

دکتر محمدرحیم اسفیدانی

عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

۱۲/۱/۲۰۱۳

تهران، جلال آل احمد، پل گیشا، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

esfidani@ut.ac.ir

www.esfidani.com



سوابق تحصیلی

- دکترای مدیریت بازاریابی، دانشگاه تهران
- کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه تهران
- کارشناسی مدیریت، دانشگاه تهران

دوره های آموزشی

- دوره بازاریابی الکترونیکی، سازمان بهره وری آسیایی، سئول، کره جنوبی، ۱۳۸۹
- دوره مدیریت استراتژیک، سازمان مدیریت صنعتی ۱۳۸۲-۱۳۸۳
- دوره زبان و مکالمه بازرگانی، مرکز آموزش بازرگانی ۱۳۸۱-۱۳۸۳
- گواهی دیجیتالی، شرکت خدمات انفورماتیک راهبر ۱۳۸۶
- پست الکترونیکی امن، شرکت خدمات انفورماتیک راهبر ۱۳۸۶

علاقه پژوهشی

- رفتار مصرفکننده
- بازاریابی صنعتی (بازاریابی بین بنگاهی)
- کانالهای توزیع و بازاریابی خرده فروشی
- بازاریابی فناوری های پیشرفته
- بازاریابی محصولات CCI
- حقوق مصرفکننده و اخلاق بازاریابی

کتابها

- فروش در جهان معاصر (۱۳۹۲)، ترجمه محمدرحیم

- اسفیدانی، انتشارات نگاه دانش
- رفتار مصرف‌کننده (۱۳۹۰)، تالیف دکتر سیدرضا سیدجوادین و محمدرحیم اسفیدانی، انتشارات دانشگاه تهران.
- مدل سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل (۱۳۹۲)، شهریار محسنین و محمدرحیم اسفیدانی، نشر مهربان
- بازاریابی صنعتی (۱۳۸۹) تالیف دکتر سیدرضا سیدجوادین و محمدرحیم اسفیدانی، انتشارات نگاه دانش
- تئوری‌سازی داده بنیاد و نرم افزار اطلس‌تی.آی (۱۳۸۹)، تالیف دکتر سیدرضا سیدجوادین و محمدرحیم اسفیدانی، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- هوش تجاری (۱۳۹۰)، ترجمه محمدرحیم اسفیدانی و دکتر روح اله نوری، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- مهارت‌های فروشنده موفق (۱۳۸۷)، تالیف محمدرضا طبیبی و محمدرحیم اسفیدانی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- پنجره واحد تجاری (۱۳۸۹) تالیف محمدرحیم اسفیدانی، انتشارات موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- پلیس الکترونیکی (۱۳۸۹) تالیف مسعود شریعتی، غلامرضا شاه‌محمدی، محمدرحیم اسفیدانی و دکتر روح اله نوری، انتشارات دانشگاه علوم انتظامی
- تجارت الکترونیکی: مفاهیم و کاربردها (۱۳۸۴)، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- تجارت الکترونیکی: مطالعات نظری و کاربردی (۱۳۸۴) موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- طراحی الگوی مفهومی طبقه بندی و اولویت بندی تحقیقات تجارت الکترونیکی (۱۳۸۳) شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- استراتژی‌های بازاریابی در بازارهای اینترنتی (۱۳۸۵) موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی
- خدمات پس از فروش الکترونیکی در صنعت لوازم

خانگی انرژی بر (۱۳۸۷) شرکت چاپ و نشر بازرگانی

- Women Management in SMEs, Encyclopedia of women and Islamic Culture, ۲۰۰۵

مقاله ها

- حمید زارع، محمد رحیم اسفیدانی، مسعود موسوی، (۱۳۹۱)، تحلیل و بررسی رفتار شاکیانته مشتریان از خدمات پس از فروش سایپا، مدیریت فرهنگ سازمانی
- محمد رحیم اسفیدانی، طهمورث حسنقلی پور یاسوری، علی اصغر ساجدی فر (۱۳۹۱) بررسی و تحلیل تاثیر کیفیت خدمات الکترونیک در نگهداشت مشتریان آنی شرکتهای کارگزاری شهر تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران
- روح اله نوری، مهدی فتح اله، محمد رحیم اسفیدانی، افشین علیپور پیجانی (۱۳۹۱) مروری تطبیقی به وضعیت بسته بندی ایران با چند کشور جهان، علوم و فنون بسته بندی
- محمد رحیم اسفیدانی، احسان آقاجری، (۱۳۹۰) ارائه نقشه راه جهت پیاده سازی پنجره واحد تجاری در ایران، بررسی های بازرگانی
- سعید فتحي، محمد رحیم اسفیدانی، پریسا یعقوبی (۱۳۹۱) طراحی الگوی ارتباط بین آمادگی الکترونیکی ملی و بازده سرمایه گذاری بنگاه های اقتصادی در فناوری اطلاعات: رویکردی فراتحلیلی، دانشور رفتار
- علی اصغر ساجدی فر، محمد رحیم اسفیدانی، محمد حسین وحدت زاده، میثم محمودی آذر (۱۳۹۱) ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک در اعتماد سازی مشتریان آنلاین شرکتهای کارگزاری شهر تهران، مدیریت فناوری اطلاعات
- روح اله نوری، محمد ابویی اردکان، محمد رحیم اسفیدانی (۱۳۹۰) طراحی و تدوین بسته های آموزشی تجارت الکترونیکی، پژوهش در نظام های آموزشی
- مهدی مومنی، محمد رحیم اسفیدانی، علی حیدری (۱۳۹۱) بررسی تاثیر عوامل سازمانی بر پذیرش

- استفاده از نیروگاه‌های تولید همزمان برق و حرارت CHP توسط مشتریان سازمانی، تحقیقات بازاریابی نوین
- لطف اله فروزنده، حسین عباسی اسفنجانی، محمد رحیم اسفیدانی (۱۳۹۰) مسائل استراتژیک در زمینه استفاده از فناوری اطلاعات و اینترنت در بازاریابی، بررسی‌های بازرگانی (ترجمه).
 - الهه اسماعیلی آهنگرکلاهی، محمد رحیم اسفیدانی، علی رضا دقیقی اصلی (۱۳۹۱) اثر اینترنت بر عملکرد بازاریابی بیمه عمر، پژوهشنامه بیمه
 - سیدرضا سیدجوآدین، محمد رحیم اسفیدانی، حمید اسفیدانی (۱۳۹۱) طراحی شبکه عصبی جهت انتخاب راهبردهای بازاریابی اینترنتی، مجله چشم انداز بازرگانی
 - غلامحسین نیکوکار، علی دیواندري، عبدالحمید ابراهیمی، محمد رحیم اسفیدانی (۱۳۸۹)، الگوی رفتار مصرف‌کننده و استراتژی‌های بازاریابی اینترنتی: لوازم خانگی ایران، مدیریت بازرگانی
 - بررسی سطح بلوغ تجارت الکترونیکی صادرکنندگان برتر سال ۱۳۸۲ ایران (۱۳۸۵)، تحقیقات اقتصادی مهر و آبان ۱۳۸۵، (۷۵): ۷۵-۱۰۹
 - دکتر علی اکبر فرهنگی، روح اله نوری و محمد رحیم اسفیدانی (۱۳۸۶) بررسی نیازهای دانشجویان از سیستم مدیریت ارتباط با دانشجویان (SRMS) مورد مطالعه: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی زمستان ۱۳۸۶؛ ۷(۲۷) (ویژه مدیریت: ۸۱-۱۰۴)
 - سعید فتحي، محسن اکبري و محمد رحيم اسفیدانی (۱۳۸۴) طراحی مدل مفهومی طبقه بندی طرحهای تجارت الکترونیکی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۷
 - مجید صباغ و محمد رحیم اسفیدانی (۱۳۸۵) بررسی تاثیر تجارت الکترونیکی بر بین‌المللی شدن بنگاه‌ها در ایران، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۸

- مجید صباغ و محمدرحیم اسفیدانی (۱۳۸۴) بررسی تاثیر عوامل رقابتي بر جهاني شدن و تجارت الكترونيكي، تحقيقات اقتصادي دانشگاه تهران، شماره ۷۰
- موسي احمدزاده، محسن اکبري و محمدرحيم اسفیدانی (۱۳۸۴) بررسی ساختار سرمايه و منابع مالي بانك كشاورزي و ارايه راهكارهايي جهت بهينه كردن آن، بررسيهاي حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۹
- دکتر علي اکبر فرهنگي و محمدرحيم اسفیدانی (۱۳۸۱) موانع دستيابي زنان به پستهاي مديریتی، فصل نامه پژوهش زنان، دانشکده علوم اجتماعي دانشگاه تهران، شماره ۴
- دکتر علي اکبر فرهنگي و محمدرحيم اسفیدانی (۱۳۸۲) مسير شغلي مدیریت زنان در ايران، پژوهش زنان، دانشکده علوم اجتماعي دانشگاه تهران، شماره ۱ (مقاله انگليسي)
- دکتر احمد جعفرنژاد و محمدرحيم اسفیدانی (۱۳۸۴) بررسی وضعيت زنان در اشتغال و مدیریت: مطالعه موردی ايران، مجله مطالعات زنان، شماره ۷
- طراحی مدل بلوغ تجارت الكترونيكي در جهت توسعه صادرات، تحقيقات اقتصادي، پذيرفته شده جهت چاپ
- بررسی استراتژيهاي بازاریابي در بازارهاي اينترنتي، مجله پژوهشنامه بازرگاني، شماره ۴۲، ۱۳۸۶
- مزيت رقابتي در بازارهاي اينترنتي، تحقيقات اقتصادي، پذيرش جهت چاپ
- دکتر هاشم آقازاده، محمدرحيم اسفیدانی، سلسله مراتب اثر و نقش آن در تبليغات، مجله مدیریت و توسعه، شماره ۲۱
- ارزش آفريني در كسب و كار الكترونيكي، مجله بررسی هاي بازرگاني شماره ۱۵، ۱۳۸۴
- تجارت الكترونيك شركت با شركت: يك مدل انتقال، مجله بررسیهاي بازرگاني، پذيرش چاپ
- مسائل راهبردي در زمينه استفاده از فناوري

- اطلاعات و اینترنت در بازاریابی، مجله بررسیهای بازرگانی، پذیرش چاپ
- استراتژی بازاریابی رقابتی، دانش مدیریت، شماره ۶۲، ۱۳۸۴ (مقاله انگلیسی)
 - فلسفه‌های بازاریابی در بوت‌نقد، مجله دانش مدیریت، شماره ۶۰
 - رایه مدلی جهت تحلیل تعامل بین فروشند و مصرف کننده، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۱۸، ۱۳۸۵
 - هشت سوال کلیدی برای مدیریت دانش مشتری (ترجمه)، مجله بازاریابی، شماره ۳۶
 - بازاریابی دنیای پست مدرن (ترجمه)، مجله بازاریابی، شماره ۵۳
 - مدیریت دانش: تعامل بین تکنولوژی، انسان و تکنیک‌ها (ترجمه)، مجله روش
 - رویکردهای پست مدرن در بازاریابی سازمانی و تحقیقات بازار (ترجمه)، مجله بازاریابی شماره ۳۹
 - شکل بندی ارزش در زنجیره‌ها، فروشگاهها و شبکه‌ها (ترجمه)، کتاب مجموع مقالات تجارت الکترونیکی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
 - ارائه الگویی برای توسعه بانکداری الکترونیکی و بکارگیری کسب و کار الکترونیکی در خدمات بانکی، کتاب مجموع مقالات تجارت الکترونیکی، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
 - الگو برداری برای ایجاد رقابت پذیری: گزارشی از ایران (ترجمه)، مجله روش
 - توسعه صادرات از طریق پیاده سازی تجارت الکترونیکی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، دانشگاه شریف، ۱۳۸۳
 - ایران و فناوری اطلاعات، وضعیت، فرصتها، موانع و راهکارهای توسعه، مجله بازاریابی، شماره ۳۸، سال ۸۳
 - Mohammad Rahim Esfidani, Mansoureh Vahabzadeh, Maryam Tajalli (۲۰۱۲), Examining the Role of Tourism Exhibition in Sustainable Development of Tourism Industry, International Journal of Business and

Management Studies, Vol ۴, No ۲.

- Hossein Khanifar, Mohammad Rahim Esfidani, Hossein Nazari, Jalal Naderi (۲۰۱۳) Evaluation of Tarbiat Modares University brand based on University Brand Ecosystem Model, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences July ۲۰۱۳, Vol. ۳, No. ۷

سوابق پژوهشی

- مدیر پروژه: تدوین و بومی سازی استانداردهای تجارت الکترونیکی و آرایه مکانیزمهای اجرایی کردن آن
- مجری پروژه: تدوین بسته های آموزشی کاربردهای تجارت الکترونیکی
- مجری پروژه: تدوین بسته های آموزشی استانداردهای تجارت الکترونیکی
- مجری پروژه: بررسی استراتژی های بازاریابی برای موفقیت در بازارهای اینترنتی.
- مجری: آرایه مدلی جهت رتبه بندی شرکتهای آرایه کننده خدمات بازاریابی در ایران و رتبه بندی آنها
- مجری: بررسی عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده در بازارهای اینترنتی
- مجری: بررسی خدمات پس از فروش الکترونیکی در شرکتهای تولید کننده لوازم خانگی انرژی بر
- مجری: بررسی مکانیزمهای ایجاد نمایشگاههای مجازی در جهت بازاریابی داخلی و خارجی
- همکار: طراحی سیستم مدیریت ارتباط با دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
- همکار: طراحی دوره های کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری مدیریت منابع انسانی با تاکید بر بخش بازرگانی در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
- همکار اصلی: تدوین برنامه بازاریابی شرکت آر. تی. سی
- همکار اصلی: تدوین برنامه بازاریابی شرکت توان باطری
- همکار اصلی: تدوین برنامه بازاریابی شرکت سپاهان باطری
- همکار اصلی پروژه: بررسی مراحل به کارگیری

تجارت الکترونیکی به منظور توسعه صادرات کالا و خدمات.

- مدیر مسئول پروژه: بررسی الگوهای قیمت‌گذاری در بازارهای الکترونیکی
- همکار اصلی در طرح: بررسی حمایت‌های دولت از اصناف در تجارت الکترونیک
- همکار اصلی در طرح: بررسی موافقتنامه‌های فناوری اطلاعات در سازمان تجارت جهانی و الزامات آن
- همکار اصلی در طرح: بررسی مکانیزم‌های بکارگیری تجارت الکترونیک جهت توسعه صادرات کالا و خدمات
- همکار اصلی طرح در پروژه: طراحی مدل مفهومی طبقه بندی طرح‌های تجارت الکترونیک.
- همکار طرح در پروژه: بررسی نقش تجارت الکترونیک بر جهانی شدن: مورد ایران.
- همکار طرح در پروژه: بررسی اثربخشی ساختارهای ایجاد شده برای مدیریت انرژی صنعت کشور و ارائه راهکارهای بهبود آن.
- همکار طرح در پروژه: طراحی و تبیین الگوی توسعه تکنولوژی صنعت خودرو در ایران با تاکید بر استراتژی توسعه صادرات.
- همکار طرح در پروژه: طراحی دوره های آموزشی مربیان کارآفرینی.
- همکار طرح در پروژه: بررسی رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان گمرک.

همایش‌ها

- Value Creation through customer knowledge management (۲۰۰۵), Greece: IBIMA ۲۰۰۵ international conference on information management in modern enterprise
- Internet Marketing Strategies: A Competency Based Approach (۲۰۰۵), America: Hawaii International Conference On Business.
- Consumer And Salesperson Interaction Model: A Psychological Model (۲۰۰۵), Greece: Business & Economics Society International (B&ESI)
- Intellectual Marketing Strategy (۲۰۰۵), America: Hawaii International Conference on Business.
- توسعه صادرات از طریق پیاده سازی تجارت

- الکترونیک (۱۳۸۴) ، تهران: کنفرانس مدیریت دانشگاه شریف
- تجارت الکترونیک و جهانی شدن در ایران (۱۳۸۳) تهران: کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات
 - مزیت رقابتی مبتنی بر فناوری اطلاعات (۱۳۸۳) تهران: کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات

افتخارات

- رتبه اول کنکور سراسری کارشناسی ارشد
- پژوهشگر برگزیده در ششمین جشنواره هفته پژوهش
- پژوهشگر برگزیده وزارت بازرگانی در سال ۱۳۸۷
- مجری طرح برتر وزارت بازرگانی در سال ۱۳۸۷