

## « برگه‌ی مشخصات »



آخرین به‌روزرسانی: ۱۳۹۴/۰۹/۰۱

### ۱- مشخصات فردی :

نام : حمید رضا نام خانوادگی : رضوانی

### ۲- مدارک و سوابق تحصیلی :

- دکترای رشته مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت استراتژیک از دانشگاه علامه طباطبایی تهران با معدل کل ۱۷/۵۵ سال ۱۳۸۶ با کسب رتبه برتر فارغ التحصیلی در دانشکده مدیریت
- فوق لیسانس مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی از دانشگاه تهران با معدل کل ۱۷/۹۱ سال ۱۳۸۱
- لیسانس مدیریت صنعتی از دانشگاه علامه طباطبایی تهران با معدل کل ۱۷/۵۷ سال ۱۳۷۹
- دیپلم علوم تجربی از دبیرستان نمونه دولتی آیت ... آملی آمل با معدل کل ۱۸/۰۵ سال ۱۳۷۵

### ۳- سوابق علمی - اجرایی :

- عضو هیئت علمی دانشگاه مهرالبرز تهران از ۱۳۹۲
- استاد مدعو دانشگاه تهران، ۱۳۹۲
- عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران از ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۲
- مدیر گروه مدیریت بازرگانی در دانشگاه مازندران از ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۲
- مدیر گروه مدیریت اجرایی در دانشگاه مازندران از ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۱
- استاد مدعو دانشگاه علامه طباطبایی از ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۶
- استاد مدعو دانشگاه شمال از ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۱
- استاد مدعو دانشگاه راه دانش بابل از ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۰
- استاد مدعو دانشگاه های آزاد آمل و بابل ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۲.
- استاد دوره‌های آموزشی در انستیتو بانکداران خاورمیانه
- استاد دوره‌های آموزشی مدیریتی در پژوهشکده مدیریت سما
- استاد دوره‌های آموزشی مدیریتی در موسسه مطالعات و تحقیقات مبین
- استاد دوره‌های آموزشی مدیریتی در موسسه تحقیقات صنعتی ایران

### ۴- سوابق علمی - آموزشی : ( در حوزه‌های مدیریت بازاریابی، مدیریت استراتژیک و تئوری‌های سازمان و مدیریت)

- تدریس مدیریت بازاریابی
- تدریس دروس حوزه مدیریت استراتژیک ( برنامه ریزی، اجرا و کنترل استراتژیک) و مدیریت استراتژیک پیشرفته
- تدریس دوره استراتژی بازاریابی
- تدریس تحقیقات بازاریابی
- تدریس بازاریابی بین المللی
- تدریس بازاریابی صنعتی
- تدریس دروس سمینار در بازاریابی و نیز سمینار استراتژی
- تدریس مدیریت عمومی (نظریه‌های سازمان و مدیریت)
- تدریس روش تحقیق در مدیریت
- تدریس مدیریت رفتار سازمانی
- تدریس سیستم‌های خرید، انبارداری و توزیع
- تدریس دوره تحلیل آماری با نرم افزار SPSS

## ۵- سوابق پژوهشی (به ترتیب سال انتشار و انجام):

### ۵-۱- کتاب‌ها:

- تألیف کتاب «برنامه‌ریزی استراتژیک کاربردی»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ چهارم ۱۳۹۳.
- ترجمه کتاب «مبانی مدیریت استراتژیک»؛ انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛ چاپ پنجم ۱۳۹۳.
- تألیف کتاب «روش تحقیق در مدیریت»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ سوم ۱۳۹۳.
- تألیف کتاب «استراتژی بازاریابی»؛ انتشارات پژوهشکده مدیریت سما؛ چاپ اول ۱۳۹۲.
- تألیف کتاب «مدیریت کارکنان فروش»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ اول ۱۳۹۲.
- تألیف کتاب «چگونه یک فروشنده موفق شویم»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ دوم ۱۳۹۲.
- تألیف کتاب «مهارت‌های عمومی کارکنان»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ اول ۱۳۹۱.
- ترجمه کتاب «بازاریابی»؛ انتشارات مهربان؛ چاپ دوم ۱۳۹۰.
- تألیف کتاب «استراتژی بازاریابی»؛ انتشارات انیستیتو ایز ایران؛ چاپ اول ۱۳۸۷.

### ۵-۲- مقالات:

۵-۲-۱- مقالات علمی- پژوهشی:

#### مقالات ISI

- “Business and Marketing Strategies Fit and Its Effect on Performance: a Study on the Iranian Pharmaceutical Companies”, *Journal of Business Economics and Management*, ۲۰۱۰, ۱۱(۴): ۵۲۱-۵۳۴.
- “Using Fuzzy VIKOR and Fuzzy TOPSIS for prioritizing products in other to Organizational resource allocation: A Case study”, *Journal of Basic and Applied scientific Research*, ۲۰۱۲, ۲(۲): ۱۷۱۸-۱۷۲۴
- “Evaluation of Product-Country Image and Marketing Efforts Effect on Retailer-Perceived Brand Equity using PLS Path Modeling”, *Journal of Applied scientific and agriculture*, ۲۰۱۴, ۹(۱): ۲۹۸-۳۰۲.

#### مقالات علمی- پژوهشی داخلی و ISC (به ترتیب سال انتشار):

- «ارائه الگویی برای گونه شناسی استراتژی‌های محصول در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط ایران»؛ فصلنامه چشم انداز مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی؛ شماره ۲۲ (شماره پیاپی ۵۵)؛ در نوبت چاپ تابستان ۱۳۹۴.
- «رابطه بین هوش هیجانی و کیفیت عملکرد مدیران»؛ فصلنامه مدیریت انجمن مدیریت ایران؛ نوبت چاپ طی نامه شماره ۹۴-۲۱۱، تاریخ ۱۳۹۴/۰۶/۰۳
- «بررسی مهم‌ترین عوامل درون و برون سازمانی موثر بر عملکرد محصول جدید در صنایع غذایی»؛ فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین دانشگاه اصفهان؛ سال سوم؛ شماره سوم (شماره پیاپی ۱۰)؛ پاییز ۱۳۹۲.
- «رابطه مدل کسب و کار و راهبرد محصول در کسب و کارهای الکترونیکی کوچک و متوسط ایران»؛ دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی دانشگاه امام صادق؛ شماره ۱۴؛ پاییز و زمستان ۱۳۹۲.
- «تناظر استراتژی کسب و کار با عدم اطمینان محیطی»؛ دو فصلنامه علمی-پژوهشی کاوشهای مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد؛ سال چهارم؛ شماره ۷؛ بهار و تابستان ۱۳۹۱.
- «شناسایی و دسته‌بندی ویژگی‌های سیستم آموزش الکترونیکی براساس مدل کانو در دانشگاه‌های مجازی کشور»؛ فصلنامه راهبردهای آموزش، دوره ۵؛ شماره ۳؛ پاییز ۱۳۹۱.
- «ارائه الگویی برای گونه شناسی مدل‌های کسب و کار الکترونیکی کوچک و متوسط ایران»؛ فصلنامه علمی-پژوهشی علوم مدیریت ایران (www.iams.ir) سال ششم، شماره ۲۳، پاییز ۱۳۹۰.
- «ارزیابی و تحلیل استراتژی‌های ورود محصولات غذایی به بازارهای خارجی»؛ مجله تحقیقات بازاریابی نوین دانشگاه اصفهان؛ سال اول؛ شماره سوم؛ پاییز و زمستان ۱۳۹۰.
- «مطالعه تطبیقی گونه‌شناسی‌های فرهنگ سازمان: مطالعه موردی شرکت‌های پگاه فارس و شام شام»؛ مجله‌ی مدیریت دولتی دانشگاه تهران؛ دوره ۳، شماره ۶، بهار و تابستان ۱۳۹۰.

- «تحلیل محتوا و مقایسه کیفیت بیانیه‌ی مأموریت شرکت‌های برتر تولیدی و خدمات ایران»؛ مجله‌ی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی دانشگاه شهید بهشتی؛ شماره ۱، بهار ۱۳۸۹.
  - «اولویت‌بندی محصولات شرکت چینی مقصود مشهد با استفاده از MADAM فازی»؛ مجله‌ی چشم‌انداز مدیریت دانشگاه شهید بهشتی؛ شماره ۳۱؛ تابستان ۱۳۸۸.
  - «ارائه شاخص‌هایی برای سنجش نوآوری در ایران با استفاده از آزمون فرض فازی»؛ مجله توسعه کارآفرینی؛ شماره ۴؛ ۱۳۸۸.
  - «رابطه هماهنگی بین استراتژی سطح کسب‌وکار و استراتژی بازاریابی با عملکرد سازمان بر مبنای نظریه نقاط مرجع استراتژیک»؛ فصلنامه علمی-پژوهشی علوم مدیریت ایران (www.iams.ir) سال دوم، شماره ۵، بهار ۱۳۸۶.
- ۲-۵- مقالات علمی- ترویجی (به ترتیب سال انتشار):**
- «بررسی رابطه ویژگی‌های درونی و بیرونی محصول با رضایت مندی مشتری»؛ مجله بررسی‌های بازرگانی؛ سال دوازدهم؛ شماره ۶۵ (پیاپی ۲۴۹)؛ خرداد و تیر ۱۳۹۴.
  - «ارزیابی عوامل محتوایی و زمینه‌ای مدیریت دانش (یک مطالعه موردی)»؛ فصلنامه توسعه راهبرد (راهبرد یاس سابق)؛ شماره ۳۴؛ تابستان ۱۳۹۲.
  - «ارائه الگویی برای گونه‌شناسی انواع نوآوری سازمانی»؛ مجله رشد فناوری (فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد)، سال هفتم، شماره ۲۸، پاییز ۱۳۹۰.
  - «دسته‌بندی عوامل محتوایی و زمینه‌ای مدیریت دانش و ارائه‌ی شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری آنها»؛ مجله‌ی مدیریت و توسعه؛ دوره ۱۲؛ شماره ۴۸؛ بهار ۱۳۹۰.
  - «ارائه الگویی برای دسته‌بندی ویژگی‌های محصول»؛ مجله بررسی‌های بازرگانی؛ شماره ۳۵؛ خرداد و تیر ۱۳۸۸.
  - «ارائه چارچوب مفهومی برای جانمایی استراتژی‌های قیمت‌گذاری در مراحل چرخه عمر محصول»؛ مجله بررسی‌های بازرگانی؛ شماره ۴۲ (پیاپی ۲۲۶)؛ مرداد و شهریور ۱۳۸۹.
  - «رابطه ساختار سازمانی و محیط خارجی با استراتژی سیستم‌های اطلاعاتی بر اساس مدل بورل و مورگان»؛ مجله مدیریت و توسعه؛ شماره ۴۴؛ بهار ۱۳۸۹.
  - «بهبود مستمر کیفیت بیانیه مأموریت: مورد مطالعه فولاد خوزستان»؛ مجله‌ی مدیریت و توسعه؛ شماره ۵۰؛ پاییز ۱۳۹۰.
  - «رویکرد فرایندی به مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری»؛ مجله‌ی رشد فن‌آوری؛ پذیرش زمستان ۱۳۸۹؛ در حال چاپ.
- ۳-۲-۵- مقالات کنفرانس‌ها و سمینارها (به ترتیب سال انتشار):**

- "Evaluating indexes of sale process potential to electronization" 6<sup>th</sup> international conference on e-commerce in developing countries (ECDC ۲۰۱۲); Iran; University of Shiraz, ۹-۱۰ May ۲۰۱۲.

- "Study of measures of internet usage in marketing activities" 6<sup>th</sup> international conference on e-commerce in developing countries (ECDC ۲۰۱۲); Iran; University of Shiraz, ۹-۱۰ May ۲۰۱۲.

- «مقایسه تئوریک چارچوب‌های ارزیابی ریسک برون سپاری در زنجیره تامین»؛ همایش ملی مدیریت کسب و کار، کارآفرینی و توسعه پایدار؛ گروه پژوهشی مدیریت بازرگانی خردسالار؛ ۲۱ آبان ماه ۱۳۹۴ (سخنرانی).
- «تبیین عوامل محتوایی تکنولوژی تولید در شرکت سایپا با استفاده از مدل اطلس تکنولوژی (مورد مطالعه: سالن تولید بدنه خودروی تیبا)»؛ کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع؛ مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما؛ تهران؛ ۱۹ اسفندماه ۱۳۹۳.
- «بهبود عملکرد زنجیره تامین از طریق کانال برخط (مورد مطالعه: شرکت خودروسازی سایپا)»؛ کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب و کار مدیریت و اقتصاد؛ مرکز همایش‌های بین‌المللی صدا و سیما؛ تهران؛ ۲۶ آذرماه ۱۳۹۳.
- «بررسی رابطه بین رفتار ماکیاولی کارکنان سازمان با متغیرهای جمعیت‌شناختی»؛ دومین همایش ملی چالش‌های اصلی صنعت و تولید ملی؛ دانشگاه آزاد واحد تبریز؛ ۱۳ و ۱۴ اسفندماه ۱۳۹۲ (سخنرانی).
- «شنا سایی عوامل موثر در ارزیابی عملکرد پروژه (مورد مطالعه: پالایشگاه نفت شانزند)»؛ نهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت پروژه؛ مرکز همایش‌های رازی؛ تهران؛ ۱۹ و ۲۰ بهمن ماه ۱۳۹۲.
- «بررسی هماهنگی بین ساختار سازمانی و استراتژی رقابتی سطح کسب و کار»؛ کنفرانس بین‌المللی مدیریت؛ دانشگاه صنعتی شریف؛ تهران؛ ۲۸ آذر ماه ۱۳۹۲.
- «مطالعه تئوریک تجربی بررسی اثر ابعاد ارزش‌های فرهنگی مشتریان بر عدالت درک شده و رضایت آنها»؛ همایش دانشگاه کارآفرین - صنعت دانش محور؛ دانشگاه مازندران؛ بابلسر؛ ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت ماه ۱۳۹۲.

- « جایگاه سناریوسازی و پیش بینی در آینده نگری استراتژیک »؛ اولین همایش آینده پژوهی، بهمن ماه ۱۳۹۱.
- « نگرش فرایندی به مدیریت دانش، یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی »؛ همایش دانشگاه کارآفرین - صنعت دانش محور؛ دانشگاه مازندران؛ بابلسر؛ ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت ماه ۱۳۹۲.
- « رابطه ی بین اشتراک گذاری دانش و عملکرد سازمانی: نقش واسطه ای نوآوری سازمانی »؛ همایش دانشگاه کارآفرین - صنعت دانش محور؛ دانشگاه مازندران؛ بابلسر؛ ۲۵ و ۲۶ اردیبهشت ماه ۱۳۹۲.
- « بررسی سطح ویژگی های موثر بر رضایت دانشجویان از سیستم آموزش الکترونیکی دانشگاه های مجازی ایران با استفاده از منطق فازی »؛ دوازدهمین کنفرانس سیستم های فازی ایران؛ دانشگاه مازندران؛ بابلسر؛ آبان ماه ۱۳۹۱ (سخنرانی).
- « ارائه الگویی جهت تقویت و افزایش خلاقیت نیروی انسانی در سازمان ها »؛ کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان؛ دانشگاه مازندران؛ آبان ماه ۱۳۹۱.
- « رابطه زیر سیستم های مدیریت منابع انسانی و عملکرد نوآورانه: نقش میانجی ظرفیت مدیریت دانش »؛ همایش ملی علوم مدیریت نوین؛ موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی؛ شهریور ۱۳۹۱.
- « بررسی جایگاه، نقش، وظایف مدیر محصول و ضرورت استفاده از ساختار مدیر محصول در سازمان ها »؛ همایش مدیریت بازاریابی و رویکردهای نوین به بازار؛ دانشگاه پیام نور استان مازندران مرکز قائمشهر؛ اردیبهشت ماه ۱۳۹۱.
- « ارائه نمونه های رایگان محصول به مشتریان (سمپلینگ): چرا و چگونه؟ »؛ همایش مدیریت بازاریابی و رویکردهای نوین به بازار؛ دانشگاه پیام نور استان مازندران مرکز قائمشهر؛ اردیبهشت ماه ۱۳۹۱ (سخنرانی).
- « ارائه الگویی کارآمد برای تدوین استراتژی قیمت گذاری »؛ دومین کنفرانس مدیریت بازاریابی و فروش؛ دانشگاه تربیت مدرس؛ ۱۲ و ۱۳ مهرماه ۱۳۹۱؛ مجری همایش شرکت همایش آزما پارسیان (سخنرانی).
- « نگرش فرایندی به ترویج و ارتباطات بازاریابی »؛ همایش مدیریت بازاریابی و رویکردهای نوین به بازار؛ دانشگاه پیام نور استان مازندران مرکز قائمشهر؛ اردیبهشت ماه ۱۳۹۱.
- « بررسی و دسته بندی موضوعات ارزشیابی آموزش های سازمانی »؛ نخستین همایش شناسی آموزش های سازمانی؛ تهران؛ ۷ و ۸ اسفندماه ۱۳۹۰.
- « عوامل موثر بر تدوین استراتژی های ورود به بازارهای خارجی براساس تئوری نقاط مرجع استراتژیک »؛ همایش ملی جهاد اقتصادی با نگرش بر الگوهای دفاع مقدس؛ دانشگاه پیام نور استان مازندران مرکز بابل؛ ۱۸ اسفندماه ۱۳۹۰.
- « بررسی شایستگی های مدیران از دیدگاه قرآن و نهج البلاغه: یک دیدگاه تکمیلی »؛ سخنرانی و پذیرش در همایش ملی دین، دانشگاه و علوم انسانی؛ دانشگاه مازندران؛ ۱۷ اسفندماه ۱۳۹۰.
- « بررسی، شناسایی و دسته بندی شاخص های ارزیابی قابلیت الکترونیکی شدن فرایندها بین سازمان و مشتری »؛ نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت؛ تهران؛ دانشگاه صنعتی شریف؛ آذرماه ۱۳۹۰.
- « انتخاب ویژگی برای خوشه بندی در بخش بندی بازار با استفاده از الگوریتم ژنتیک »؛ پنجمین کنفرانس داده کاوی ایران؛ تهران؛ دانشگاه صنعتی امیر کبیر؛ آذرماه ۱۳۹۰.
- «ارایه چارچوب مفهومی تدوین استراتژی محصول براساس نقاط مرجع استراتژیک بازاریابی»؛ هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک؛ تهران؛ انجمن مدیریت استراتژیک ایران؛ مهرماه ۱۳۹۰.
- حل یک مساله سازمانی در واحد تدارکات سازمان با بکارگیری مدل FADE و امکان تعمیم آن؛ کنفرانس بین المللی استراتژی ها و تکنیک های کشف و حل مساله؛ دانشگاه علم و صنعت؛ ۳ و ۴ اسفند ۱۳۹۰.
- « بررسی استراتژی های نام تجاری در مراحل چرخه عمر محصول »؛ اولین همایش ملی چالش های مدیریت و رهبری در سازمان های ایرانی، اصفهان، ۲۴ تیرماه ۱۳۸۹.
- « بررسی استراتژی های تبلیغات در چرخه عمر محصول »؛ همراه با سخنرانی در سومین کنفرانس مدیریت فروش؛ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۲۱ آذرماه ۱۳۸۹.
- «نگریش فرایندی به فروش حضوری»؛ سومین کنفرانس مدیریت فروش؛ دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، ۲۱ آذرماه ۱۳۸۹.
- «دسته بندی شاخص های اندازه گیری عدم اطمینان محیطی»؛ پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک؛ دی ماه ۱۳۸۹.
- «مأموریت، چشم انداز، ارزش ها: تفاوت و تشابه»؛ پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک؛ دی ماه ۱۳۸۹.
- «بررسی روش های داده کاوی جهت دسته بندی مشتریان در بازاریابی مستقیم»؛ چهارمین کنفرانس داده کاوی در ایران، دانشگاه صنعتی شریف، دی ماه ۱۳۸۹.
- «دیدگاه های مدیریتی در آیه یکصد و ده سوره کهف: خالص بودن نیت در انجام کار»؛ همایش دیدگاه های مدیریتی در سورهای قرآن کریم، باشگاه دانشجویان کشور، ۱ اسفند ۱۳۸۹.

- «مطالعه عناصر و ویژگی‌های مأموریت سازمانی»؛ چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک؛ ۲۶ و ۲۷ دی ماه ۱۳۸۸.
- «ویژگی‌ها و راهکارهای تبدیل فرهنگ سازمانی ضعیف به قوی در تحول سازمانی»؛ دومین همایش ملی تحول اداری و توسعه پایدار استان مازندران؛ دانشگاه مازندران؛ اسفند ۱۳۸۸.

#### ۴-۲-۵- سایر مقالات:

- «چالش‌های مدیریت منابع انسانی در واحدهای فروش و راهکارهای پیشگیری از آن» ، مجله توسعه مهندسی بازار؛ پذیرش طی نامه شماره (۸۴۵۱/م.م/۹۳)؛ موزخ ۱۹/۳/۱۳۹۳.
- «تلفیق دیدگاه مدیریت بحران در فرآیند مدیریت استراتژیک» ، ماهنامه تدبیر ، شماره ۱۷۷، بهمن ماه ۱۳۸۵ .
- «مدیریت بحران سازمانی» ، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۷۰ ، خرداد ۱۳۸۵ .
- «خط مشی بازاریابی در موسسات خدماتی» ، خبر نامه فردا وابسته به شرکت بیمه فردا ، شماره ۶ ، شهریور ۱۳۸۱.
- «تکنولوژی گروهی» ، مجله مدیران فردا وابسته به دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱۲ اردیبهشت ۱۳۷۹.

#### ۳-۵- پروژه‌های تحقیقاتی:

- مجری طرح برنامه ریزی استراتژیک مرکز کارآفرینی دانشگاه مازندران (خاتمه یافته ۱۳۸۸)
- مجری طرح برنامه ریزی استراتژیک اداره تعاون استان مازندران (خاتمه یافته ۱۳۸۶)
- همکار پروژه برنامه ریزی استراتژیک شرکت فولاد خوزستان (خاتمه یافته ۱۳۸۶)
- همکار پروژه برنامه ریزی استراتژیک وزارت نیرو بخش برق و انرژی (خاتمه یافته ۱۳۸۹)
- مدیر پروژه اجرای استراتژی‌های امور مشترکین وزارت نیرو (خاتمه یافته ۱۳۹۰)
- کارشناس پروژه برنامه ریزی استراتژیک محصولات سبزی و صیفی، بخش زراعت جهاد کشاورزی، معاونت تولیدات گیاهی، موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی (خاتمه یافته ۱۳۸۷).
- کارشناس پروژه برنامه ریزی استراتژیک و عملیاتی (پنج ساله) محصولات گلزا، بخش زراعت جهاد کشاورزی، معاونت تولیدات گیاهی، موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی (خاتمه یافته ۱۳۸۷).
- کارشناس پروژه برنامه ریزی استراتژیک محصولات علوفه‌ای، بخش زراعت جهاد کشاورزی، معاونت تولیدات گیاهی، موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی (خاتمه یافته ۱۳۸۷).
- انجام بیش از ده پروژه تحقیقات بازار با موضوعات مختلف در شرکت یک و یک (دشت مرغاب)
- انجام بیش از ۵ پروژه تحقیقات بازار با موضوعات مختلف در شرکت بیمه فردا (شرکت خدمات بیمه ایران خودرو فعلی)
- انجام بیش از ۳۰ پروژه تحقیقات بازار با موضوعات مختلف در شرکت کاله

#### ۴-۵- راهنمایی و مشاوره پایان‌نامه‌های دفاع شده:

- راهنمایی پایان نامه با عنوان «ارائه الگویی برای دانشگاه ناب، مورد مطالعه دانشگاه حکیم سبزواری» (۱۳۹۴، دانشجو: هادی نصرتی پور، دانشگاه مهربرز تهران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر سرآمدی صنعت دیرگداز» (۱۳۹۴، دانشجو: محمدرضا علیشاهی، دانشگاه مهربرز تهران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی هم افزایی تکنولوژیک تولید (مورد مطالعه: شرکت خودروسازی سایپا)» (۱۳۹۳، دانشجو: محمود صفی خانی، دانشگاه مهربرز تهران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر تصمیم پذیرش محصول جدید توسط خرده فروشان محصولات غذایی» (۱۳۹۲، دانشجو: محمد محیط، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی رابطه ابعاد ارزش‌های فرهنگی و وفاداری مشتریان: نقش عدالت درک شده و احساسات» (۱۳۹۲، دانشجو: نغمه نیک بخش، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی نقش رسانه‌های تبلیغاتی بر جذب گردشگر درون مرزی طبیعت گرا با تاکید بر تبلیغات شفاهی» (۱۳۹۲، دانشجو: سعید سلیمانی، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی نقش بازارگرایی و گرایش به یادگیری در بهبود نوآوری و عملکرد شرکت های کوچک و متوسط» (۱۳۹۲، دانشجو: مهدی اصغری، دانشگاه مازندران)

- راهنمایی پایان نامه با عنوان «شناسایی، ارزیابی و اولویت بندی معیارهای انتخاب برندهای لپ تاپ توسط خرده فروشان» (۱۳۹۲، دانشجو: شیما فلاح نژاد، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی رابطه ویژگی های خدمت بر ارزش ویژه برند: نقش میانجی تجربه مشتری» (۱۳۹۲، دانشجو: صغری علیزاده ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « بررسی و انتخاب آمیخته ترفیع مناسب شرکت بهار نارنج به روش تاپسیس از دیدگاه مشتریان» (۱۳۹۲، دانشجو: غزاله شریفی، دانشگاه پیام نور مرکز ساری)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « محاسبه ارزش دوره عمر مشتری با استفاده از ترکیب دو مدل RFM و ROI» (۱۳۹۱، دانشجو: منا محمدی، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « بررسی مهم ترین عوامل درون و برون سازمانی موثر بر عملکرد محصول جدید در صنایع غذایی» (۱۳۹۱، دانشجو: اکرم السادات رشیدی، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « رابطه مدل کسب و کار الکترونیک و استراتژی محصول: مطالعه موردی، کسب و کار های کوچک و متوسط ایران» (۱۳۹۰، دانشجو: امیررضا روحانی، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی و دسته بندی عوامل مؤثر بر انتخاب استراتژی های ورود به بازارهای خارجی» (۱۳۹۰، دانشجو: فاطمه گل علیزاده ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی رابطه میان یادگیری سازمانی و ابعاد نوآوری در صنایع غذایی استان مازندران» (۱۳۹۰، دانشجو: رزا گرایلی نژاد، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر ارزش ویژه نام تجاری محصولات بهداشتی و آرایشی» (۱۳۹۰، دانشجو: نازلی محمدقاسمی ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان «هماهنگی بین فرهنگ سازمانی و استراتژی کسب و کار: مورد مطالعه شرکت های پگاه فارس و شام شام» (۱۳۸۹، دانشجو: مازیار سهام خدم ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « هماهنگی بین ساختار سازمانی و استراتژی کسب و کار: مورد مطالعه بانک صادرات استان مازندران» (۱۳۸۹، دانشجو: فرشته نصرا...پور ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « تبیین چارچوب بومی برای سنجش نوآوری در ایران: حوزه بیوتکنولوژی به عنوان یک مورد» (۱۳۸۷، دانشجو: نورالدین مقیمی درونکلایی ، دانشگاه مازندران)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « رابطه ویژگی های محصول با رضایتمندی مشتریان» (۱۳۸۷، دانشجو: مهرگان ملک پور ، دانشگاه الغدیر تبریز)
- راهنمایی پایان نامه با عنوان « کاربرد فنون MADAM سازی جهت اولویت بندی محصولات تولیدی کارخانه چینی مقصود مشهد» (۱۳۸۸، دانشجو: صفورا مهدی پور ، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « بررسی و تبیین عوامل موفقیت در اجرای مدیریت دانش در دانشگاه ها» (۱۳۹۰، دانشجو: علی رعیت، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « بررسی رابطه نوع مدل کسب و کار و استراتژی تبلیغات در صنعت مواد شوینده و پاک کننده شهر تهران» (۱۳۹۱، دانشجو: الهام آرامی پور، دانشگاه پیام نور مرکز تهران غرب)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « بررسی تأثیر نقش واسطه ای مدیریت دانش در خصوص ارتباط بین فرهنگ، ساختار و استراتژی با اثربخشی سازمانی» (۱۳۹۰، دانشجو: نجمه اسدی ویسه سری ، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « بررسی رابطه فعالیت های زنجیره دانش با عملکرد نوآوری سازمان» (۱۳۹۰، دانشجو: نرگی کیان ، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « ارزیابی موفقیت بکارگیری تکنولوژی پیشرفته تولید در سازمانهای تولیدی با روش تحلیل سلسله مراتبی فازی» (۱۳۹۰، دانشجو: سمیه جعفری ، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « بررسی و تبیین عوامل موفقیت در اجرای مدیریت دانش در دانشگاه مازندران» (۱۳۹۰، دانشجو: علی رعیت ، دانشگاه مازندران)
- مشاوره پایان نامه با عنوان « ارزیابی عوامل موفقیت وب سایت های تجارت الکترونیک در ایران: مطالعه موردی فروشگاه های اینترنتی کتاب» (۱۳۸۷، دانشجو: پریسا صدیقی ، دانشگاه مازندران)

اثرهماهنگی استراتژیک بین استراتژی سطح کسب و کار و استراتژی بازاریابی بر عملکرد سازمان، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، به راهنمایی دکتر سید محمد اعرابی، اردیبهشت ۱۳۸۶.

#### **۵-۶- عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد**

بررسی و رتبه بندی مهم ترین عناصر آمیخته بازاریابی موثر بر رفتار مصرف کنندگان کالای کم درگیری "ادویه جات"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به راهنمایی دکتر سیدرضا سید جوادین، بهمن ماه ۱۳۸۱.

#### **۶- تقدیر نامه ها**

- کسب رتبه اول مدیریت صنعتی و رتبه دوم مجموعه مدیریت در کنکور سراسری کارشناسی ارشد سال تحصیلی ۸۰-۱۳۷۹
- کسب رتبه اول آزمون ورودی دوره دکترای مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبایی تهران سال ۱۳۸۲
- کسب رتبه اول به عنوان فارغ التحصیل ممتاز در دوره دکتری رشته مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی سال ۱۳۸۶
- عضو استعدادهای درخشان طی دوران تحصیل دوره دکتری

#### **۷- ایمیل و تلفن تماس:**

داخلی ۱۲۵ ۸۸۰۰۱۵۱۱ -۰۲۱

**E-mail:** hamid\_rezvani۲۳@yahoo.com rezvani@mehralborz.ac.ir

**Weblog:** www.drrezvani.blogfa.com