



## دکتر امیر خانلری

### استادیار گروه MBA دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

#### مشخصات فردی

تاریخ تولد	۱۳۵۹/۱۱/۱۶
محل تولد	اراک
محل سکونت	تهران
وضعیت تأهل	متأهل
وضعیت نظام وظیفه	معافیت موارد خاص (طرح معافیت رتبه‌های برتر کنکور کارشناسی ارشد)

#### سوابق تحصیلی

دیپلم	ریاضی و فیزیک	دبیرستان شهید بهشتی اراک	معدل کل ۱۸/۷۹
کارشناسی	مدیریت صنعتی	دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان	معدل کل ۱۸/۷۸
کارشناسی ارشد	مدیریت فناوری اطلاعات (گرایش سیستم‌های اطلاعات پیشرفته)	دانشگاه تهران	معدل کل ۱۷/۶۶
دکتری تخصصی	مدیریت بازاریابی	دانشگاه تهران	معدل کل ۱۸/۷۵
پایان نامه کارشناسی ارشد	ارائه مدلی مفهومی جهت سنجش بلوغ مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در سازمان‌های فناوری اطلاعات		کسب درجه عالی و نمره ۱۹.۵
رساله دکتری	تدوین و تبیین مدلی برای ارزیابی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در بانک‌های تجاری خصوصی ایران		کسب درجه عالی و نمره ۱۹.۶

#### توفیقات علمی - تحصیلی

کسب رتبه اول	کل فارغ‌التحصیلان دبیرستان در رشته ریاضی و فیزیک	۱۳۷۷
کسب رتبه اول	فارغ‌التحصیلان دوره کارشناسی مدیریت صنعتی	۱۳۸۲
کسب رتبه سوم	کل رشته مدیریت - آزمون کارشناسی ارشد	۱۳۸۲
کسب رتبه دوم	گرایش مدیریت فناوری اطلاعات - آزمون کارشناسی ارشد	۱۳۸۲
کسب رتبه سوم	گرایش مدیریت صنعتی و مدیریت انتقال تکنولوژی - آزمون کارشناسی ارشد	۱۳۸۲
کسب رتبه اول	آزمون دکتری مدیریت بازاریابی دانشگاه تهران	۱۳۸۵
کسب رتبه اول	آزمون دکتری مدیریت استراتژیک دانشگاه شهید بهشتی	۱۳۸۵
کسب رتبه اول	دانشجویان دوره دکتری مدیریت بازاریابی	۱۳۸۷
دانشجوی استعداد درخشان	در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری دانشگاه تهران	۱۳۸۹
دانشجوی نمونه آموزشی	جشنواره دانشجویان برتر دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	۱۳۸۹
عضویت در بنیاد ملی نخبگان	کسب نشان علمی نخبگی و دریافت جایزه علمی	از ۱۳۸۷

سوابق اجرایی	
۸۲-۸۳	کارشناس نرم افزاری سیستم‌های مالی و بازرگانی- شرکت همکاران سیستم
۸۳-۸۴	کارشناس تحلیل سیستم‌های مهندسی صنایع- شرکت اطلاعات مدیریت همکاران سیستم
۸۴-۸۵	همکار طرح برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات سازمانهای مرتبط با مدیریت حمل و نقل شهری سنندج
۱۳۸۶	همکار طرح تدوین و اجرای برنامه راهبردی شرکت نمایشگاههای بین‌المللی تهران- شرکت سامان تدبیر
۱۳۸۶	مجری طرح نظرسنجی مردمی در مورد انتخابات هشتم مجلس شورای اسلامی شهر اراک- مؤسسه پژوهشی غرب شناسی
۸۷-۸۸	مدیر خدمات مشاوره و پژوهش شرکت توسعه اطلاعات و روابط کسب و کار (سیسل)
۸۷-۸۹	مشاور شرکت مشاوران تدبیرگران امین البرز
۸۶-۸۹	مشاور ارزیابی عملکرد شرکت ذوب آلیاژ
۱۳۸۷	مشاور طرح تدوین روشهای اجرائی سیاست‌های حمایتی بازاریابی بنگاه‌های کوچک- شرکت شهرکهای صنعتی استان تهران
۱۳۸۷	مجری طرح طرح تجاری تولید داخلی محصول جامع بانکداری متمرکز- شرکت داده پردازی ایران
۱۳۸۷	مجری طرح بررسی وضعیت اشتغالزایی در صنعت حمل و نقل ریلی- مرکز تحقیقات راه‌آهن
۱۳۸۷	مشاور طرح وضعیت کسب و کار الکترونیکی واحدهای اقتصادی استان مازندران- مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
۱۳۸۸	همکار طرح طرح تجاری ایران‌هاب منطقه در شرکت ارتباطات زیرساخت- مرکز تحقیقات مخابرات
۱۳۸۸	دبیر کمیته ارتباطات علمی- عضو کمیته عالی اجرایی اولین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی
۸۹-۹۰	مدیر اجرایی- عضو کمیته عالی اجرایی دومین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات مالی
۸۹-۹۰	مدیر آموزش و پژوهش مرکز بازاریابی خدمات مالی
۱۳۸۹	مدیر بخش مشتریان و بازار طرح تدوین و اجرای برنامه راهبردی بانک ملت - شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی
۸۹-۹۰	مدیر طرح تدوین محتوای آموزشی بازاریابی خدمات اعتباری بانک ملت- شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی
۹۱-۹۲	مدیر طرح طراحی و استقرار مدیریت ارتباط با مشتریان بانک ملت- شرکت مهندسی صنایع یاس ارغوانی
۹۱-۹۲	مدیر طرح بررسی نظام مدیریت مشتریان ارزنده در بانک‌های موفق دنیا و طراحی الگوی مناسب در بانک تجارت
از ۱۳۹۱	قائم مقام مدیرعامل مرکز بازاریابی خدمات مالی
از ۱۳۹۱	قائم مقام دبیر کل کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی
از ۱۳۸۵	مدیرعامل و عضو هیأت مدیره گروه مشاوران تام (شرکت مشاوره توسعه اندیشه مدیریت مدرن)
از ۱۳۹۲	رئیس اداره بازاریابی بانک پارسیان
۱۳۹۳	مدیر طرح تحقیقات بازار مخازن آسیاب شرکت کاوش جوش
۹۳-۹۴	مدیر طرح شناسایی عادات رسانه ای طبقه متوسط شهر تهران- شرکت تبلیغاتی شبکه آفتاب

عضویت ها و مسئولیت های علمی	
۹۲-۹۴	نماینده پژوهشی شورای پژوهشی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
از ۱۳۹۱	دبیر تخصصی فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت بازرگانی
از ۱۳۸۷	عضو کمیته داوران مجلات مدیریت فناوری اطلاعات، مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی، کاوش‌های مدیریت، چشم انداز بازرگانی
از ۱۳۸۹	عضو کمیته داوران مجله علمی- پژوهشی چشم انداز مدیریت
از ۱۳۸۸	عضو کمیته داوران کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی
۱۳۹۰	عضو کمیته داوران ششمین کنفرانس ملی و سومین کنفرانس بین‌المللی آموزش و یادگیری الکترونیک
از ۱۳۹۲	عضو پیوسته انجمن علوم مدیریت ایران
۱۳۹۳	عضو کمیته علمی همایش ملی بازاریابی: فرصت ها و چالش ها
از ۱۳۹۳	عضو کمیته علمی کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی
۱۳۹۴	عضو کمیته علمی نخستین کنفرانس ملی تبلیغات
۱۳۹۴	عضو کمیته علمی پنجمین کنفرانس ملی مدیریت اجرایی
۱۳۹۴	عضو کمیته علمی کنفرانس بین‌المللی ابزار و تکنیک های مدیریت

## مقالات انگلیسی مجلات بین المللی

Prioritizing equipments for preventive maintenance (PM) activities using fuzzy rules	Khanlari, A. Mohammadi, K. Sohrabi, B.	Computers & Industrial Engineering	2008	54(2), pp. 169-184
Organizational Readiness Assessment for Knowledge Management	Mohammadi, K. Khanlari, A. Sohrabi, B.	International Journal of Knowledge Management	2009	5(1) pp.29-45
Customer loyalty in the sport industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust	Seyed Javadein, S. R. Khanlari, A. Estiri, M.	International Journal of Human Sciences	2008	5(2) pp. 1-19
Customer Relationship Management Maturity Model (CRM3): a model for stepwise implementation	Sohrabi, B. Haghighi, M. Khanlari, A.	International Journal of Human Sciences	2010	7(1) pp. 1-20
Targeting customers: A fuzzy classification approach	Sohrabi, B. Khanlari, A.	International Journal of Engineering	2010	25 (2) pp.323-335
The impact of internal marketing on organizational behavior of employees (Case study: a branch of Passargad bank)	Daneshpazhoh, V. Morovati Sharif Abadi, A. Khanlari, A.	International Journal of Current Life Sciences	2014	4(7) pp. 3502-3508
Culture effect on customer instantaneous purchase manner	Zohrehbakhsh Dazfouly, M. Ebrahimzadeh Moghaddam, Z. Khanlari, A.	International Journal of Current Life Sciences	2015	4(12) pp. 12604-12611
Customer lifetime value (CLV) measurement based on RFM model	Sohrabi, B. Khanlari, A.	The Iranian Accounting and Auditing Review Journal	2007	14 (47) pp.7-20

## مقالات فارسی مجلات علمی پژوهشی

۱۲ (۴۸) - صص. ۱۶۳ - ۱۸۸	۱۳۸۷	فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی	بابک سهرابی، امیر خانلری	سنجش میزان آمادگی سازمانی مؤسسات آموزش عالی در اجرای مدیریت ارتباط با دانشجو: مورد کاوی دانشگاه تهران
(۱۱) صص. ۸۷ - ۱۰۴	۱۳۸۷	فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت بازرگانی	علی اکبر فرهنگی، طهمورث حسنقلی پور، امیر خانلری	پست مدرنیسم و بازاریابی مصرف کننده در هزاره جدید
(۱۱) ۳ صص. ۱۳۱ - ۱۴۸	۱۳۸۷	فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن علوم مدیریت	امیر خانلری، بابک سهرابی	مدل علی بهبود و تعالی در ارتباط با مشتریان سازمان
(۵۶) ۱۶ صص. ۷۹ - ۹۲	۱۳۸۸	فصلنامه علمی- پژوهشی بررسی های حسابداری و حسابرسی	بابک سهرابی، امیر خانلری	پیش‌نیازهای پیاده‌سازی زبان توسعه‌پذیر گزارش‌گیری کسب و کار (XBRL)
(۱-۲) ۴ صص. ۱ - ۱۰	۱۳۸۹	مجله علمی- پژوهشی اخلاق در علوم و فناوری	بابک سهرابی، امیر خانلری	اخلاق، فناوری اطلاعات و رفتار شهروندی سازمانی
(۱) ۲۶-۱ صص. ۱۱۷ - ۱۲۴	۱۳۸۹	مجله علمی- پژوهشی مهندسی صنایع و مدیریت شریف	بابک سهرابی، محمد موسی خانی، امیر خانلری	مدل سنجش بلوغ مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) (مطالعه موردی: سازمانهای فناوری اطلاعات)
(۷) ۲ صص. ۱۱ - ۳۴	۱۳۸۹	مجله علمی- پژوهشی توسعه‌ی کارآفرینی	بابک سهرابی، امیر خانلری	عوامل مؤثر بر بکارگیری تجارت الکترونیک در بنگاه‌های کوچک و متوسط ایران
(۴) ۵۲ صص. ۴۱ - ۵۴	۱۳۸۹	مجله علمی- پژوهشی المپیک	سید رضا سید جوادین، امیرخانلری، مهرداد استیری	مدلی از ارزیابی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان خدمات ورزشی

مقالات فارسی مجلات علمی پژوهشی

۱۷ (۴۱) صص. ۱۳۷-۱۵۴	۱۳۸۹	دوماهنامه علمی- پژوهشی دانشور رفتار (مدیریت و پیشرفت)	بابک سهرابی، امیر خانلری	تعیین عوامل حیاتی سازمانی در اجرای موفقیت‌آمیز مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
۱۵ (۱) صص ۲۳۱-۲۴۷	۱۳۹۰	مجله مدرس علوم انسانی- پژوهش‌های مدیریت در ایران	بابک سهرابی، امیر خانلری، نصیبه آجرلو	الگوی جهت تعیین ارزش چرخه عمر مشتریان (CLV) در صنعت بانکداری
۵ (۳) صص ۲۷-۵۲	۱۳۹۰	فصلنامه تحقیقات زنان	بابک سهرابی، امیر خانلری	مقایسه الگوی نگرشی و رفتاری زنان و مردان بازدیدکننده از وبسایت‌های فروش
۱۰ (۷) صص ۷۳-۹۳	۱۳۹۱	مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی	طهمورث حسنقلی پور، سید رضا سید جوادین، احمد روستا، امیر خانلری	ارائه چارچوب مدیریت ارتباط با مشتری در بانک‌های خصوصی با رویکرد نقشه شناختی
۴ (۱۰) صص ۴۱-۶۲	۱۳۹۱	مجله مدیریت فناوری اطلاعات	طهمورث حسنقلی پور، سید رضا سید جوادین، احمد روستا، امیر خانلری	مدل ارزیابی فرایند مدیریت ارتباط با مشتری در بانک‌های تجاری خصوصی کشور
۵ (۲) صص ۴۷-۶۸	۱۳۹۲	فصلنامه مدیریت بازرگانی	محمد حقیقی، امیر خانلری، وحید مقصودی	بررسی رابطه بین سبک‌های دلبستگی مشتریان و مدیریت ارتباط با مشتریان (مورد کاوی: مرکز آموزش‌های الکترونیکی دانشگاه تهران)
۹ صص ۱۱۳-۱۲۹	۱۳۹۲	مجله چشم‌انداز مدیریت صنعتی	محمد رضا آرامتی، نیما مختارزاده، امیر خانلری	ارائه مدل یکپارچه تدوین استراتژی تکنولوژی مبتنی بر رویکرد موقعیت‌یابی
۶ (۱) صص ۷۰-۴۷	۱۳۹۳	فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات	امیر خانلری، امید کفائی	بررسی تاثیر ابعاد ساختاری بر موفقیت سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی در شرکت‌های ایرانی دارنده این سیستم
۱۷ صص ۲۱۸-۱۹۹	۱۳۹۳	فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی	علی گلرخ، امیر خانلری	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موفقیت پیاده‌سازی بانک‌بیمه در ایران
۶ (۲) صص ۴۰۰-۳۸۱	۱۳۹۳	فصلنامه مدیریت بازرگانی	علی گلرخ، امیر خانلری	شناسایی و بررسی عوامل موثر بر تمایل مشتریان برای خرید مقاطع بانک بیمه
۶ (۲) صص ۲۳۱-۲۵۲	۱۳۹۳	نشریه مدیریت صنعتی	امیر خانلری، امید کفائی	بررسی تاثیر استراتژی کسب و کار بر موفقیت سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی در شرکت‌های ایرانی
۲ (۲) صص ۶۱-۷۴	۱۳۹۳	پژوهشنامه مدیریت بازاریابی	علی مروتی، امیر خانلری، هانی شفق	بررسی اثرات ارزش ویژه برند بر ارزیابی مصرف‌کنندگان از بسط برند (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان محصولات لبنی پگاه در شهر تهران)
۶ (۴) صص ۶۱-۷۸	۱۳۹۳	فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی	امیر خانلری، فاطمه باقری، ناصر عبدی	بررسی رضایتمندی بازدیدکنندگان از عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری برج میلاد
۶ (۴) صص ۷۷۳-۷۹۰	۱۳۹۳	فصلنامه مدیریت بازرگانی	امیر خانلری، رضوان سبزه علی	بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و عملکرد مالی از طریق فرایند نوآوری در شرکتهای صنعتی گلبایگان
۶ (۱۲) صص ۷۵-۹۹	۱۳۹۳	مجله کاوش‌های مدیریت بازرگانی	صحرا زمانیان، امیر خانلری	وفاداری به برند و تبلیغات توصیه‌ای الکترونیک در شبکه‌های اجتماعی
۴ (۲۱) صص ۶۹-۸۴	۱۳۹۳	مجله چشم‌انداز مدیریت بازرگانی	بابک سهرابی، علیرضا حسن زاده، امیر خانلری، وحید اسکویی	تدوین الگوی مدیریت ارتباط با دانشجو در دانشگاه‌های ایران
۷ (۲) صص ۷۵-۹۷	۱۳۹۲	دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی	سمیه بهستانی، امیر خانلری	الگوی بهینه سبد سرمایه‌گذاری در چارچوب آمیخته بازاریابی خدمات با اعتماد به مشتری؛ مطالعه موردی: شرکتهای بیمه فعال در بورس و فرابورس جمهوری اسلامی ایران
۷ (۲) صص ۴۰۷-۴۲۶	۱۳۹۳	فصلنامه مدیریت بازرگانی	امیر خانلری، مهشادالسادات دعایی اسکویی	عوامل موثر بر تمایل به بازگشت مشتریان از دست رفته در شرکتهای بیمه

## مقالات فارسی ارائه شده در کنفرانس‌ها

تهران (ایران)	۱۳۸۳	دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت	امیر خانلری	تاثیر فناوری اطلاعات بر ساختار سازمانی
تهران (ایران)	۱۳۸۴	چهارمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع	امیر خانلری	مدیریت دانش موردی (Case-Based) در فرایند توسعه نرم افزار
تهران (ایران)	۱۳۸۴	دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	امیر خانلری، کاوه محمدی	ارزیابی نقش فناوری اطلاعات در سازمان‌ها بر اساس کارت امتیازدهی متوازن (BSC)
تهران (ایران)	۱۳۸۴	دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	امیر خانلری، کاوه محمدی	ارتباط مدیریت دانش و انواع یادگیری سازمانی
تهران (ایران)	۱۳۸۶	دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت بازاریابی	امیر خانلری، بابک سهرابی	اجرای استراتژی مدیریت ارتباط با مشتری از طریق کارت امتیازدهی متوازن (BSC)
تهران (ایران)	۱۳۸۶	چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	امیر خانلری، بابک سهرابی، محمد موسی خانی	نگرش جامع به مدیریت ارتباط با مشتری از طریق ارائه چارچوبی استراتژیک
تهران (ایران)	۱۳۸۸	اولین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی	امیر خانلری، بابک سهرابی، نصیبه آجرلو	استفاده از مدل وزن‌دهی تازگی، فراوانی، ارزش مالی (WRFM) برای بخش - بندی مشتریان بانک‌ها بر اساس ارزش چرخه عمر آنها (مقاله برتر بخش ارائه شفاهی)
تهران (ایران)	۱۳۹۱	چهارمین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی	امیر خانلری، بهروز غروری	دسته بندی و برآورد ارزش مشتریان بانک از طریق ارزش طول عمر مشتری و مدل احتمالی
تهران (ایران)	۱۳۹۱	چهارمین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی	امیر خانلری (سخنرانی کلیدی)	مدیریت ارتباط با مشتریان بانکی با رویکرد کسب سود
تهران (ایران)	۱۳۹۲	ششمین کنفرانس مدیریت دانش	مهدیه طاهری، امیر خانلری	بررسی بکارگیری مدیریت دانش بر بهبود فرایند توسعه نرم افزار در شرکتهای نرم افزاری
شیراز (ایران)	۱۳۹۲	اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت	لیلا معلمیان، علی مروتی، امیر خانلری	پذیرش فناوری با تاکید بر پذیرش بانک داری الکترونیکی
تهران (ایران)	۱۳۹۲	هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین‌المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی	لیلا معلمیان، علی مروتی، امیر خانلری	شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر گرایش مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک (مورد مطالعه: بانک ملت شهر تهران)
تهران (ایران)	۱۳۹۳	همایش بین‌المللی مدیریت	ضحی، ابراهیم زاده مقدم، محبت زهره بخش دزفولی، امیرخانلری	تأثیر فرهنگ بر رفتار خرید آنی
تهران (ایران)	۱۳۹۳	کنفرانس سالیانه مدیریت استراتژیک	امیر خانلری، محمد اراکی تبار	ارائه مدل تلفیقی قابلیت های پویای سازمان در نوآوری استراتژیک خدمات جدید
تهران (ایران)	۱۳۹۳	کنفرانس ملی مهندسی ارزشی و مدیریت هزینه	امیر خانلری، فروغ السادات میرکمالی	نقش مهندسی ارزش و مدیریت هزینه در مدیریت پروژه های عمرانی در بخش خصوصی
تهران (ایران)	۱۳۹۳	کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی	محمد اراکی تبار، امیر خانلری	ارائه و اولویت بندی استراتژی های بازاریابی بانک کشاورزی با استفاده از نظریه برخاسته از داده ها (استان تهران)
سمنان (ایران)	۱۳۹۴	اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات	امیر خانلری، علی گلرخ	بررسی و ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه برای نظام مدیریت ارتباط بامشتری در صنعت بیمه
مشهد (ایران)	۱۳۹۴	کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی	امیر خانلری، یاسر سلیمانی، بهرام قنبری، ندا نجفی	بررسی رابطه بین توسعه منابع انسانی و بهره وری شغلی با بکارگیری فناوری اطلاعات (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه ایلام)
تهران (ایران)	۱۳۹۴	نخستین کنفرانس مدیریت تبلیغات	امیر خانلری (سخنرانی کلیدی)	تبلیغات در شبکه های اجتماعی: قابلیت ها و راهبردها
تهران (ایران)	۱۳۹۴	نخستین کنفرانس مدیریت تبلیغات	امیر خانلری، حسام خضرای حاذق فکر	نقش ارتباطات و تبلیغات هوشمند در عملکرد کسب و کار و تأثیرگذاری آن بر میزان افزایش درآمد، سودآوری و رشد و تعالی سازمان‌ها

تهران (ایران)	۱۳۹۴	نخستین کنفرانس مدیریت تبلیغات	شیوا وزیری، محمدرحیم اسفیدانی، امیر خانلری	بررسی تاثیر محتوای تبلیغات بر اثر خودفعال سازی تبلیغات محصولات آرایشی - بهداشتی
---------------	------	-------------------------------	---	--

#### مقالات انگلیسی ارائه شده در کنفرانس‌ها

Designing a Fuzzy Expert System for Scheduling the Maintenance	Khanlari, A. Sohrabi, B.	Proceeding of 4th International Conference on Maintenance	2007	Tehran (Iran)
Dimensions and Functions of Citizen Relationship Management (CzRM) in e-Government	Sohrabi, B Khanlari, A.	International Conference on eBusiness and eGovernment (ICEBEG)	2011	Izmir (Turkey)

#### فصل کتاب‌های منتشره (انگلیسی)

Organizational Readiness Assessment for Knowledge Management	Mohammadi, K. Khanlari, A. Sohrabi, B.	Strategic Information Systems: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications	IGI Global	2009	pp. 1712-1728
Intellectual Capital and Technological Innovation: Knowledge-Based Theory and Practice	Sohrabi, B. Raeesi, I. Khanlari, A.	Intellectual Capital. Components, Measurement, and Management	IGI Global	2009	pp. 1-38
A Comprehensive Model for Assessing the Organizational readiness of Knowledge Management	Sohrabi, B., Raeesi, I., Khanlari, A. Forouzandeh, S.	Global Aspects and Cultural Perspectives on Knowledge Management: Emerging Dimensions	IGI Global	2011	pp. 30-48
G2C Marketing: Dimensions and Functions of ZRM	Sohrabi, B. Khanlari A.	Marketing in the Cyber Era: Strategies and Emerging Trends	IGI Global	2014	pp.67-84
The Effects of Fan Personality on Participation in Social Media Based Brand Community: Role of Personality on Participation in the Social Media	Balapour, A. Khanlari, A.	Strategic Customer Relationship Management in the Age of Social Media	IGI Global	2015	pp. 155-177
The Effects of Social Media-Based Brand Communities on Brand Loyalty and Brand Equity: Case Study – Cinere Company	Khanlari, A. Rezaei, F. Mira, S.A.	Strategic Customer Relationship Management in the Age of Social Media	IGI Global	2015	pp. 216-243
Electronic Word of Mouth Marketing: Relationship between Brand Loyalty and Electronic Word of Mouth in Social Marketing Networks	Zamanian, S. Khanlari, A.	Strategic Customer Relationship Management in the Age of Social Media	IGI Global	2015	pp.268-289

#### فصل کتاب‌های منتشره (فارسی)

۱۳۹۳	انتشارات علمی فرهنگی	مدیریت ایران، کشورداری الکترونیک	بابک سهرابی، امیر خانلری	ابعاد و کارکردهای مدیریت ارتباط با شهروندان در دولت الکترونیک
------	-------------------------	----------------------------------	--------------------------	---

## راهنمایی و مشاوره پایان نامه

۱۳۸۹	مؤسسه عالی بانکداری	کارشناسی ارشد	مشاور	الگوی جهت تعیین ارزش چرخه عمر مشتریان در بانک ملت (پایان نامه برتر)
۱۳۹۱	مؤسسه عالی بانکداری	کارشناسی ارشد	مشاور	دسته‌بندی وضعیت مشتریان حقوقی بانک‌ها با استفاده از ارزش عمر مشتریان با رویکرد زنجیره مارکوف
۱۳۹۱	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی رابطه بین سبک‌های دلبستگی و مدیریت ارتباط با مشتریان (مطالعه موردی: مرکز آموزش الکترونیک دانشگاه تهران)
۱۳۹۲	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	دکتری	مشاور	تدوین مدل مدیریت ارتباط با دانشجو و ارائه راه‌کارهای بهبود سیستم‌های خدمات دانشجویی
۱۳۹۲	دانشگاه آزاد اسلامی - علوم و تحقیقات یزد	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی اثرات ارزش ویژه برند بر ارزیابی از بسط برند از دیدگاه مصرف‌کنندگان: (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان محصولات لبنی پگاه در شهر تهران)
۱۳۹۲	دانشگاه آزاد اسلامی - علوم و تحقیقات یزد	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی پذیرش بانک‌داری الکترونیک از دیدگاه مشتریان با استفاده از فرآیند تحلیل ویکور فازی
۱۳۹۲	دانشگاه آزاد اسلامی - علوم و تحقیقات یزد	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان (شعب منطقه ۴ بانک پاسارگاد در تهران)
۱۳۹۲	دانشگاه آزاد اسلامی - علوم و تحقیقات تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	بررسی عوامل موثر بر توانمندسازی شورایارهای محلات شهر تهران
۱۳۹۲	موسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	راهنما	بررسی بکارگیری مدیریت دانش بر بهبود فرایند توسعه نرم افزار در شرکتهای نرم افزاری (مورد مطالعه: شرکت طرفه نگار)
۱۳۹۲	موسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی تأثیر بکارگیری آمیخته بازاریابی و تصویر شرکت بر ارزش ویژه برند مبتنی بر مشتری در صنعت نرم افزار
۱۳۹۲	موسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی عوامل موثر در تدوین استراتژی‌های برندسازی دانشگاه‌های آموزش الکترونیکی (مطالعه موردی: موسسه آموزش عالی مهر البرز)
۱۳۹۲	پردیس ارس دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	ارزیابی سیستم خدمات پس از فروش شرکت نرم افزاری رایورز
۱۳۹۳	موسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	راهنما	تأثیر بازاریابی داخلی بر کیفیت رابطه با مشتریان: (مطالعه موردی بانک سپه)
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی رابطه بین ارزش ویژه مشتری و عملکرد گروه هتل‌های بین‌المللی پارسیان
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	ارائه مدلی جهت ارزیابی کیفیت بازاریابی محلی در شعب بانک ملت
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	اولویت بندی و انتخاب ساختار بهینه بانک بیمه با استفاده از روش MADM فازی
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	بررسی تأثیر انجمن برند رسانه‌های اجتماعی بر اعتماد و وفاداری برند در صنعت لوازم آرایشی و بهداشتی (مورد مطالعه: شرکت سینره)
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	سنجش ارزش چرخه ی عمر (CLV) مشتریان در کسب و کار دندانپزشکی با روشی آینده نگر و مطالعه موردی
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	پیش بینی میزان فروش محصول جدید در صنایع غذایی با استفاده از ترکیب روش های کمی و کیفی (مورد مطالعه پاستای منجمد شرکت کاله)
۱۳۹۳	پردیس البرز دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	شناسایی عوامل موثر بر فرایند تصمیم گیری خریداران تجهیزات نفت و گاز در ایران
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	تدوین مدل مدیریت منابع انسانی مشتری مدارانه در بانکهای تجاری خصوصی کشور
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی ارتباط ابعاد شخصیت برند بر تصویر برند و وفاداری نگرشی و رفتاری مشتریان در صنعت بیمه (مورد مطالعه: بیمه کارآفرین)
۱۳۹۴	موسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	راهنما	محاسبه و پیش بینی ارزش طول عمر مشتریان با استفاده از شبکه عصبی GMDH (مطالعه موردی: مشتریان حقیقی بانک ملت)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنما	انتخاب آمیخته رسانه در کمپین های تبلیغاتی با تلفیق مدل تصمیم زبانی فازی و الگوریتم ژنتیک
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی رابطه بین تجربه برند، رضایت و قصد مشتری در صنعت لوازم آرایشی و بهداشتی در تهران



۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان اینترنت پرسرعت شرکت صبانت
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	مدل اعتمادسازی در زنجیره تأمین محتوای سازمان های مطبوعاتی
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	درگیرسازی مشتریان با برند از طریق شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای هایلند)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی تأثیر شخصیت برند بر وفاداری به برند (مورد مطالعه: بانک شهر)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	بررسی تأثیر انجمن های برند مبتنی بر شبکه های اجتماعی بر اعتماد مشتریان به برند در صنعت گردشگری (مورد مطالعه: شرکت خدمات مسافرتی جهانگردی ستاره الماس هالی)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی عوامل موثر بر تجربه مشتری در بانکها و تأثیر آن بر ارزش ویژه برند (مطالعه موردی: بانک پارسیان)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	شناسایی و اولویت بندی توانمندسازها و بازدارنده های هوش رقابتی در بانکهای خصوصی ایران
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی اثربخشی جایگذاری برند در فیلم های سینمایی
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکت بر کیفیت ادراکی و وفاداری مشتریان به برند در محصولات مواد شوینده در شهر قزوین
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	شناسایی مولفه های هوش بازاریابی در موفقیت یا شکست پروژه های توسعه محصول جدید شرکت های تولیدکننده نرم افزار استان تهران
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	راهنا	بررسی تصویر برند جاری و ایده آل با استفاده از تکنیک زیمت (مورد مطالعه: بانک پارسیان)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی ارتباط بین برند کارفرما و وفاداری نیروی انسانی در شرکت بیمه پارسیان
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی اثر رسانه های اجتماعی بر برنامه ریزی سفر گردشگران خارجی به شهر تهران (مورد مطالعه: جاذبه های تاریخی فرهنگی)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	محتوای تبلیغات و اثر خود فعال سازی، بررسی تأثیر نوگرایی و خودبینی مصرف کنندگان
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی عوامل موثر بر رفتار خرید جلو امپر خودروهای سواری پرتیراژ ساخت داخل کشور
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی تأثیر ابزارهای ارتباطات بازاریابی بر موفقیت بازاریابی سیاسی در انتخابات ریاست جمهوری (پیمایشی در رابطه با دانشجویان دانشگاه تهران)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	اندازه گیری دارایی برند دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی (مورد مطالعه: دانشکده های مدیریت شهر تهران)
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مشاور	بررسی عوامل موثر بر تصمیم خرید بیمه نامه مسولیت حرفه ای پزشکان

### طرح های پژوهشی دانشگاهی

۱۳۸۶	سنجش میزان آمادگی مؤسسات آموزش عالی در مدیریت ارتباط با دانشجو (مطالعه موردی: دانشگاه تهران)	همکار طرح
۱۳۸۶	استفاده از ابزارهای داده کاوی جهت تشخیص مشتریان کلیدی در گروه شرکت های همکاران سیستم	همکار طرح
۱۳۸۷	اولویت بندی مشتریان شرکت ذوب آلیاژ با استفاده از قواعد فازی	همکار طرح
۱۳۸۷	تأثیر ملاحظات اخلاقی استفاده از فناوری اطلاعات در کسب و کار بر رفتار شهروندی کارکنان	همکار طرح
۱۳۸۸	بررسی پیش نیازها و ارائه مدل ارزیابی آمادگی بکارگیری زبان توسعه پذیر گزارش گیری کسب و کار	همکار طرح
۱۳۸۸	مدل بکارگیری تجارت الکترونیک در بنگاه های کوچک و متوسط	همکار طرح
۱۳۸۸	بررسی و تحلیل الگوی خرید آنلاین در بین زنان بازدیدکننده از وبسایت های فروش ایرانی	همکار طرح
۱۳۸۹	ابعاد و کارکردهای مدیریت ارتباط با شهروندان در دولت الکترونیک	همکار طرح
۱۳۹۴	سنجش رضایتمندی و وفاداری دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	مجری طرح
۱۳۹۴	بررسی تصویر برند دانشکده مدیریت دانشگاه تهران با استفاده از تکنیک ZMET	مجری طرح



### سوابق تدریس دوره های دانشگاهی

۸۶-۸۷	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی	کاربرد کامپیوتر در مدیریت، سیستم اطلاعات مدیریت
۸۷-۸۸	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی	روش تحقیق، مبانی فناوری اطلاعات
از ۱۳۸۷	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی و کارشناسی ارشد	اصول بازاریابی، مدیریت بازاریابی
از ۱۳۸۶	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	روش تحقیق
۹۰ - ۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	بازارشناسی و مدیریت بازار (گرایش بیمه)
۱۳۹۱	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی	بازاریابی بین الملل
۱۳۹۱	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مباحث منتخب بازاریابی (دوره MBA)
۹۱ - ۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	بازاریابی خدمات گردشگری
۱۳۹۲	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	سیستم اطلاعات مدیریت
از ۱۳۹۲	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مدیریت تبلیغات، رفتار مصرف کننده، سمینار در مسائل بازاریابی
از ۱۳۹۲	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	دکتری	فلسفه علم و روش شناسی تحقیق
۱۳۹۴	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری
۱۳۹۳	دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	تحقیقات بازاریابی (دوره MBA)
۸۸-۹۱	پردیس بین المللی کیش دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	اصول بازاریابی، روش تحقیق، بازاریابی گردشگری
از ۱۳۸۷	مرکز آموزش الکترونیک دانشگاه تهران	کارشناسی و کارشناسی ارشد	روش تحقیق، مدیریت بازاریابی
از ۱۳۹۱	مرکز آموزش الکترونیک دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	مدیریت تبلیغات، تحقیقات بازار
از ۱۳۹۲	مرکز آموزش الکترونیک دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	بازارشناسی و مدیریت بازار، رفتار مصرف کننده
۸۵-۸۶	دانشگاه قم	کارشناسی	کاربرد کامپیوتر در مدیریت، تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم
۸۵-۸۶	دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک	کارشناسی	کاربرد کامپیوتر در مدیریت، سیستم اطلاعات مدیریت
۱۳۸۷	دانشگاه علمی- کاربردی بانک ملت	کارشناسی ارشد	پژوهش عملیاتی
۱۳۸۹	مؤسسه آموزش عالی ماهان	کارشناسی ارشد	مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)- دوره MBA یکساله
۱۳۸۹	سازمان مدیریت صنعتی	کارشناسی ارشد	روش تحقیق
از ۱۳۹۰	مؤسسه غیرانتفاعی مهر البرز	کارشناسی ارشد	روش تحقیق و مقاله نویسی

### سوابق تدریس در دوره های کاربردی

۱۳۸۶	مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی هرمزگان	مدیریت ارتباط با مشتری، تجارت الکترونیک
۱۳۸۶	آموزش های کاربردی دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران	بازاریابی عملیاتی، مدیریت فروش شرکت ذوب آهن اصفهان
۱۳۸۷	مرکز آموزش های کاربردی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	بازاریابی عملیاتی، تحقیقات بازاریابی، مدیریت فناوری اطلاعات، برنامه ریزی و کنترل فروش
۸۷-۸۸	شرکت شهرک های صنعتی استان فارس	مدیریت ارتباط با مشتری، فروش حرفه ای
۱۳۸۸	شرکت شهرک های صنعتی استان اردبیل	مدیریت فروش
۱۳۸۸	نمایشگاه تخصصی صنعت ساختمان دلیجان	مدیریت بازاریابی
۱۳۹۰	مرکز آموزش های کاربردی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	راهبردهای بازاریابی شرکت اتکا
۱۳۹۰	مرکز آموزش بانک ملت	آموزش مدرسین بازاریابی خدمات اعتباری
۱۳۹۴	مرکز آموزش های کاربردی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران	روش های موثر در وفاداری مشتریان- شرکت خوشگوار

زمینه‌های مورد علاقه پژوهش	زمینه‌های مورد علاقه تدریس
بازاریابی	بازاریابی
مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)	مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
مدیریت برند	رفتار مصرف‌کننده
بازاریابی بانکی	تحقیقات بازاریابی
هوشمندی تجاری	مدیریت تبلیغات
مدیریت تبلیغات	سمینار و روش تحقیق