

۱	طراحی مدل عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده در شبکه های اجتماعی
۲	تاثیر بازاریابی اینفولوئنسری بر رفتار خرید و وفاداری مصرف کنندگان
۳	طراحی مدل عوامل موثر بر استفاده از هوش مصنوعی در آمیخته بازاریابی
۴	بررسی تاثیر کانال فیجیتال بر تجربه همه جانبه مشتری
۵	طراحی مدل بازاریابی محتوا برای درگیرسازی مشتری
۶	بررسی عوامل موثر بر پایداری برند
۷	بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر روی قصد خرید یا وفاداری برند
۸	شناسایی عوامل موثر بر ریزش مشتری و طراحی مدل آن
۹	شناسایی و بررسی عوامل پیش بین و پیامدهای استفاده از واقعیت افزوده و تاثیر آن بر تجربه ی برند
۱۰	بررسی اثر بخشی تبلیغات اعم از محیطی، در فضای دیجیتال و ...
۱۱	طراحی مدل های شایستگی مدیران بازاریابی، فروش، تبلیغات و ...
۱۲	بررسی تأثیر عوامل روانشناختی و شخصیت شناختی بر قصد خرید مشتریان
۱۳	بررسی فرایندهای بازاریابی عصبی با استفاده از کارکردهای علوم شناختی نظیر دستگاه های اسکن مغزی و ...
۱۴	تحلیل رفتار مصرف کننده آنلاین و ترسیم الگوهای مصرف
۱۵	طراحی مدل های پیش بینی الگوهای مصرف کنندگان آنلاین
۱۶	طراحی مدل اثربخشی تبلیغات درون برنامه ای در فروشگاه های آنلاین
۱۷	بررسی تکنیک های وفادارسازی و خلق ارزش ویژه برند برای مشتریان فروشگاه های آنلاین
۱۸	طراحی الگوهای افزایش نرخ توصیه مشتریان
۱۹	بررسی نقش نام و نشان تجاری در تقویت هویت برند و تصویر برند در مشتریان فروشگاه های آنلاین

فرهنگ دور انداختن، حلقه مفقوده مصرف در ایران و نقش آن در الگوهای خرید و قصد خرید مصرف کنندگان	۲۰
بررسی و تعیین چالش های انجام پروژه های بالادستی (حفاری) به روش طرح و ساخت	۲۱
شناسایی ادعاهای پروژه های بالادستی صنعت نفت و گاز (حفاری)	۲۲
تدوین مدل مدیریت تداوم کسب و کار در دانشگاه الکترونیکی	۲۳
تهیه اطلس جامع پسماندهای صنایع پتروشیمی و تهیه الگوی جانمایی مراکز مدیریت پسماند مربوطه	۲۴
بررسی انواع روشهای بازیافت پسماندهای صنایع فولاد	۲۵
بررسی انواع روشهای مدیریت باطله کارخانجات تولید کنسانتره آهن	۲۶
استفاده کاربردی از هوش مصنوعی به منظور شناسایی صنایع دارای پتانسیل بالقوه آلودگی در شهرکهای صنعتی	۲۷
بررسی اثربخشی کاربرد روشهای اکسیداسیون پیشرفته تلفیقی با ازن در تصفیه پسابهای سخت تجزیه پذیر و شیرابه ها	۲۸
ارزیابی عملکرد هوش مصنوعی در مدیریت پروژه های عمرانی	۲۹
بررسی پتانسیل و انواع مدل‌های مشارکتی در توسعه کسب و کار دانشگاه الکترونیکی (موردکاوی دانشگاه مهرالبرز)	۳۰
شیوه های افزایش کیفیت محتواهای الکترونیکی در دانشگاه مهر البرز با تحول فناوری های هوش مصنوعی و پداگوژی ها.	۳۱
شیوه های پیشیبانی اثربخش از دانشجویان ورودی در نظام آموزش الکترونیکی مهر البرز	۳۲
راه های ترغیب دانشجویان مجازی به انجام فعالیت های پژوهشی و تولید علم.	۳۳
شیوه های توسعه فعالیت های یادگیری الکترونیکی دانشگاه مهر البرز به آموزش مهارتی و کاربردی	۳۴