرکز بهمن موتور»، (مجری)، خاتمه یافته، ۱۳۸۱.
۵۱. پروژه «ارزیابی سیستم اطلاع‌رسانی مجمع تشخیص مصلحت نظام»، (همکار)، خاتمه یافته، ۱۳۸۱.

#### ۶) برخی مقاله‌های علمی - پژوهشی داخلی و خارجی

۱. محبت طلبت، علی، رضوانی، مهران و ضیاء، بابک؛ (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین بازاریابی کارآفرینانه و وفاداری به برند در صنایع غذایی لبنی (مورد مطالعه: برند کاله)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۱، شماره ۱، صص: ۱۴۱-۱۶۰.
۲. یارمحمدی، مریم و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۷)، واکاوی فرایندهای نوآوری شرکت‌های طرف عرضه در زیست بوم پلتفرم فناورانه (مورد مطالعه: شرکت‌های کوچک نرم‌افزاری)، مجله بهبود مدیریت، دوره ۱۲، شماره ۱، صص: ۱۰۵-۱۲۵.
۳. رضوانی، مهران، داوری علی و افراسیابی، راحله؛ (۱۳۹۷)، طراحی مدل کسب و کار باشگاه مشتریان در صنعت بیمه با تاکید بر نوآوری و بلوک مشتریان، مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۸، شماره ۱، صص: ۸۹-۱۱۲.
۴. یارمحمدی، مریم، رضوانی، مهران و البرزی، محمود؛ (۱۳۹۶)، واکاوی اهداف و توانمندسازهای مشارکت در زیست بوم پلتفرم از دیدگاه نوآوران طرف عرضه در صنعت نرم‌افزار: شرکتهای کوچک مستقر در تهران، فصلنامه مدیریت نوآوری، دوره ۶، شماره ۲، صص: ۶۵-۸۶.
۵. فنایی مرحمت، لیلا، زالی، محمدرضا، رضوانی، مهران و کرد نائیح، اسدالله؛ (۱۳۹۶)، ارائه مدل مفهومی یادگیری کارآفرینانه سازمانی، مجله مطالعات رفتار سازمانی، دوره ۶، شماره ۶، صص: ۳۳-۵۴.
۶. شافعی، رضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۶)، آمادگی کسب و کار الکترونیکی شرکتهای کوچک و متوسط صنعتی برای حضور در بازارهای اینترنتی، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۱۲، شماره ۱، صص: ۳۱-۴۹.
۷. ضیاء، بابک، رضوانی، مهران و بیاتی، الهه؛ (۱۳۹۶)، ارائه چارچوبی به منظور شبکه سازی بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط در حوزه صنایع دارویی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۳، صص: ۱-۲۱.

۸. مبارکی، محمدحسن، رضوانی، مهران، یدالهی فارسی، جهانگیر و طغرایبی، محمدتقی؛ (۱۳۹۵)، طراحی و تبیین مدل مفهومی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای خلاق هنری؛ مورد مطالعه: صنایع خلاق؛ فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال ششم، شماره سوم، شماره پیاپی (۲۲)، صص: ۳۷-۵۲.
۹. رضوانی، مهران، اصلاحی، محمد؛ (۱۳۹۵)؛ ارائه مدل کسب و کار الکترونیکی صنعت بانکداری کشور با استفاده از روش شناسی پژوهش آمیخته، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۶، شماره ۴، صص: ۱۹-۴۱.
۱۰. رضوانی، مهران، فتابی، پریسا؛ (۱۳۹۵)، شناسایی راهبردهای بازاریابی برای تأمین مالی شرکت‌های در مرحله رشد (مورد مطالعه: شرکت‌های فعال صنعت غذایی استان تهران)؛ فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۲، صص: ۲۷۷-۲۹۶.
۱۱. طغرایبی، محمد تقی، رضوانی، مهران و مبارکی، محمد حسن؛ (۱۳۹۵)، طراحی الگوی بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای فرهنگی - هنری، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۳، صص: ۴۷۳-۴۹۱.
۱۲. طغرایبی، محمدتقی، رضوانی، مهران، مبارکی، محمدحسن، یدالهی فارسی، جهانگیر؛ (۱۳۹۵)، شناسایی عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی فرهنگی در صنایع دستی عشایری، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۵، شماره ۳، صص: ۲۱-۳۷.
۱۳. چیت‌سازان، هستی، رضوانی، مهران، بافکر دوست‌آباد، رضا؛ (۱۳۹۴)، شناسایی و سطح‌بندی عوامل مؤثر بر ارزش‌گذاری کسب و کارهای جدید توسط سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۴، صص: ۵۹۱-۶۰۹.
۱۴. رضوانی، مهران، خداداد حسینی، سید حمید و کیایی، کیاندرخت؛ مدل‌یابی تأثیر بازاریابی و بررسی بر ارزش ویژه برند مشتری محور در بازار تلفن همراه تهران، مجله مدیریت بازرگانی، انتشار آنلاین از تیرماه ۱۳۹۴.
۱۵. گلابی، امیر محمد، زالی، محمدرضا، یدالهی فارسی، جهانگیر و رضوانی، مهران؛ بافت‌پردازی و مفهوم‌پردازی نوسازی راهبردی کارآفرینانه (مطالعه موردی صنعت کاشی و سرامیک ایران)؛ مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، در انتظار چاپ.
۱۶. امینی، محمدتقی، پرهیزگار، محمد مهدی، رضوانی، مهران و فرجام، سعید؛ طراحی مدل مفهومی کارآفرینی ارزش‌آفرین با رویکرد فقهی، مجله علمی پژوهشی فقه، مبانی حقوق اسلامی، در انتظار چاپ.
۱۷. شافعی، رضا و رضوانی، مهران؛ میزان آمادگی کسب و کار الکترونیکی شرکت‌های کوچک و متوسط صنعتی برای حضور در بازارهای اینترنتی و عوامل مرتبط با آن با رویکردی ترکیبی، مجله اقتصاد و تجارت نوین، در انتظار چاپ.
۱۸. میگون‌پوری، محمدرضا، رضوانی، مهران و جعفری، محمد علی؛ مستندسازی روش‌های بازاریابی و فروش در شرکت‌های دانش‌بنیان فناور مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، مجله اقتصاد و تجارت نوین، در انتظار چاپ.
۱۹. خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد و رضوانی، مهران؛ طراحی مدل برندسازی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط صنایع غذایی ایران، فصلنامه تجاری‌سازی فناوری، در انتظار چاپ.
۲۰. رضوانی، مهران، مشبکی، اصغر؛ Beyond Managerialism: (An Exploration of Paradigm Shift in Academic Managerialism in IRAN) مجله تحقیقات فرهنگی، در انتظار چاپ.
۲۱. مبینی دهکردی، علی، رضوانی، مهران و وهابی ابیانه، محبوبه؛ (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا بر ایجاد مزیت رقابتی (مورد مطالعه: شرکت‌های ساختمانی شهر تهران)، مجله فصلنامه مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی، سال ۴، شماره ۱۷، صص: ۲۷-۵۲.

۲۲. امینی، محمدتقی، پرهیزگار، محمد مهدی، رضوانی، مهران و فرجام، سعید؛ (۱۳۹۴)، طراحی مدل مفهومی کارآفرینی ارزش آفرین (موج چهارم)، *مجله تحقیقات بازاریابی نوین (ویژه نامه چهارمین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی دانشگاه پیامنور مرکز خونسار)*، صص: ۲۱-۳۰.
۲۳. رضوانی، مهران، مبارکی، محمدحسن و ایران نژاد پاریزی، الهام؛ (۱۳۹۳)؛ بازاریابی حسی و توسعه خدمت جدید مورد مطالعه: بانک رسالت، *مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی*، سال ۱۳، شماره ۱۷، صص: ۱۸۱-۱۹۸.
۲۴. رضوانی، مهران و واحد وحدت کار، مهدی؛ (۱۳۹۳)، مطالعه آینده نگارانه پیشایندهای راهبرد کارآفرینی سازمانی؛ مورد مطالعه: شهرداری تهران، *مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی*، شماره ۱۹، صص: ۱۶۱-۱۸۳.
۲۵. مبینی دهکردی، علی، رضوانی، مهران، داوری، علی و فروزان، فاطمه؛ (۱۳۹۳)؛ طراحی مدل کسب و کار نوآورانه B2C برای شرکت های پخش مطالعه موردی شرکت گلرنگ پخش، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۷، شماره ۳، صص: ۵۶۹-۵۸۸.
۲۶. رضوانی، مهران و مهرنیا، سیران؛ (۱۳۹۳)؛ مدلی برای ارزش ویژه برند مشتری محور مبتنی بر عناصر آمیخته ترفیع (مورد مطالعه: شرکت های صنایع لبنی فعال در بازار تهران)، *مجله تحقیقات بازاریابی نوین*، سال ۴، شماره ۲، صص: ۲۳-۴۰.
۲۷. گلابی، امیر محمد، خداداد حسینی، سید حمید؛ یدالهی، جهانگیر و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۰)؛ مفهوم پردازی نقش فرد کارآفرین در بازاریابی کسب و کارهای خانگی محور، *مجله مدیریت بازاریابی*، شماره ۱۱، صص: ۶۴-۸۴.
۲۸. محمدی الیاسی، قنبر؛ رضوانی، مهران؛ فرامرزی، ملیحه و نوتاش، هادی، (۱۳۹۲)، شناسایی روش های یادگیری توسعه محصول جدید در کسب و کارهای با رشد سریع (مطالعه موردی صنایع تکنولوژی پیشرفته)، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۶، شماره ۱، صص: ۷-۲۶.
۲۹. رضوانی، مهران و اصلاحی، محمد؛ (۱۳۹۲)؛ مفهوم پردازی مدل های کسب و کار الکترونیک صنعت بانکداری و ارائه الگو در بانک های نوظهور، *مجله پژوهشنامه مدیریت تحول*، سال ۵، شماره ۱۰، صص: ۱۲۵-۱۴۴.
۳۰. رضوانی، مهران، خداداد حسینی، سید حمید و طغرای، محمد تقی؛ (۱۳۹۱)، نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در بازاریابی بنگاه های کارآفرین: صنایع غذایی، *مجله پژوهش های مدیریت منابع سازمانی*، سال ۲، شماره ۱، صص: ۶۷-۹۰.
۳۱. نقابی، سعید، زعفریان، رضا، یوسفی، محسن، رضوانی، مهران، (۱۳۹۱)، تبیین نقش رابطه ای رفتار شبکه سازی در رفتار کارآفرینانه (مطالعه موردی شرکت های مستقر در پارک های علم و فناوری)، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۴، شماره ۱۵، صص: ۲۵-۴۳.
۳۲. رضوانی، مهران و خرمشاهی، نرگس، (۱۳۹۱)، مستندسازی شیوه های نوین ترفیع در کسب و کارهای کوچک و متوسط صنعت پوشاک، *مجله تحقیقات بازاریابی نوین*، سال ۲، شماره ۱، پیایی ۴، صص: ۱۶۷-۱۸۴.
۳۳. رضوانی، مهران، گلابی، امیرمحمد؛ (۱۳۹۱)؛ مفهوم پردازی راهبردهای کارآفرینانه در بازاریابی بنگاه های کوچک و متوسط کارآفرین صنایع غذایی، *مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی*، سال ۱۱، شماره ۱۰، صص: ۱۳۷-۱۵۸.
۳۴. طغرای، محمدتقی و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۱)، نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در فعالیت های بازاریابی کارآفرینانه شرکت های کوچک، *مجله تحقیقات بازاریابی نوین*، سال ۲، شماره ۳، پیایی ۶، صص: ۸۷-۱۰۶.
۳۵. رضوانی، مهران، فنایی مرحمت، لیلا، (۱۳۹۱)، بهبود نظام توزیع در شبکه نمایش خانگی رویکرد XTRIZ، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۵، شماره ۳، صص: ۱۸۵-۲۰۳.
۳۶. ربیع، مسعود؛ حق شناس، اصغر و رضوانی، مهران، (۱۳۹۱)، مدل سازی غیرخطی کاهش زمان تامین با لحاظ هزینه فشرده سازی در حالت منبع یابی چندگانه، *مجله پژوهش های مدیریت در ایران*، سال ۱۶، شماره ۴، پیایی ۷۸، صص: ۷۹-۱۰۴.



۳۷. رضوانی، مهران و یزدان‌پناه، زینب، (۱۳۹۰)، مفهوم‌پردازی کارکردهای ترفیع کارآفرینانه مبتنی بر تبلیغات کلامی در فروش بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، *مجله پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی*، سال ۱، شماره ۳، صص: ۷۹-۵۵.
۳۸. رضوانی، مهران؛ طغرای، محمد تقی (۱۳۹۰)؛ نقش‌آفرینی سرمایه اجتماعی سازمانی در گرایش به نوآوری سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)، *مجله پژوهشنامه مدیریت تحول*، سال ۳، شماره ۶، صص: ۵۳-۲۸.
۳۹. رضوانی، مهران، طالبی، کامبیز و توکلیان، سعید؛ (۱۳۹۰)؛ شناسایی مؤلفه‌های بازاریابی نوآورانه در شرکت‌های کوچک و متوسط فناوری‌محور، *مجله فصلنامه مطالعات راهبردی*، شماره ۷، صص: ۹۸-۸۳.
۴۰. رضوانی، مهران، یدالهی فارسی، جهانگیر و برادران، محمد صادق، (۱۳۹۰)، طراحی مدل مفهومی کارآفرینی فناورانه: مورد مطالعه یک سازمان فناوری مخابراتی حمل مسافر، *مجله فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، سال ۶، شماره ۲۳-۲۴، صص: ۱۱۰-۸۹.
۴۱. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید؛ (۱۳۸۹)؛ الگوسازی آمیخته ترفیع با رویکرد منطق فازی- مطالعه موردی صنعت باتری خودرو، *مجله مدیریت بازرگانی*، سال ۲، شماره ۵، صص: ۷۸-۶۱.
۴۲. گلابی، امیر محمد، مهربانی، روزا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۹)، مفهوم‌پردازی فرایند مدیریت بازاریابی در کسب و کارهای دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری شهر اراک، *مجله فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، سال ۶، شماره ۲۱-۲۲، صص: ۷۷-۹۸.
۴۳. رضوانی، مهران، یدالهی فارسی، جهانگیر و واحد وحدت‌کار؛ (۱۳۸۹)؛ پیامدهای راهبرد کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های عمومی غیردولتی، *مجله چشم‌انداز مدیریت دولتی*، سال ۱، شماره ۴، صص: ۱۴۲-۱۱۹.
۴۴. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید، طغرای، محمدتقی؛ (۱۳۸۹)؛ جایگاه نگاشتی سرمایه اجتماعی در راهبردهای کسب و کارهای کوچک و متوسط بر اساس راهبردهای محصول-بازار آنسف، *مجله فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، سال ۵، شماره ۱۹-۲۰، صص: ۸۲-۶۱.
۴۵. رضوانی، مهران، گلابی، امیرمحمد، (۱۳۸۹)؛ بازاریابی چریکی، تعامل مؤثر آموزه‌های تفکر بسیجی و الگوهای موفق بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی کشور، *مجله فصلنامه مطالعات بسیج*، سال ۱۳، شماره ۴۹، صص: ۱۷۴-۱۵۷.
۴۶. گلابی، امیرمحمد، خدادادحسینی، سیدحمید، رضوانی، مهران و جهانگیر یدالهی فارسی؛ (۱۳۸۹)، مفهوم‌پردازی آمیخته بازاریابی در بنگاه‌های صنایع غذایی کوچک و متوسط ایران، *مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، شماره ۳۵، صص: ۴۲-۲۷.
۴۷. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید، آذر، عادل و احمدی، پرویز (۱۳۸۸)؛ تأملی بر مبانی پارادایمیک و پارادایم‌نگاری در مطالعات میان‌رشته‌ای (مورد مطالعه: بازاریابی کارآفرینانه)، *مجله مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*، سال ۲، شماره ۱، صص: ۱۴۷-۱۱۹.
۴۸. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید، آذر، عادل و احمدی، پرویز؛ (۱۳۸۸)؛ مفهوم‌پردازی بازاریابی کارآفرینانه بین‌المللی در بنگاه‌های کارآفرین ایرانی بخش صنایع غذایی، *مجله توسعه کارآفرینی*، سال ۲، شماره ۵، صص: ۵۳-۳۱.
۴۹. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید؛ (۱۳۸۸)؛ مدل‌سازی آمیخته بازاریابی فازی (مطالعه موردی صنعت باطری خودروهای شخصی)، *مجله پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۵۱، صص: ۲۷۷-۲۴۱.
۵۰. رضوانی، مهران، جعفرنژاد، احمد، اسماعیلیان، مجید؛ (۱۳۸۷)؛ مکان‌یابی مراکز توزیع با استفاده از مدل برنامه‌ریزی غیرخطی عدد صحیح، *مجله مدرس علوم انسانی*، سال ۱۲، شماره ۱، صص: ۱۲۵-۱۰۵.

۵۱. رضوانی، مهران، یدالهی فارسی، جهانگیر، واحد وحدت‌کار، مهدی، (۱۳۸۷)؛ طراحی مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی فناوریانه: مطالعه موردی سیستم‌های هوشمند حمل‌ونقل سازمان شهرداری تهران، *مجله فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین*، سال ۳، شماره ۱۴، صص: ۶۴-۸۷.

۵۲. رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید؛ (۱۳۸۷)، طراحی مدل ارتباطات یکپارچه بازاریابی فازی- مورد مطالعه: صنعت تولید تجهیزات پزشکی ورزشی، *مجله چشم‌انداز مدیریت*، شماره ۲۹، صص: ۸۹-۱۳۷.

۵۳. **Rezvani, Mehran**, Rezamand Parsaei, Marzieh & Fathollahzadeh, Zeinab, (۲۰۱۸), The Impact of Viral Marketing on Successful Development of New Financial Services in Life Insurance, *International Journal of Electronic Business*, ۱۴(۳), ۲۳۸-۲۵۵.

۵۴. Ahmadi kafeshani, Abdollah, **Rezvani, Mehran**, Chitsazan, Hasti & MohammadKazemi, Reza, (۲۰۱۸), The Art of Fundraising From Business Angels Based on Entrepreneurial Marketing: A New Insight, *International Journal of Entrepreneurship*, ۲۲(۳), ۱-۱۰.

۵۵. **Rezvani, Mehran** & Fatholah zade, Zeinab, (۲۰۱۸), The Impact of Entrepreneurial Marketing on Innovative Marketing Performance in Small- and Medium-Sized Companies, *Journal of Strategic Marketing*, ۲۶(۳), ۱-۱۳.

۵۶. **Rezvani, Mehran**, lashgari, Mahdi & Yadollahi Farsi, Jahangir. (۲۰۱۸), Organizational Entrepreneurial Alertness Framework in Opportunity Discovery, *Academy of Entrepreneurship Journal*, ۲۴(۲), ۱-۱۲.

۵۷. Toghraee, Mohammad taghi, Mobaraki, Mohammad Hasan, **Rezvani, Mehran** & Yadollahi Farsi, Jahangir. (۲۰۱۷), Entrepreneurial marketing in creative art based businesses, *International Journal of Management Practice*, ۱۰(۱), ۴۰-۵۳.

۵۸. **Rezvani, Mehran**, Davari, Ali & Parvaneh, Nazanin, (۲۰۱۷), Identifying and Prioritizing the Contributory Factors to the Early Internationalization of International New Ventures in Halal Food Industry, *International Business Research*, ۱۰(۶), ۱۸۹-۱۹۸.

۵۹. Shariatmadari, Seyed Mohammad Hassan & **Rezvani, Mehran**, (۲۰۱۶), Identification of the Orientation and the Role of Industry and Geographical Region in International Entrepreneurial Opportunity Researches, *Journal of Business and Economic Development*, ۱(۱); ۳۱-۳۹.

۶۰. **Rezvani, Mehran** & Safahani, Nousha, (۲۰۱۵), the effect of site quality on electronic word of mouth marketing through mediating variable of customer satisfaction(case study: Tiwall culture and art social network online shop), *International Business Management*, ۱۰(۴); ۵۹۲-۵۹۸.

۶۱. Ghahramani, Shahram, **Rezvani, Mehran** & Rahnavard, Farajollah (۲۰۱۵), New Service Development and its Financial Performance in IRAN Banking Industry, *International Journal of Management & Information Technology*, ۱۰(۵); ۲۱۷۷-۲۱۸۸.

۶۲. **Rezvani, Mehran**, Mojoodi, Najme & Lashgari, Mahdi, (۲۰۱۵), The moderating role of knowledge in designing trusted web interface in entrepreneurial electronic businesses, *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, ۵(۵); ۱۸۸-۲۰۹.

۶۳. **Rezvani, Mehran**, Mobini Dehkordi, Ali & Fataei, Parisa, (۲۰۱۵), Identification of Sources of Finance in Growing Companies Operating in Food Industry in Tehran, *International Journal of Management Accounting and Economics*, ۲(۵); ۱-۹.

٦٤. Meigounpoory, Mohammad Reza, **Rezvani, Mehran** & Afshar, Manouchehr, (٢٠١٥), Identification of Service Innovation Dimensions in Service Organizations, *International Journal of Management Accounting and Economics*, ٢(٧); ٧٣٧-٧٤٨.
٦٥. **Rezvani, Mehran**, Davari, Ali & Mojudi, Najme, (٢٠١٤), Designing Trusted Web Interface Through User Perception of Security and Privacy in Entrepreneurial Electronic Businesses, *Asian Academic Research Journal of Social Sciences & Humanities*, ١(٢٦); ٢٢٥-٢٥١.
٦٦. Khosravani, Shabnam, MohammadKazemi, Reza & **Rezvani, Mehran**, (٢٠١٤), Investigating the effect of Electronic Word Of Mouth on customer's purchase intention of digital products, *Management Science Letters*, ٤; ٢٤٣٣-٢٤٤٠.
٦٧. Azari Aghviiyeh, Mohsen, Hosseininia, Gholamhossein & **Rezvani, Mehran**, (٢٠١٤), The Role of Insurance in Risk Management and Investment Promotion of Modern Agribusinesses (The Case of Greenhouse Cultivation in Tehran Province), *International Journal of Management Accounting and Economics*, ١(٤); ٢٤٧-٢٦٣.
٦٨. Jaferian, Sohrab & **Rezvani, Mehran**, (٢٠١٤), Export New Product Success: The Impact of Market and Technology Orientation, *International Journal of Management Accounting and Economics*, ١(٥); ٣٢٢-٣٣٧.
٦٩. **Rezvani, Mehran**, Zargaranyazd, Maryam & Zamani, Ebrahim, (٢٠١٤), Identify the Factors Affecting Brand Image for Small and Medium-Sized Enterprises, *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications*, ١; ٢٨-٣٤.
٧٠. Yousefi Parsa, Mohsen, **Rezvani, Mehran** & Gholamrezazadeh Yousefi, Mahsa, (٢٠١٤), Comparative Study of Banking Industry Business Models On The Basis Of Osterwalder BMO; Qualitative Study on Iranian Bank Tejarat and HSBC, *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, ١; ٨٤٨-٨٥٥.
٧١. **Rezvani, Mehran**, Shirkhodaie, Meysam & Khazaei, Morteza, (٢٠١٤), The Impact of Nature of Institute on Entrepreneurial Marketing: The Moderating Role of Organizational Structure, *American Journal of Scientific Research*, ٩٦; ١٣٠-١٣٨.
٧٢. **Rezvani, Mehran** & Morteza Khazaei, (٢٠١٤), Evaluation of Entrepreneurial Marketing Dimensions According to Characteristics of Institutions: Institutions Age and Size, *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*, ٣(٤); ٢٠٧-٢١٣.
٧٣. Yousefi Parsa, Mohsen & **Rezvani, Mehran**, (٢٠١٣), Reconstructions in Banking Business Model; Developing of BMO via BBM Project, *Life Science Journal*, ١٠(١); ٤٩-٥٨.
٧٤. **Rezvani, Mehran**, Ghamari, Youset & Ghahramani, Shahram, (٢٠١٣), Identifying Themes of Entrepreneurial Strategy of New Ventures in International Markets Entry, *Journal of Economics, Business and Management*, ١(٢); ٢١٧-٢١٩.
٧٥. **Rezvani, Mehran** & Hajifathali, Abbas., (٢٠١٣), International Franchising and the Growth of SME's in Food Industry of Iran, *Asian Journal of Research in Business Economics and Management*, ٣(٩); ٤٥-٥٨.
٧٦. **Rezvani, Mehran** & Khazaei, Morteza., (٢٠١٣), Prioritization of entrepreneurial marketing dimensions: A case of in higher education Institutions by using entropy, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, ٤(١٢); ٢٩٧-٣٠٦.

۷۷. **Rezvani, Mehran & Hajifathali, Abbas.**, (۲۰۱۳), The Effect of Organizational Factors on Business Growth in International Franchises; The case of Iranian food industry, *International Journal of Marketing and Technology*, November Issue. ۱۵۰-۱۶۴.
۷۸. **Rezvani, Mehran, Nouri, Pouria & Ahmadi Kafeshani, Abdollah.**, (۲۰۱۳), Identifying the most Common Techno-Entrepreneurs Decision Making Biases Leading to business Failure, *International Journal of Management and Humanity Sciences (IJMHS)*, ۲(۸), ۷۵۶-۷۶۴.
۷۹. Rezvani, Mehran & Fanaee Marhamat Leila, (۲۰۱۲), Defining the obstacles for distribution of movies in Home video network in Iran, *Journal of Applied Sciences Research*, ۸(۶), ۲۸۵۰-۲۸۵۵.
۸۰. **Rezvani, Mehran, Khodadad Hosseini, Hamid & Samadzadeh, Mehdi.**, (۲۰۱۲), Investigating the Role of World of Mouth on Consumer Based Brand Equity Creation in Irans Cell - Phone Market, *Journal of Knowledge Management Economics and Information Technology*, ۱(۴), ۱-۱۵.

(۷) برخی مقاله‌های علمی - مروری ، علمی - ترویجی و مقاله پژوهشی در دائره المعارف تخصصی

۱. رضوانی، مهرا، بازاریابی چریکی در کسبوکار خانگی، دانشنامه کسبوکار خانگی، در انتظار چاپ
۲. رضوانی، مهرا، بازاریابی ویروسی در کسبوکار خانگی، دانشنامه کسبوکار خانگی، در انتظار چاپ
۳. رضوانی، مهرا و موسوی‌نژاد، سیدمهدی، بخش‌بندی بازار در کسبوکار خانگی، دانشنامه کسبوکار خانگی، در انتظار چاپ
۴. رضوانی، مهرا و موسوی‌نژاد، سیدمهدی، بازاریابی فردبه‌فرد در کسبوکار خانگی، دانشنامه کسبوکار خانگی، در انتظار چاپ
۵. رضوانی، مهرا، گودرزی، کبری و پورهاشمی فاطمه، مدیریت ارتباط‌بامشتری در کسبوکار خانگی، دانشنامه کسبوکار خانگی، در انتظار چاپ
۶. رضوانی، مهرا (۱۳۸۸)؛ بازاریابی کارآفرینانه، دانشنامه کارآفرینی
۷. رضوانی، مهرا (۱۳۸۸)، تبلیغات تجاری، دانشنامه کارآفرینی
۸. رضوانی، مهرا، مشبکی، اصغر؛ (۱۳۸۷)؛ Academic Managerialism؛ مجله نامه آموزش عالی، شماره ۲.
۹. گودرزی، غلامرضا، رضوانی، مهرا؛ «تحلیل راهبردی هزینه؛ پارادایم کلیدی در زنجیره عرضه ایران»، مجله روش شماره ۸۳
۱۰. رضوانی، مهرا؛ «تحلیل راهبردی هزینه و مدیریت زنجیره ارزش»؛ مجله مدیرساز، شماره ۱ و ۲ سال پنجم
۱۱. رضوانی، مهرا؛ «پارک‌های علمی و فرایند انتقال تکنولوژی»؛ مجله تدبیر، شماره ۱۲۱
۱۲. رضوانی، مهرا؛ «مدیریت فناوری: پیش‌شرط رقابت‌پذیری»؛ مجله تدبیر، شماره ۱۴۰
۱۳. رضوانی، مهرا؛ «پیش‌نگری فناوری. چیزی فراتر از یک مد»؛ مجله تدبیر، شماره ۱۴۲
۱۴. رضوانی، مهرا؛ «مدیریت تکنولوژیک: به سوی دیدگاهی فراگیرتر»؛ مجله تدبیر، شماره ۱۴۳
۱۵. رضوانی، مهرا؛ «ایران و سازمان تجارت جهانی»؛ مجله مدیر، شماره ۹-۱۰

۱۶. رضوانی، مهران؛ «مدیریت زنجیره تأمین»؛ مجله مدیر، شماره ۱۳-۱۴
۱۷. رضوانی، مهران، هدایتی‌نیا، مجتبی؛ «معرفی سیستم برنامه‌ریزی جامع منابع سازمان»؛ مجله مدیر، شماره ۱۸.

#### ۸) برخی مقاله‌های همایش‌های داخلی و خارجی:

۱. محبت‌طلب، علی و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۶)، واکاوی تجربه آنلاین مشتری از طریق اجزای آمیخته بازاریابی بوسیله تلفن همراه، همایش بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و بازاریابی، ایران، تهران.
۲. رضوانی مهران، فتح اله زاده، زینب و رضامند پارسایی مرضیه؛ (۱۳۹۵)، طراحی مدلی جهت ارزیابی کارکرد بازاریابی و بررسی در موفقیت توسعه خدمت جدید مالی، کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی، ایران، تهران.
۳. رضوانی، مهران، فتح اله زاده، زینب، علوی، سید ایمان، (۱۳۹۵)، مدل یابی بازارگرایی مبتنی بر الزامات نوآوری سازمانی (مورد مطالعه شرکت سیمان آبیگ)، کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه مدیریت، اقتصاد، کارآفرینی و مهندسی فرهنگی، تهران.
۴. قهرمانی، شهرام، رضوانی، مهران و پور زرنندی، حسین محمد، (۱۳۹۵)، توسعه خدمات جدید و عوامل موثر بر عملکرد مالی آن در صنعت بانکداری ایران، دومین همایش ملی نظام پیشنهادها در شبکه بانکی کشور، تهران.
۵. رضوانی، مهران، عبدالغفوریان، سید مهدی و بابایی زهرائیان، شیوا؛ (۱۳۹۵)، شناسایی تأثیر نگرش مشتریان بر قصد خرید مجدد از برندهای الکترونیک در فروشگاه‌های اینترنتی (نظهور مورد مطالعه: شیرین‌خونه)، ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری و سومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری‌های باز، تهران.
۶. طغریایی، محمدتقی، مبارکی، محمد حسن، رضوانی، مهران و یدالهی فارسی، جهانگیر؛ (۱۳۹۵)، مفهوم پردازی کارآفرینی فرهنگی؛ نخستین همایش بین‌المللی هنر و صناعات در فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی، اصفهان.
۷. قربیان، عباس، رضوانی، مهران و صفاری، سمیه؛ (۱۳۹۴)، توسعه مدل تأثیر کارکردهای پست در توسعه کسب و کارهای اینترنتی، اولین کنفرانس بین‌المللی توسعه و ترویج علوم انسانی با رویکرد کاربردی، ساری.
۸. فاتح راد، مهدی، رضوانی، مهران، برادران، محمد صادق و صدر خالو، میلاد؛ (۱۳۹۴)، از کارآفرینی فناورانه تا مدیریت فناوری، اولین کنفرانس بین‌المللی و پنجمین کنفرانس ملی مدیریت تکنولوژی، تهران.
۹. رضوانی، مهران و هوبه فکر، ضحی؛ (۱۳۹۴)؛ ارائه الگوی توسعه خدمت جدید در صنعت بانکداری؛ مورد مطالعه بانک-های قرض الحسنه، دومین همایش ملی مدیریت و حسابداری، تهران.
۱۰. امینی، محمدتقی، پرهیزگار، محمدمهدی، رضوانی، مهران و فرجام، سعید؛ (۱۳۹۴)؛ طراحی مدل مفهومی کارآفرینی ارزش‌آفرین (موج چهارم)، چهارمین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ایران، خوانسار.
۱۱. تائبی، محمد، رضوانی، مهران و عبدالهی، بیژن؛ (۱۳۹۳)؛ آسیب‌شناسی فروش بیمه‌نامه در شبکه فروش بیمه‌های زندگی با رویکرد XTRIZ، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، ایران، شیراز.
۱۲. جعفری، محمدعلی، میگون‌پوری، محمدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۳)؛ بازاریابی و تجاری سازی محصولات فناور، دومین کنفرانس بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، ایران، تهران.

۱۳. جعفری، محمدعلی، میگون پوری، محمدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۳)؛ بازاریابی در شرکت‌های فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری ایران: مطالعه موردی پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، دومین کنفرانس بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، ایران، تهران.
۱۴. جعفری، محمدعلی، میگون پوری، محمدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۳)؛ تبیین آمیخته بازاریابی محصولات فناور در پارک‌های علم و فناوری، دومین کنفرانس بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، ایران، تهران.
۱۵. جعفری، محمدعلی، میگون پوری، محمدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۲)؛ مفهوم‌پردازی آمیزه ترفیع در شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری (مطالعه موردی: پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)، اولین همایش بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، ایران، تهران.
۱۶. جعفری، محمدعلی، میگون پوری، محمدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۲)؛ شناسایی شاخص‌های موفقیت در بازاریابی و فروش در شرکت‌های کوچک و متوسط مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، اولین همایش بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، ایران، تهران.
۱۷. یدالهی فارسی، جهانگیر، رضوانی، مهران و طغرای، محمدتقی؛ (۱۳۹۱)؛ شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه در کسب و کارهای کارآفرینانه، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ایران، خوانسار.
۱۸. طغرای، محمدتقی و رضوانی، مهران؛ (۱۳۹۱)؛ مفهوم‌شناسی فرصت‌های کارآفرینانه (ماهیت، ابعاد، تعاریف)، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ایران، خوانسار.
۱۹. علوی، سیدایمان، رضوانی، مهران و طغرای، محمدتقی؛ (۱۳۹۱)؛ چالش‌های بازاریابی مبتنی بر الزامات نوآوری سازمانی در کسب و کارهای کوچک و متوسط، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، ایران، خوانسار.
۲۰. شیرخدایی، میثم، رضوانی، مهران و خزایی پول، مرتضی؛ (۱۳۹۱)؛ بازاریابی کارآفرینانه: ماهیت و معنی، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش‌بنیان، ایران، بابل.
۲۱. قربیان، عباس، عربیون، ابوالقاسم، رضوانی، مهران، صفاری، سمیه؛ (۱۳۹۰)؛ شناسایی تأثیر کارکردهای صنعت پست در توسعه کسب و کارهای اینترنتی، نخستین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی در کشور، ایران، تهران.
۲۲. فاتح راد، مهدی، رضوانی، مهران، برادران، محمدصادق و صدر خانلو، میلاد؛ (۱۳۹۰)؛ از کارآفرینی فناورانه تا مدیریت فناوری، اولین کنفرانس بین‌المللی، پنجمین کنفرانس ملی مدیریت تکنولوژی، ایران.
۲۳. طغرای، محمدتقی، رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید و خوجم کلی، بهنام؛ (۱۳۹۰)؛ مقایسه به‌کارگیری بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و بزرگ: ارائه مدل مفهومی، اولین کنفرانس ملی کارآفرینی، تعاون و جهاد اقتصادی، ایران، نائین.
۲۴. طغرای، محمدتقی، رضوانی، مهران، فرجی ده‌سرخ، حاتم؛ (۱۳۹۰)؛ تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی (مورد مطالعه: پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)، همایش ملی جهاد اقتصادی و تولید ثروت، دانشگاه گیلان، ایران، رشت.
۲۵. طغرای، محمدتقی، رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید؛ (۱۳۹۰)؛ بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط، همایش ملی جهاد اقتصادی و تولید ثروت، دانشگاه گیلان، ایران، رشت.

۲۶. گلابی، امیرمحمد، خدادادحسینی، سیدحمید، یدالهی فارسی، جهانگیر، رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۹)؛ شناسایی و تبیین آمیخته ترفیع کارآفرینانه با رویکردی نوگرایانه در بنگاه‌های کارآفرین، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، ایران، شیراز.

۲۷. رضوانی، مهران و گلابی، امیرمحمد؛ (۱۳۸۹)؛ بازاریابی چریکی، تعامل آموزه‌های تفکر بسیجی و الگوی موفق‌بخش خصوصی در توسعه کارآفرینی کشور، همایش بسیج، توسعه اشتغال و کارآفرینی، ایران، تهران؛ مقاله برتر همایش.

۲۸. گلابی، امیرمحمد، خدادادحسینی، سیدحمید، رضوانی، مهران، یدالهی فارسی، جهانگیر؛ (۱۳۸۹)؛ بررسی اهمیت نقش شخص کارآفرین در بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی محور، اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی، ایران، تهران. مقاله برتر همایش.

۲۹. عربیون، ابوالقاسم، رضوانی، مهران و قربیان، عباس؛ (۱۳۸۹)؛ عوامل پیش‌برنده و بازدارنده توسعه کسب‌وکارهای اینترنتی در افق چشم‌انداز بیست‌ساله پست، همایش ملی کارآفرینی در ایران ۱۴۰۴، ایران، قزوین.

۳۰. عسکری، محمد مهدی و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۵)؛ بازاریابی رابطه‌ای، راهبردی مؤثر در پیشبرد بیمه‌های خرد؛ ششمین همایش بیمه، ایران، تهران؛ مقاله برتر همایش.

۳۱. نورنگ، احمد و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۳)؛ رویکرد فازی در زمان‌بندی پروژه؛ پنجمین کنفرانس سیستم‌های فازی ایران، مقاله برتر همایش.

۳۲. سیدجوادین، سیدرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۳)؛ استانداردهای مسئولیت‌پذیری بنگاه؛ یک ضرورت یا الزام؛ سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، ایران، تهران.

۳۳. الهی، شعبان و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۲)؛ بازرگانی مبتنی بر تلفن همراه و نقش آن در توسعه مناطق روستایی؛ همایش نقش IT در توسعه مناطق روستایی، مقاله برتر همایش.

۳۴. رجب‌زاده، علی و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۲)؛ نقش مؤلفه‌های رقابتی استراتژیک در برنامه‌ریزی تولید (با تأکید بر جایگاه خدمات پس‌ازفروش) - مطالعه موردی صنعت خودرو ایران؛ سومین کنفرانس مهندسی صنایع. دانشگاه امیرکبیر، ایران، تهران.

۳۵. گودرزی، غلامرضا و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۲)؛ مدل‌سازی انتخاب تأمین‌کننده استراتژیک در ابعاد تولید در مقیاس جهانی (مورد زنجیره تأمین صنعت خودرو ایران)؛ سومین کنفرانس مهندسی صنایع، دانشگاه امیرکبیر، ایران، تهران.

۳۶. الهی، شعبان و رضوانی، مهران؛ (۱۳۸۱)؛ برنامه‌ریزی منابع سازمان ERP؛ دومین همایش مهندسی صنایع، ایران، یزد.

1. **Rezvani, Mehran**, Mobini Dehkordi, Ali & Soltanzadeh Samineh, (۲۰۱۸), Sustainable Internationalization of Hi-Tech Small Firms: Meta-Synthesis, 12th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE 2018, Portugal.
2. Yar mohammadi, Maryam, **Rezvani, Mehran** & Alborzi Mahmood, (۲۰۱۷), How Complementors Screen new Product Ideas: A Qualitative Multiple Case Study, 12th European Conference on Innovation and Entrepreneurship ECIE 2017, France, Paris.
3. **Rezvani, Mehran**, Ghahramani, Shahram Khoramshahi, Narges, (۲۰۱۷), Documentation of Entrepreneurial Promotion Methods in Small and Medium Sized Businesses: A Case Study about the Textile Industry, 12th European Conference on Management, Leadership and Governance ECMLG 2017, United Kingdom, London.

۴. **Rezvani, Mehran**, (۲۰۱۶); Entrepreneurship Education Experiences for International Students at Faculty of Entrepreneurship, Case of University of Tehran, *International Entrepreneurship Promotion at Higher Education Institutions*, Germany, Lipzig.
۵. **Rezvani, Mehran**, Asadi, Nourohoda sadat & Negahban, Arash, (۲۰۱۶), Using Database Marketing to Design Diversified Sales Strategy, *Annual meeting of the decision sciences Institute*, United State of America.
۶. **Rezvani, Mehran** & Nasirzadeh Vanhari, Nahid, (۲۰۱۶); Development of Entrepreneurship Networks on Improvement business, *Third International Conference on Entrepreneurship*, Iran, Tehran.
۷. Toghraee, Mohammad Taghi, **Rezvani, Mehran**, Mobaraki, Mohamad hassan & Yadollahi Farsi, Jahangir; (۲۰۱۶); Entrepreneurial marketing in creative art-based businesses, *Third International Conference on Entrepreneurship*, Iran, Tehran.
۸. Toghraee, Mohammad Taghi & **Rezvani, Mehran**; (۲۰۱۴); Social Capital Mapping in the entrepreneurial marketing activities, *۲nd International Conference on Entrepreneurship*, Iran, Tehran.
۹. **Rezvani, Mehran**, Shariatmadari, Hassan & Ghahramani, Shahram; (۲۰۱۴); International Entrepreneurial Opportunity; A Meta Synthesis of Previous Research, *Second International Conference on Management, Leadership and Governance*, USA.
۱۰. Rezvani, Mehran, Rafati, Saeid & Ghahramani, Shahram; (۲۰۱۳); Study of Effective Factors on the Evaluation of Re-export in Iran through Analysis of Network Process, *۴th Asia-Pacific Business Research Conference*, Singapore, Singapore.
۱۱. **Rezvani, Mehran**; (۲۰۱۲); Promotion Mix Modeling by Fuzzy Approach (A Case Study of Soccer Industry), *۳rd. World Conference on Science and Soccer*, Belgium, Ghent.
۱۲. Yousefdehi, Hami & **Rezvani, Mehran**; (۲۰۱۲); A new combined approach in marketing strategy development for nonprofit research organization: Case Study of Energy Research Institute in Iran, *The Macrotheme Conference*, France, Paris.
۱۳. Neghabi, Saeed & Yousefi, Mohsen & **Rezvani, Mehran**; (۲۰۱۱), Emotional Intelligence and Entrepreneurial Behavior Development of Personal Aspects of Intentions Model, *International Conference on Information and Finance*, Singapore, Singapore.
۱۴. **Rezvani, Mehran**; (۲۰۱۱); International Entrepreneurial Marketing in Iranian Entrepreneurial Food Industries, *the ۱۰th APEF International Conference on International Trade and Entrepreneurship*, Iran, Tehran.

تألیف - ترجمه کتاب: (۹)

۱. «سرآمدی در بازاریابی الکترونیک»، ناشر: انتشارات دانشگاه تهران، مترجم مشترک: کبری گودرزی و مجتبی صفی پور رشوانلو، ۱۳۹۶.
۲. «طراحی و تدوین طرح کسب و کار؛ رویکردی کاربردی»، ناشر: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، مؤلف مشترک: ولی سلمانی، ۱۳۹۵.
۳. «کسب و کار بین الملل»، ناشر: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، مؤلف مشترک: امیرمحمد گلابی، ۱۳۹۵.



۴. «کارآفرینی بین‌المللی»؛ ناشر: انتشارات دانشگاه تهران، مؤلف مشترک: سید مهدی موسوی‌نژاد، ۱۳۹۳. کتاب برگزیده جشنواره نشان دهخدا در اولین دوره کتاب سال اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های سراسر کشور ویژه علوم انسانی به‌عنوان یکی از ۵ اثر برگزیده کتاب‌های منتشرشده کل کشور طی سال‌های ۱۳۹۱-۱۳۹۳ و دریافت لوح تقدیر توأمان از وزیر محترم علوم، تحقیقات و فناوری، وزیر محترم کار، تعاون و رفاه اجتماعی و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۹۴.
۵. «استراتژی کسب‌وکار بین‌الملل در کشور-بازارهای نوظهور»؛ ناشر: انتشارات دانشگاه تهران، مترجم مشترک: مجتبی صفی‌پور رشوانلو، ۱۳۹۳
۶. «توسعه فرهنگ بیمه»؛ ناشر: نشر بیمه، مؤلف مشترک: محمد تائبی، ۱۳۹۲
۷. «مدیریت جامع برند»؛ ناشر: دفتر پژوهش‌های فرهنگی، مؤلف مشترک: دکتر سیدحمید خدادادحسینی، ۱۳۹۱
۸. «بازاریابی در بنگاه‌های کارآفرین»؛ ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی - مؤلف مشترک: امیرمحمد گلابی، ۱۳۹۰

#### (۱۰) تدریس دروس دانشگاهی در دانشگاه‌های تهران، تربیت‌مدرس، شهید بهشتی، علوم اقتصادی و مؤسسه عالی

##### مدیریت و برنامه‌ریزی ریاست جمهوری

۱. «پیش‌بینی بازار»، مقطع دکتری، یک دوره، ۱۳۹۶-۱۳۹۷
۲. «مدیریت سازمان‌های آینده و محیط مجازی»، مقطع دکتری، دو دوره، ۱۳۹۶-۱۳۹۷
۳. «مدیریت در کسب‌وکارهای مبتنی بر فناوری پیشرفته»، مقطع دکتری، سه دوره، ۱۳۹۴-۱۳۹۶
۴. «سمینار در مباحث ویژه راه‌اندازی کسب‌وکار در ایران»، مقطع دکتری، یک دوره، ۱۳۹۱-۱۳۹۲
۵. «بازاریابی مالی و محصول»، مقطع کارشناسی‌ارشد، چهار دوره، ۱۳۹۱-۱۳۹۲
۶. «بازاریابی الکترونیکی»، مقطع کارشناسی‌ارشد، ده دوره، ۱۳۹۱-۱۳۹۴
۷. «تجارت و بازاریابی بین‌الملل»، مقطع کارشناسی‌ارشد، هفت دوره، ۱۳۹۲-۱۳۹۴.
۸. «ارتباطات کارآفرینی بین‌الملل»، مقطع کارشناسی‌ارشد، دو دوره، ۱۳۹۲.
۹. «کسب‌وکار بین‌الملل»، مقطع کارشناسی‌ارشد، بیست و دو دوره، ۱۳۸۷-۱۳۹۴.
۱۰. «بازاریابی و تحقیقات بازار»، مقطع کارشناسی‌ارشد، بیست و دو دوره، ۱۳۸۷-۱۳۹۲.
۱۱. «سمینار در مسائل بازرگانی بین‌الملل»، مقطع کارشناسی‌ارشد، دو دوره، ۱۳۸۶ و ۱۳۹۱.
۱۲. «بازاریابی صنعتی»، مقطع کارشناسی‌ارشد، یک دوره، ۱۳۹۱.
۱۳. «طراحی و تدوین طرح کسب‌وکار»، مقطع کارشناسی‌ارشد، شانزده دوره، ۱۳۸۸-۱۳۹۲.
۱۴. «تئوری‌های پیشرفته مدیریت»، مقطع کارشناسی‌ارشد، یک دوره، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹.
۱۵. «مبانی کارآفرینی پیشرفته»، مقطع کارشناسی‌ارشد، سه دوره، ۱۳۸۹ و ۱۳۹۱.
۱۶. «مبانی کارآفرینی»، مقطع کارشناسی، یک دوره، ۱۳۸۹.
۱۷. «روش تحقیق»، مقطع کارشناسی، چهار دوره، ۱۳۸۴-۱۳۸۶.
۱۸. «بازاریابی و مدیریت بازار» مقطع کارشناسی، دو دوره، ۱۳۸۴-۱۳۸۶.

#### (۱۱) تدریس دوره‌های کاربردی مدیریت و بازرگانی:

۱. دوره "بازاریابی بیمه"، ویژه مدیران و کارشناسان صنعت بیمه، پژوهشکده بیمه مرکزی ج.ا.ا. ۱۳۹۷.

۲. دوره "مباحث ویژه در بین‌المللی‌سازی و بازرگانی بین‌المللی"، ویژه مدیران و کارشناسان بخش توسعه کسب‌وکار شرکت نقش اول کیفیت، ۱۳۹۴.
۳. دوره "آثار جهانی شدن کسب‌وکار و تحلیل استراتژی‌های بازرگانی"، دوره عالی مدیریت کسب‌وکار (DBA)، یک دوره، ۱۳۹۴، سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی استان یزد
۴. دوره «استراتژی‌های بازاریابی»، دوره مدیریت اجرایی کسب‌وکار (MBA)، دو دوره، ۱۳۹۳. مرکز آموزش‌های آزاد دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
۵. دوره «تفکر استراتژیک و تکنیک‌های خلاق حل مسئله»، ویژه مدیران ارشد ستادی و استانی (مناطق) بانک ملت، دو دوره، ۱۳۹۲.
۶. دوره «بازاریابی، برندسازی و تدوین طرح کسب‌وکار در شرکت‌های تازه‌تأسیس»، ویژه شرکت‌های مستقر در پارک علم و فناوری امام خمینی استان قزوین، سه دوره، ۱۳۹۲.
۷. دوره «مدیریت بازاریابی و فروش در شرکت‌های تازه‌تأسیس»، ویژه شرکت‌های مستقر در مرکز کارآفرینی و مشاوره تخصصی پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، دو دوره، ۱۳۹۱.
۸. دوره «بازاریابی بانکی»، ویژه مدیران ستادی و کارکنان شعب بانک پارسیان، سه دوره، ۱۳۹۱.
۹. دوره «عارضه‌یابی بازاریابی و تکنیک‌های خلاق حل مسئله»، ویژه مدیران ستادی و کارکنان بخش بازاریابی و فروش شرکت پتروشیمی امیرکبیر، ۱۳۹۱.
۱۰. دوره «اصول و مبانی بازاریابی»، مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۹.
۱۱. دوره «عارضه‌یابی سازمانی و تکنیک‌های خلاق حل مسئله»، ویژه مدیران و اعضای هیئت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران، ۱۳۸۹.
۱۲. دوره «بازاریابی کارآفرینانه»، ویژه مدیران و کارکنان شرکت‌ها تابعه وزارت نفت در وزارت نفت، دو دوره، ۱۳۸۷.
۱۳. دوره «بازاریابی کارآفرینانه»، ویژه مدیران و کارکنان شرکت‌ها در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۷.
۱۴. دوره جامع «استراتژی‌های بازاریابی»، ویژه مربیان کارآفرینی در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۱۳۸۷.
۱۵. دوره «تحقیقات بازاریابی»، ویژه مدیران شرکت‌ها در دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران، ۱۳۸۶.
۱۶. دوره جامع «تبلیغات تجاری، استراتژی تبلیغات تجاری و مبارزه تبلیغاتی»، ویژه مدیران و کارشناسان شرکت ایران خودرو، ۱۳۸۷.
۱۷. دوره جامع «بازاریابی و فروش»، ویژه مدیران و کارشناسان شرکت سپاهان باتری، ۱۳۸۶.
۱۸. دوره «مدیریت زنجیره تامین»، ویژه صنعتگران خراسان رضوی در سازمان مدیریت صنعتی خراسان، ۱۳۸۴.
۱۹. دوره «مدیریت ارتباط با مشتری»، ویژه صنعتگران خراسان رضوی در سازمان مدیریت صنعتی خراسان، ۱۳۸۴.
۲۰. دوره «آشنایی با مدل کارت امتیازی متوازن (BSC)»، ویژه صنعتگران خراسان رضوی در سازمان مدیریت صنعتی خراسان، ۱۳۸۴.

## ۱۲) برخی سخنرانی‌ها:

۱. کارگاه «برندسازی در صنایع دانش‌بنیان با فناوری پیشرفته»، (۱۳۹۲)، اولین مجمع جهانی اقتصاد نانو، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ستاد ویژه توسعه فناوری نانو.

۲. کارگاه «برندسازی و مدیریت برند در محصولات فناور» (۱۳۹۲)، اولین همایش بین‌المللی تجاری‌سازی فناوری، مرکز همکاری‌های فناوری و نوآوری ریاست‌جمهوری.
۳. «آسیب‌شناسی خلاقانه مسایل فروش بیمه در شبکه فروش بیمه با رویکرد XTRIZ»، (۱۳۹۲)، ششمین همایش کسب‌وکار صنعت بیمه.
۴. «چالش‌های بازاریابی مبتنی بر الزامات نوآوری سازمانی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط»، (۱۳۹۰)، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی خوانسار.
۵. «مقایسه به کارگیری بازاریابی کارآفرینانه در کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ ارائه مدل مفهومی»، (۱۳۹۰)، کنفرانس ملی کارآفرینی تعاون جهاد اقتصادی، نائین.
۶. «تبیین رابطه سرمایه اجتماعی و گرایش به کارآفرینی (مورد مطالعه: پارک علم و فناوری دانشگاه تهران)»، (۱۳۹۰)، همایش ملی جهاد اقتصادی و تولید ثروت، گیلان.
۷. «بازاریابی فازی»، (۱۳۸۵)، دانشگاه تربیت مدرس.
۸. «سرمایه‌گذاری خطرپذیر - راهبرد ورود به بازارهای خارجی»، (۱۳۸۵)، دانشگاه شهید بهشتی.
۹. «آشنایی با مدل‌های تعالی سازمانی»، (۱۳۸۲)، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۰. «مدیریت فازی و کاربردهای آن»، (۱۳۸۰)، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۱. Workshop on “Entrepreneurial Marketing in Iranian Food Industries”, ۲۰۱۱, Iran.
۱۲. Workshop on “Innovation, Incubation, and Entrepreneurship: Identifying and Commercializing New Opportunities”, Organized by the Asian Productivity Organization and Implemented by the China Productivity Center, ۲۰۱۲, Taiwan.
۱۳. Workshop on “Innovation, and Entrepreneurship”, Organized and Implemented by the Abdul Razak University, ۲۰۱۲, Malaysia.
۱۴. Workshop on Marketing and Entrepreneurship in Soccer, ۲۰۱۲, Belgium.

### ۱۳) عناوین برخی رساله‌ها/ پایان‌نامه‌های دانشجویی در دانشگاه تهران در مقاطع دکتری و کارشناسی ارشد تحت راهنمایی و مشاوره

۱. ارائه الگوی بین‌المللی‌سازی پایدار در کسب‌وکارهای تکنولوژی‌محور
۲. تبیین نقش هوشیاری کارآفرینانه سازمانی در کشف فرصت‌های ورود به بازار بین‌الملل
۳. تحلیل اکتشافی فرایند یادگیری کارآفرینانه سازمانی در کسب‌وکارهای نوآور فعال در شبکه نمایش خانگی
۴. طراحی پلتفرم مشتری‌محور در کسب‌وکارهای بانکی
۵. مفهوم‌پردازی بازاریابی کارآفرینانه در کسب‌وکارهای خلاق هنری
۶. طراحی مدل بازاریابی کارآفرینانه برای کسب‌وکارهای اجتماعی (رویکرد اکتشافی)
۷. واکاوی فرایند نوآوری استراتژیک کارآفرینانه در کسب‌وکارهای صنعت کاشی و سرامیک
۸. ارزیابی تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر ارزش ویژه برند مشتری محور در کسب و کارهای صنایع غذایی لبنی (مورد کاله)
۹. بررسی تاثیر ابعاد فرهنگی هافستد بر فرایند بین‌المللی‌سازی ایرانی در تصمیم‌گیری حالت ورود به بازار روسیه مطالعه موردی شرکتهای کوچک و متوسط حوزه صنایع غذایی
۱۰. نوآوری استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی حمل بار سبک شهری - مطالعه موردی شهر تهران
۱۱. شناسایی موانع نهادی بین‌المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط

۱۲. شناسایی عوامل موثر بر فعالیت مصرف کننده در شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر قصد خرید با نقش تعدیل گر سبک زندگی - مورد مطالعه اینستاگرام
۱۳. اثر بکارگیری استراتژی کارآفرینیانه بر عملکرد کسب و کارها، مطالعه موردی شرکتهای داروسازی ایران
۱۴. تاثیر ابعاد بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد برند کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۵. تأثیر بکارگیری بازاریابی محتوایی بر قصد بازدید مجدد وبسایت در کسب و کارهای نوظهور اینترنتی مورد مطالعه وبسایت یکتا کتاب
۱۶. شناسایی موانع بکارگیری بیمه های الکترونیکی در صنعت بیمه کشور با رویکرد توسعه خدمت جدید
۱۷. بررسی عوامل مؤثر بر برندسازی عاطفی الکترونیکی در کسب و کارهای نوظهور مطالعه موردی فروشگاه شیرین خونه
۱۸. طراحی مدل برندسازی مکان مراکز خرید نوظهور بر مبنای فرصت های کسب و کار مورد مطالعه مراکز خرید استان تهران
۱۹. بررسی فرایند بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط براساس مدل اثرسازی در صنعت مواد غذایی و خدمات فنی مهندسی استان تهران
۲۰. شناسایی استراتژی های برندسازی در چرخه عمر محصولات کسب و کارهای الکترونیک
۲۱. تأثیر عوامل موثر بر نگرش مشتریان نسبت به تبلیغات تلفن همراه در کسب و کارهای نوپای الکترونیک
۲۲. شناسایی تأثیر مؤلفه های بازاریابی محتوا در شبکه های اجتماعی بر نگرش مصرف کننده به قصد خرید مطالعه موردی شرکت راکت اینترنت، وبسایت پین تا پین
۲۳. بررسی میزان تأثیر تبلیغات ویروسی در شبکه های اجتماعی بر قصد خرید کاربران اپلیکیشن های آموزشی موبایل
۲۴. شناسایی تأثیر نگرش مشتریان بر قصد خرید مجدد از برندهای الکترونیک در فروشگاه های اینترنتی نوظهور مورد مطالعه شیرین خونه
۲۵. شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر ایجاد ادراک جهانی بودن از برند در شرکت های کوچک و متوسط
۲۶. شناسایی و اولویت بندی موانع کارآفرینی سازمانی در مراکز تجاری - تفریحی تهران
۲۷. تبیین تأثیر مدیریت دانش مشتری در نوآوری محصولات کسب و کارهای الکترونیکی شهر تهران
۲۸. شناسایی ارزش پیشنهادی و جریان درآمدی کسب و کار الکترونیکی وبسایت [barvaricenter.com](http://barvaricenter.com)
۲۹. ارائه مدل برندسازی کارآفرینانه در کسب و کارهای بین المللی مورد مطالعه صادرکنندگان زعفران
۳۰. بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد کسب و کار در شرکت های کره ای فعال در ایران
۳۱. امکان سنجی تولید کریستال در شرکت رف
۳۲. بررسی تأثیر ابزارهای ارتباطی بازاریابی آنلاین در جذب بازدید کننده از سایت های C۲D مورد مطالعه دیجی کالا
۳۳. شناسایی عوامل موثر بر قصد خرید در تجارت اجتماعی مورد مطالعه محصولات پوشاک در شبکه اجتماعی اینستاگرام
۳۴. طراحی مدل بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای اجتماعی
۳۵. شناسایی تأثیر قابلیت های پویا بر اتخاذ و موفقیت استراتژی های بین المللی سازی مطالعه موردی: شرکت کاشی مرجان
۳۶. شناسایی سوگیری های تصمیم گیری در فرایند بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط
۳۷. عوامل اثرگذار بر برندسازی تولید بدون کارخانه محصولات نساجی مورد مطالعه شرکت های کوچک و متوسط صنعت نساجی در بازار تهران
۳۸. ارزیابی تأثیر مهارت های کارآفرینان بر وفاداری مشتری با نقش تعدیل گری خودکارآمدی کارآفرینانه مورد مطالعه صنعت گردشگری
۳۹. تدوین طرح راه اندازی شرکت خدمات گردشگری سلامت (گردشگران خارجی)
۴۰. تأثیر بازاریابی کلامی بر خط بر قصد خرید مشتریان در شبکه های اجتماعی مجازی
۴۱. ارزیابی آمادگی صادرات و ارائه برنامه عملیاتی آمادگی صادرات مطالعه موردی: شرکت کاشی مرجان

۴۲. شناسایی تأثیر کیفیت وبسایت بر قصد خرید مجدد مشتری از طریق بازاریابی کلامی برخط، مورد مطالعه: فروشگاه شبکه اجتماعی فرهنگی هنری تیوال
۴۳. طراحی استراتژی‌های فروش متنوع از طریق بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده، مورد مطالعه شرکت بیمه حافظ
۴۴. شناسایی و تدوین استراتژی‌های بازاریابی برای تأمین مالی شرکت‌های مرحله رشد صنایع غذایی استان تهران
۴۵. تحلیل شبکه دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
۴۶. تحلیل عوامل تأثیرگذار بر سرعت بین‌المللی شدن شرکت‌های نوپا در صنعت نانو تکنولوژی
۴۷. بررسی تأثیر عوامل روانشناختی تبلیغات و بررسی بر رفتار خرید مشتریان خدمات دیجیتال مطالعه موردی: شرکت تهران اینترنت سامانه #۷۸۰
۴۸. ارائه مدل برندسازی کارآفرینانه برای محصولات لوکس در صنعت مد
۴۹. مفهوم‌پردازی آمیخته بازاریابی الکترونیکی کارآفرینانه در فروشگاه‌های اینترنتی شهر تهران
۵۰. شناسایی عوامل موثر بر ارزش‌گذاری کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز نوپا توسط سرمایه‌گذاران مخاطره‌آمیز
۵۱. بررسی تأثیر قابلیت‌های پویا بر ایجاد مزیت رقابتی شرکت‌های ساختمانی شهر تهران
۵۲. تأثیر سرمایه‌فکری، اجتماعی و سرمایه روانشناختی بر نوآوری با نقش تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی در شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه‌های تک مستقر در پارک‌های علم و فناوری شهر تهران
۵۳. شناسایی میزان تأثیر مشارکت مشتریان در فرایند توسعه خدمات جدید (NSD) مورد مطالعه: بانک کشاورزی
۵۴. طراحی مدل کارآفرینی ارزش‌آفرین (موج چهارم)
۵۵. طراحی رابط وب قابل اعتماد از طریق درک کاربر از امنیت و حفظ حریم خصوصی در کسب‌وکارهای کارآفرینانه الکترونیکی مورد مطالعه انجمن‌های آریانگ فا، پت و مت و نوعروس
۵۶. نقش برندسازی مشترک در توسعه خدمات جدید مورد مطالعه: محصولات بانکداری الکترونیک بانک رسالت
۵۷. شناسایی تأثیر بازاریابی حسی بر توسعه خدمات جدید مطالعه موردی بانک قرض‌الحسنه رسالت
۵۸. بررسی تأثیر تبلیغات کلامی الکترونیک بر قصد خرید مشتری محصولات دیجیتال
۵۹. ارائه چارچوب مفهومی نوآوری خدمات-مورد مطالعه: بانک کشاورزی
۶۰. تأثیرات تأمین مالی خود راه‌انداز بر عملکرد شرکت‌های نوپای نانویی شهر تهران
۶۱. طراحی الگوی سرآمدی برند در کسب‌وکارهای نوظهور در صنعت بانکداری ایران
۶۲. بررسی تأثیر بازاریابی چریکی بر فرایند تصمیم خرید مصرف‌کنندگان در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط صنایع غذایی
۶۳. شناسایی تأثیر بازاریابی و بررسی بر موفقیت توسعه خدمات جدید مالی
۶۴. شناسایی و تحلیل نقش بیمه در مدیریت ریسک و توسعه سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای نوین کشاورزی مورد مطالعه: کشت گلخانه‌ای استان تهران
۶۵. شناسایی تأثیر ابعاد بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد نوآورانه فعالیت‌های بازاریابی شرکت‌های کوچک و متوسط - مطالعه موردی شرکت‌های تولید کننده ابزارهای صنعتی و قطعات مکانیکی استان تهران
۶۶. طراحی مدل کسب‌وکار باشگاه مشتریان در صنعت بیمه با تأکید بر نوآوری و بلوک مشتریان، مطالعه موردی بیمه حافظ
۶۷. شناسایی مؤلفه‌های مفهومی استراتژیک کارآفرینانه در شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین
۶۸. شناسایی عوامل موثر بر مدیریت دانش مشتری در دفاتر خدمات عمومی پیشخوان دولت
۶۹. مدلیابی رابطه ماهیت مؤسسه و بازاریابی کارآفرینانه مورد مطالعه: موسسات آموزش عالی آزاد استان تهران
۷۰. نقش فرنچایزینگ بین‌المللی بر رشد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط صنایع غذایی
۷۱. طراحی مدل C2B کسب‌وکار نوآورانه در شرکت‌های پخش مطالعه موردی شرکت گلرنگ پخش

۷۲. طراحی مدل کسب و کار شبکه‌های مجازی کسب و کار (مطالعه تطبیقی سایت‌های Yammer، Facebook، LinkedIn)
۷۳. بررسی تأثیر بازارگرایی و گرایش به فناوری بر موفقیت محصول صادراتی در صنایع شیمیایی استان تهران
۷۴. طراحی مدل کسب و کار الکترونیکی صنعت بیمه (مطالعه موردی، شرکت بیمه حافظ)
۷۵. طراحی الگوی توسعه خدمات جدید در صنعت بانکداری (مطالعه موردی: بانک‌های قرض‌الحسنه)
۷۶. تأثیر گرایش کارآفرینانه فناوری بر موفقیت محصول جدید صادراتی در صنعت مواد شیمیایی
۷۷. تحلیل زنجیره ارزش در صنعت طلای استان تهران
۷۸. شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر معیارهای ارزیابی خرید مشتریان در مرحله توسعه مفهوم فرآیند طراحی محصول جدید، مطالعه موردی شرکت‌های کوچک و متوسط پوشاک بانوان شهر تهران
۷۹. آزمون مفهومی تأثیر صحت‌گذاری شخصیت معروف در تبلیغات بر پذیرش نوآوری توسط مشتریان بانک ملت
۸۰. طراحی الگوی سرآمدی برند در کسب و کارهای نوظهور در صنعت بانکداری ایران
۸۱. شناسایی معیارهای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه بانکداری نوین مورد پژوهی بانک رسالت
۸۲. پیاده‌سازی و توسعه نوآورانه سیستم تدارکات الکترونیکی ماشین‌آلات صنعتی
۸۳. شناسایی استراتژی‌های برندسازی شرکت‌های فعال در کشور - بازار نوظهور عراق
۸۴. طراحی مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک صنعت بانکداری
۸۵. شناسایی ابعاد تداعی معانی برند ملی مؤثر بر جذب کارآموزان بین‌المللی در مرکز آیسک دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران
۸۶. شناسایی روش‌های یادگیری کارشناسان و مدیران فروش و بازاریابی در کسب و کارهای با رشد سریع
۸۷. ارائه الگوی عوامل مؤثر بر ایجاد تصویر برند در کسب و کارهای کوچک و متوسط - مطالعه موردی: صنایع غذایی شهرستان آمل
۸۸. تحلیل شکاف مدل کسب و کار در بانک‌های ایرانی و خارجی جنبه‌های محصول و مالی (مطالعه تطبیقی بانک‌های تجارت و HSBC)
۸۹. شناسایی جهت‌گیری پژوهش‌های فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی در متون کارآفرینی
۹۰. شناسایی الگوی برندسازی کارآفرینانه در شرکت‌های کوچک و متوسط (صنعت پوشاک)
۹۱. طراحی مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی فناورانه مبتنی بر نوآور نظام‌یافته - مطالعه موردی: سامانه‌های هوشمند حمل و نقل در شهرداری تهران
۹۲. بررسی عوامل مؤثر بر بازاریابی و فروش محصولات شرکت‌های فناور پارک علم و فناوری دانشگاه تهران
۹۳. نگاشت (جایگاه‌یابی) سرمایه اجتماعی در ارتقاء نوآوری فعالیت‌های بازاریابی کارآفرینانه کسب و کارهای کوچک و متوسط صنایع غذایی
۹۴. شناسایی موانع تجاری‌سازی فناوری در صنعت خوراک دام طیور و آبزیان
۹۵. ارائه مدل وفادارسازی مشتریان در سازمان‌های نوظهور مبتنی بر شبکه‌های عصبی مصنوعی مورد مطالعه: بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری خصوصی شهر تهران
۹۶. شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های بازاریابی نوآورانه در شرکت‌های کوچک و متوسط تکنولوژی‌محور استان تهران (مطالعه موردی: صنعت نانو)
۹۷. بررسی تأثیر مؤلفه‌های بازاریابی چریکی بر فروش در بازار تلفن همراه تهران
۹۸. شناسایی موانع توزیع فیلم در شبکه ویدئویی خانگی و ارائه راه‌حل عملیاتی با استفاده از روش حل خلاقانه مساله XTRIZ (مورد مطالعه مؤسسه هنرهای پارسیان)
۹۹. مستندسازی شیوه‌های ترفیع در کسب و کارهای کوچک و متوسط و ارائه الگو (مورد مطالعه: صنعت پوشاک)
۱۰۰. ارائه مدل تأثیر تبلیغات دهان‌به‌دهان بر ارتقای ارزش ویژه برند مشتری‌محور در بازار تلفن همراه تهران
۱۰۱. شناسایی چالش‌های بازارگرایی تولیدکنندگان سیمان مبتنی بر الزامات نوآوری سازمانی مطالعه موردی: شرکت سیمان آبیک
۱۰۲. رتبه‌بندی گزینه‌های خلق ارزش مبتنی بر کارآفرینی سازمانی در بانکداری مجازی

۱۰۳. جایگاه‌یابی شبکه‌سازی کارآفرینانه در شکل‌گیری بنگاه‌های جهانی‌زاد
۱۰۴. ارائه مدل تأثیر بازاریابی و بیروسی بر ارتقای ارزش ویژه برند مشتری محور
۱۰۵. مدل سازی به کارگیری و توسعه دستگاه‌های خودپرداز مبتنی بر فرصت‌های کسب‌وکار بانکی براساس متدولوژی پویایی‌شناسی سیستم‌ها
۱۰۶. شناسایی روش‌های ورود به بازارهای بین‌المللی نوظهور در شرکت‌های صنایع غذایی (مورد مطالعه عراق)
۱۰۷. شناسایی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تقاضای خدمات بیمه عمر به کمک متدولوژی پویایی‌شناسی سیستم (مورد مطالعه شرکت‌های خصوصی بیمه)
۱۰۸. شناسایی کارکرد ترفیع کارآفرینانه در ارتقای فروش خدمات بیمه عمر و سرمایه‌گذاری (مطالعه موردی تبلیغات کلامی در شرکت‌های بیمه خصوصی)
۱۰۹. ارائه مدل کسب‌وکار الکترونیکی ماشین‌آلات صنعتی و پیاده‌سازی سایت مربوط براساس مطالعه تطبیقی وبسایت‌های حراجی منتخب
۱۱۰. شناسایی استراتژی کارآفرینانه کسب‌وکارهای نوظهور در ورود به بازارهای بین‌المللی (مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در قطب صنعتی استان مرکزی)
۱۱۱. بررسی نقش استراتژی بازاریابی در توسعه صادرات محصولات شرکت‌های کوچک و متوسط (صنایع ساختمانی منتخب استان اصفهان)
۱۱۲. تشخیص فرصت در حوزه صادرات کالاهای تجاری وارداتی (صادرات مجدد براساس مطالعه تطبیقی کشورهای هنگ‌کنگ و سنگاپور)
۱۱۳. شناخت تأثیر بازار بر رشد اقتصادی کسب‌وکارها: مطالعه موردی در صنایع تبدیلی کشاورزی استان کرمان
۱۱۴. شناسایی کارکردها و راهکارهای بازاریابی شبکه‌ای در بازاریابی محصولات جدید مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته در بنگاه‌های خرد (مورد مطالعه: دستمال‌های نظافتی میکروفیبر نانو سیلور)
۱۱۵. تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در توسعه گردشگری دفاع مقدس مبتنی بر فناوری اطلاعات
۱۱۶. طراحی مدل مفهومی کارآفرینی سازمانی فناورانه مبتنی بر آینده‌پژوهی مطالعه موردی سیستم‌های هوشمند حمل‌ونقل سازمان شهرداری تهران
۱۱۷. نگاهی آینده‌پژوهی در کارآفرینی (مطالعه موردی: متون نوآوری فرصت و ورود به بازار)
۱۱۸. شناسایی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در بنگاه‌های کارآفرین صنایع غذایی
۱۱۹. شناسایی تأثیر کارکردهای صنعت پست در توسعه کسب‌وکارهای اینترنتی

#### ۱۴) ارزیابی و داوری طرح‌های تحقیقاتی، کتاب‌ها و مقاله‌های علمی - پژوهشی:

۱. ارزیابی و داوری بیش از ۱۰ طرح تحقیقاتی و طرح‌نامه پژوهشی
۲. ارزیابی و داوری بیش از ۳۰۰ مقاله علمی - پژوهشی
۳. ارزیابی و داوری ۵ کتاب تخصصی