

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



رزومه:

نام: مجتبی نام خانوادگی: پور سلیمی فرزند: محمد متولد: ۱۳۴۲

تحصیلات: دکتری رشته تحصیلی: مدیریت بازرگانی دانشکده: علوم اداری و اقتصادی

تخصص: بازاریابی -- تجارت الکترونیکی شغل: عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی - دانشیار

آدرس محل کار: دانشگاه فردوسی مشهد- دانشکده علوم اداری و اقتصادی- گروه مدیریت

تلفن / موبایل:

۰۹۱۲۴ ۹۱۲۴ ۳۵ - ۰۹۱۵ ۱۲۰ ۲۸ ۲۶ - ۰۵۱۳ ۸۸۰ ۵۳ ۷۰

mpsteacher1998@gmail.com

poursalimi@um.ac.ir &

ایمیل:

Ferdowsi University of Mashhad

IRAN, Mashhad-Azadi Sq-University Campus /9177948951

+985138805370

+985138811243

poursalimi@um.ac.ir

<http://poursalimi.profcms.um.ac.ir>

مشهد- میدان آزادی - دانشگاه فردوسی مشهد

دانشکده علوم اداری و اقتصادی

تلفن: ۰۵۱-۳۸۸۰۵۳۷۰

نمبر: ۰۵۱-۳۸۸۱۱۲۴۳

کدپستی: ۹۱۷۷۹۴۸۹۵۱

Part:A

سوابق شغلی در شرکتها / بخش خصوصی از سال ۱۳۷۵ تاکنون

الف - مشاوره ها و مسئولیتهای اجرایی در شرکتها

- ۱- مشاور ارشد گروه تولیدی عالیس
 - ۲- مشاور ارشد شرکت گندم دشت خراسان (مزرعه)
 - ۳- مشاور ارشد گروه تولیدی گرینه
 - ۴- مشاور ارشد گروه تولیدی چینی مقصود
 - ۵- مشاور ارشد گروه صنعتی نادر
 - ۶- مشاور ارشد شرکت کیمیا صنعت اسپیتمان
 - ۷- مشاور ارشد اقامت ۲۴
 - ۸- عضو هیئت مدیره مجتمع اقتصادی احرار خراسان
 - ۹- رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت امنیت گستر توس (تولید کننده سیستمهای حفاظتی اتومبیل)
 - ۱۰- رئیس هیئت مدیره شرکت شهر بهشت (انجام خدمات تبلیغاتی و برگزاری همایشها، نمایشگاهها و.....)
 - ۱۱- رئیس هیئت مدیره شرکت بوم نقش ایرانیان (برنامه ریزی و مجری تبلیغاتی برای بانکها و شرکتهای بزرگ)
 - ۱۲- نائب رئیس صندوق قرض الحسنه سلیم توس
 - ۱۳- عضو هیئت مدیره صندوق قرض الحسنه معین الرضا
 - ۱۴- رئیس هیئت مدیره شرکت فن آوا گستر توس
- پروژه های انجام شده در دوره اینجانب:

۱. پروژه پیاده سازی نرم افزار سیتا (سیستم یک پارچه و تلفیق اطلاعات مورد نیاز بانکی).
۲. پروژه تجهیز حدود ۵۰۰ شعبه به سخت افزار و نرم افزارهای کامپیوتری و بانکی و ارائه خدمات پشتیبانی به شعب مربوطه در سراسر کشور.
۳. طراحی و پیاده سازی و استقرار ISMS.
۴. طرح پژوهشی آنالیز علل ایجاد مغایرت و طراحی سیستم ساماندهی حسابهای مرکز با شعب.
۵. پروژه ادغام شعب اعم از تلفیق اطلاعات و برنامه ریزی جدید.

۶. پروژه نرم افزار تحت وب پرسنلی، حقوق و دستمزد.
۷. پیمان مدیریت مربوط به خرید، نصب، توسعه و خدمات پشتیبانی شبکه های شعب در سراسر کشور اعم از نرم افزار و سخت افزار
۸. پروژه تبدیل اطلاعات.

۱۵. موسسه مالی و اعتباری اعتماد ایرانیان (قریب ۵۰۰ شعبه در ایران ۱۳۸۸ - ۱۳۹۱)

الف-۱- معاونت طرح و برنامه و فن آوری اطلاعات : این معاونت دارای مدیریتهای ذیل می باشد که بطور مستقیم انجام وظیفه می کردند :

نکته: طراحی سازمانی موسسه در سال ۱۳۸۸ انجام و مورد تصویب قرار گرفت که پیرو طراحی جدید این معاونت بوجود آمد که از جمله وظایف مهم ایجاد واحدهای مور نیاز سایر معاونتها بود که باید تشکیل ، آموزش، تکمیل و سپس به معاونت مربوطه تحویل داده می شد.

A. مدیریت طرح و برنامه

۱. اداره تشکیلات و بهبود روشها
۲. اداره تحقیق و توسعه
۳. اداره توسعه خدمات نوین بانکداری

B. مدیریت فن آوری اطلاعات و ارتباطات

۱. اداره توسعه خدمات نوین بانکداری الکترونیکی
۲. اداره نرم افزار و داده کاوی
۳. اداره سخت افزاری و شبکه و پشتیبانی
۴. اداره آموزش فن آوری اطلاعات و ارتباطات (مجازی.عمومی و تخصصی)

C. مدیریت تحقیقات و بازار

D. مدیریت روابط عمومی

E. کمیسیونها:

۱. رئیس کمیسیون تخصصی عالی
۲. رئیس کمیسیون تجمیع تعاونیهای اعتباری با موسسه
۳. رئیس شورای آموزش موسسه

ب- سوابق تعدادی از پروژه های تحقیقاتی که جهت شرکتها انجام شده است (داخل کشور):

ردیف	عنوان تحقیق
۱	هولدینگ چینی مقصود: تحقیقات بازاریابی برای چینی مقصود ۱. تحلیل بازار ۲. ارایه مدلی برای جشنواره فروش ۳. مدلی برای توسعه بازار
۲	هولدینگ عالیس: تحقیقات بازار چگونگی ورود چندین محصولات جدید به بازار کشوری (تهران- اصفهان- شیراز- کرمان- بندرعباس و...)
۳	تدوین استراتژی کمپین تبلیغاتی و اجرای آن در فاز اول
۴	بررسی سهم بازار و توسعه بازار محصولات عالیس در شهر طر قبه
۵	تدوین استراتژی بازاریابی برای شرکت عالیس
۶	تدوین جشنواره فروش کشوری با بهره گیری از فضای دلنشین کیش
۷	پروژه CRM مدیریت ارتباط با مشتریان
۸	طرح ارزیابی عملکرد ۳۶۰ درجه (چند منبعی) برای کارکنان و راه اندازی دپارتمان منابع انسانی
۹	بررسی سهم بازار و توسعه بازار محصولات عالیس در شهر شاندریز
۱۰	اجرای سایر پروژه ها مثل: ۱. فرایند خلق ایده تا اجرا ۲. تعریف سیستم هماهنگی کامل بین واحدهای موجود در شرکت اعم از تولید و فروش و اداری ۳. اجرای مدل های عارضه یابی و ارایه راه حل و اجرای آن ۴. مرچندایز ۵. تحلیل رقبا ۶. شناسایی رفتار مصرف کنندگان ۷. تلفیق فعالیت های مشترک R&D با تحقیقات بازار در خصوص تولید محصولات جدید با بسته بندی جدید و....

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



۱۱	شرکت زینو مهر: بررسی بازار رقابتی و ترجیحات مشتریان آسانسور در مشهد
۱۲	تحقیقات بازاریابی در خصوص ورود به منطقه گردشگری طرجه
۱۳	شرکت گلاب مختار: تحلیل بازار و <u>ارایه مدلی برای ورود محصولات جدید به بازار</u> کشوری
۱۴	شرکت گرینه: تحلیل بازار و <u>ارایه مدلی برای توسعه محصول و ورود محصولات جدید به بازار</u>
۱۵	شرکت استیل درسا: طرح توسعه بازار محصولات تولیدی استیل درسا
۱۶	شرکت نان قدس رضوی: تحقیقات بازار و <u>تدوین استراتژی های آمیخته بازاریابی محصولات شرکت نان قدس رضوی مشهد</u>
۱۷	بررسی وضعیت فروش محصولات شرکت نان قدس رضوی در تهران و ارائه استراتژی های مناسب
۱۸	شرکت گندم دشت خراسان (مزرعه): <u>عارضه یابی و ارایه یک مدلی برای رفع عارضه در فروش</u>
۱۱۹	شرکت امنیت گستر توس: تحقیقات بازار و <u>برنامه ریزی استراتژیکی شرکت امنیت گستر توس</u>
۲۰	مرکز اقامتی ۲۴: تحلیل وضعیت مشتریان اقامت ۲۴ در راستای مطالعات CRM
۲۱	شرکت اسپیتمان صنعت: <u>تدوین مدل فروش براساس تحلیل وضعیت بازار محصولات ترافیکی</u>
۲۲	شرکت آریا مبتکر شرقی (پت هان) ۱،۱ بررسی وضعیت محصولات موجود در بازار (محصولات شرکت فوق و تطبیق بامحصولات ۵ شرکت رقیب) ۱،۲ . بررسی وضعیت رقبای موجود (شناسایی رقبای موجود و تحلیل ۵ شرکت رقیب برتر) ۱،۳ . بررسی وضعیت مشتریان این محصولات و شناسایی عوامل موثر براستقبال آنان. ۱،۴ . شناسایی کانال فروش و توصیه کانال فروش مناسب برای افزایش فروش ۱،۵ . بهسازی ساختار سازمانی

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی
استادیار گروه مدیریت



۲۳	شرکت ذوب و روی قشم: بررسی عملکرد سازمانی مجتمع ذوب و احیای روی قشم
۲۴	شرکت سیمان شرق : مقایسه تغییرات طبقه بندی مشتریان شرکت سیمان شرق طی دو دوره از طریق تجزیه و تحلیل ارزش دوره عمر مشتری
۲۵.....	و انجام قریب ۳۰ مورد تحقیقات بازاریابی و سازمانی کاربردی دیگر

ج- سوابق تعدادی از پروژه های تحقیقاتی که جهت شرکتها انجام شده است (خارج از کشور):

ردیف	عنوان
۱	شرکت چورک توس : بررسی وضعیت محصولات موجود شرکت در بازار عراق
۲	شرکت آریا مبتکر شرق (پت هان): تدوین استراتژی ورود محصولات به کشور عراق
۳	شرکت چدن برتر شرق : بررسی بازار عراق
۴	شرکت مکانیک آب : تحلیل بازار خارج از ایران
۵	شرکت خوشه چین : توسعه بازار محصول در عراق
۶	شرکت ذوب ریزان همدان : تحلیل بازار عراق

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



Part: B

سوابق آموزشی و پژوهشی دانشگاهی

الف - سوابق آموزشی / تدریس :

ردیف	عنوان	مقطع
۱	تحقیقات بازاریابی	دکتری
۲	رفتار مصرف کننده	دکتری
۳	اصول و فنون مذاکرات پیشرفته	دکتری
۴	روش شناسی تحقیق	دکتری
۵	بازاریابی پیشرفته	کارشناسی ارشد
۶	مدیریت تبلیغات و برندینگ	کارشناسی ارشد
۷	تحقیقات بازاریابی پیشرفته	کارشناسی ارشد
۸	بازارشناسی و مسایل مربوط به بازار	کارشناسی ارشد
۹	رفتار مصرف کننده	کارشناسی ارشد
۱۰	مدیریت ارتباط با مشتری	کارشناسی ارشد
۱۱	اصول و فنون مذاکرات پیشرفته	کارشناسی ارشد
۱۲	بازرگانی بین الملل	کارشناسی ارشد
۱۳	مدیریت صادرات و واردات	کارشناسی ارشد

کارشناسی ارشد	اصول مدیریت پیشرفته	۱۴
کارشناسی ارشد	سمینار در مسایل بازرگانی خارجی	۱۵
کارشناسی ارشد	کسب و کار الکترونیکی	۱۶
کارشناسی ارشد	سمینار برای بازاریابی پیشرفته	۱۷
کارشناسی ارشد	روش تحقیق پیشرفته	۱۸
کارشناسی ارشد	زبان تخصصی	۱۹
کارشناسی ارشد	بازاریابی صنعتی و خدمات	۲۰
کارشناسی	مدیریت بازاریابی	۲۱
کارشناسی	اصول مدیریت	۲۲

ب - کتابهای چاپ شده:

۱. تأثیر کارآفرینی دیجیتال بر تجارت و جامعه
۲. بهینه سازی و بازاریابی موتور جستجو
۳. بازاریابی و برند سازی اسلامی ایجاد کسب و کار جهانی اسلامی
۴. کاربرد علم اعصاب در فضای کسب و کار، کنکاشی در بازاریابی عصبی
۵. طرح کسب و کار
۶. راز عملکرد عالی مدیران از زبان حکیمان سیوانا
۷. نقش مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک در موفقیت کسب و کارهای اقتصادی (با بررسی ۳ صنعت برق، دارو، نساجی)
۸. تجارت الکترونیک و امنیت

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی
استادیار گروه مدیریت



ج- سخنرانیهای ارائه شده در دانشگاههای خارجی:

- ❖ **Delivered lecture on Effect of Information Technology on International Market at Shahjahan University, India, in 2007.**
- ❖ **Delivered lecture on E-comers' strategy on Marketing at Department of Commerce, Kirori Mall College, Delhi university, Delhi India, in 2008.**

ر- شرکت در کارگاههای بین المللی:

1. Participated on the workshop on marketing and brand promotion under global competition at the Virginia Polytechnic Institute and State University in 2008.
2. Participated on the workshop on electronic resources bibliographical citations for 10 days, at University Librarian, Delhi University Library System, University of Delhi, in 2006.
3. Participated on the workshop on SPSS software (34 hours) at Iranian Embassy of India.

ز- شرکت در دوره های آموزشی بین المللی:

1. Attended on the training course on statistical package for social sciences for 5 days at Delhi University Computer Centre, University of Delhi in 2007.
2. Attended on the training course on basic computer concepts, MS-word, MS-Power point, Internet of Email for 8 days at Delhi University Computer Centre, University of Delhi.
3. Participated on the panel discussion of Indonesia today for one day in 2007.
4. Participated on the 2nd workshop on E-resources & bibliographical citations for 10 days at Delhi University.
5. Completed the Faculty Development Programme organized by the Institute of Tourism and Travel of India for 10 days, Gwalior, India.
6. Completed research methodology workshop for 10 days, Department of Adult, Continuing Education & Extension of Delhi University in 2006.

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی
استادیار گروه مدیریت



د- لیست بعضی از مقالات چاپ شده (از بین ۵۰ مقاله چاپی):

ردیف	عنوان مقاله	مجله	وضعیت مقاله
۱	A practical strategy for resilience of Iranian entrepreneurs during Covid-19 crisis using SPACE Matrix model	JCR-Q1	در حال داوری ۲۰۲۴
۲	Evaluating Performance of Iran's Bus Terminals Management during the Corona Crisis using the BSC Model	JCR-Q2	در حال داوری ۲۰۲۴
۳	Application of TOPSIS with fuzzy approach in evaluating the performance of Mashhad city train in corona crisis	JCR-Q2	در حال داوری ۲۰۲۳
۴	Investigating the effect of internal marketing strategy and environmental factors on performance mediated by internal processes at Al-Qadisiyah University in Iraq	QJAE	چاپ شده ۲۰۲۱
۵	Investigating the effect of internal, competitive and environmental marketing strategy on performance with the effect of mediating the development of education	QJAE	چاپ شده ۲۰۲۱
۶	Workplace spirituality as a source for competitive advantage: an empirical study	International Journal of Organizational Analysis Scopus Q1	چاپ شده ۲۰۱۹
۷	شناسایی ملاک های ارزشیابی رفتارهای آموزشی اعضای هیئت علمی دانشگاه: یک مطالعه کیفی	مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی	چاپ شده ۱۳۹۹

چاپ شده ۱۳۹۹	مدیریت کسب و کار	ارایه مدلی تلفیقی از روش دیمتل و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی به منظور شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر برندسازی اجتماعی در شبکه های اجتماعی بر مبنای رویکرد داده بنیاد	۸
چاپ شده ۱۳۹۹	مدیریت سازمان های دولتی	شناسایی عوامل تعدیلگر ارتباط سنگینباری نقش و رفتارهای بازآفرینی تعادل کار و زندگی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه	۹
چاپ شده ۱۳۹۹	فرهنگ در دانشگاه اسلامی	شناسایی راهبردهای رفتاری بازآفرینی تعادل کار- زندگی: بر پایه تجارب زیسته اعضای هیئت علمی دانشگاه	۱۰
1398 چاپ شده	تحقیقات بازاریابی نوین	طراحی مدل تعاملی هوش بازاریابی و اثربخشی عملکرد صنعت بیمه با بهره گیری از تکنیک AHP فازی مطالعه موردی: بیمه پاسارگاد	۱۱
1398 چاپ شده	تدریس پژوهی	تبیین و رتبه بندی مضامین و فرامضامین رفتارهای نقش آموزشی اساتید دانشگاه از منظر رهیافت ذی نفع گرا: یک مطالعه ترکیبی	۱۲
1398 چاپ شده	مدیریت برند	بررسی تاثیر پشیمانی از برند بر قصد رفتاری به واسطه ی رضایت و نقش تعدیل گری هویت برند استفاده کنندگان در باشگاه های ورزشی درجه یک شهر مشهد.	۱۳
1397 چاپ شده	مدیریت بازاریابی	بازاریابی احساسی، قابلیت های دینامیک و سودآوری سازمانی	۱۴
in Volume 1۲4 Issue 3 of,2014	ISI journal European Journal of Scientific Research	The impact of service quality on customer satisfaction and loyalty by mediating role of rapport	۱۵

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



in V.19, Issue 10, of , oct, 2012	ISI Journal wulfenia Journal	:" knowledge sharing and organizational culture	۱۶
Volume1, Number2, Fall 2008	International Journal of Organization Innovation	Impact of Customer Relationship Management in Iran Banking Sector	۱۷
July 2011, Vol.10, No.7, 516- 525	Journal of Chinese Business Review	A Descriptive-Correlation Research to Explain Potential of BPR	۱۸
ISSN:2322-5572 ۲۰۱۴	Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology	Developing the conceptual model of the effect of advertising and promotion on brand equity considering the Aaker model	۱۹
2007	CIVILICA. Journal of Development and Management	B2B Electronic-Commerce	۲۰
July 2006, Vol. VI, No. 7. ISSN-0971-4480	“, Calcutta	Postal Insurance” in The insurance Times	۲۱
Appril 2013, Vol.3, No.7, 473- 483	in Journal of Basic and Applied Scientific Research	Classifying and Designing Customer’s Strategy Pyramid by Customer Life Time Value (CLV) in Shargh Cement Company in Iran	۲۲
زیر چاپ	مجله علمی و پژوهشی اقتصاد کاربردی دانشگاه فردوسی مشهد	ابداع مدلی نوین برای برآورد حجم پولهای کثیف در اقتصاد ایران (کاربرد روشهای عددی و مسئله معکوس در اقتصاد)	۲۳

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



۱۳۸۳ چاپ شده	مجله علمی و پژوهشی مطالعات گردشگری	تأثیر صادرات نامرئی کالاها و خدمات گردشگری بر اشاعه فرهنگ؛ نقش تعدیل‌گری ارزش ادراک‌شده مقصد گردشگری	۲۴
۱۳۸۴ چاپ شده	مجله علمی و پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین	تأثیر کیفیت خدمات و شرایط عاطفی کارکنان بر اعتماد مشتریان شعب بانک ملت در شهر مشهد	۲۵
۱۳۸۵ زیر چاپ	مجله علمی و پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین	بررسی تأثیر فروش گرای و تخصص نیروی فروش بر عملکرد نیروی فروش با توجه به نقش واسط اعتماد مشتری	۲۶
چاپ شده 2016	INTAN Management Journal	the effect of knowledge management on the organizational innovation by considering the miditator role of organiztional learning	۲۷
اخذ پذیرش	تحقیقات بازاریابی نوین	مدل سازی پیامدهای سازمانی بازارگرایی در صنعت بیمه ایران	۲۸
۲۰۱۶ چاپ شده	تحقیقات بازاریابی نوین	تأثیر نوآوری در خدمات بر نیت رفتاری مشتریان به واسطه بازاریابی حسی (مورد مطالعه: هتل های پنج ستاره شهر مشهد)	۲۹
۲۰۱۷ چاپ شده	International Journal of Economic Perspectives	Investigating the impact of mediation role of student satisfaction on the relationship between educational quality, service quality and the adoption of e-learning among Karbala University students	۳۰
۲۰۱۷ چاپ شده	مدیریت بازرگانی	بررسی تأثیر جهان وطن گرایی بر نگرش نسبت به محصول داخلی به واسطه ملی گرایی مصرف کننده (از دید تئوری هویت اجتماعی)	۳۱

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



۲۰۱۸ چاپ شده	Journal of Research and Health	Mediating role of job satisfaction in the relationship between motivation, perceived support, training and perceived commitment	۳۲
۲۰۱۸ چاپ شده	International Journal of Information and Management Sciences	Investigating the Effect of Brand Equity on Customer's Lifetime Value (Household Goods of LG Company in Mashhad City)	۳۳

ذ. بعضی از مقالات ارائه شده در کنفرانسهای بین المللی و ملی (حدود یکصد مقاله)

مکان کنفرانس	نام کنفرانس	عنوان مقاله	ردیف
, Nanging, China, in 2007	International Conference on Industrial globalization and Technology Innovation	impact of customer relationship management in Iran banking	۱
, Malaysia in 2008	International Business Conference, at Labuan University	on effect of business process re-engineering on performance of Iran banking sector	۲
at India in 2008	the Eight academic seminal of the Iranian researchers in India on arts& scienc	on information technology application in the organization enjoining not to commit what is unlawful and recommending to do good	۳
Faculty of Management Studies, Gurukul Kangri University, Haridwar, Uttarakhand, India	International Conference on Management Sciences and Arts	on application of IT for supply chain management in the Iran textile industry to solve part of problems	۴
, Hyder Abad, India	International Conference on Global Competition and Brand Promotion	SCM to improve the productivity in order to strengthen of competition power in the market	۵
وزارت بازرگانی و اقتصاد ایران، ۱۳۸۶	چهارمین کنفرانس ملی تجارت الکترونیکی ایران	تجارت الکترونیکی مدل "B2B" در ایران	۶

Ferdowsi University of Mashhad

IRAN. Mashhad-Azadi Sq-University Campus /9177948951

+985138805370

+985138811243

poursalimi@um.ac.ir

http://poursalimi.prof.cms.um.ac.ir

مشهد- میدان آزادی - دانشگاه فردوسی مشهد

دانشکده علوم اداری و اقتصادی

تلفن: ۰۵۱-۳۸۸۰۵۳۷۰

نمابر: ۰۵۱-۳۸۸۱۱۲۴۳

کدپستی: ۹۱۷۷۹۴۸۹۵۱

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر محبتی پور سلیمی

استادیار گروه مدیریت



۷	بررسی نقش واسط یادگیری سازمانی بر رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی (مورد مطالعه: شرکتهای تولیدی متوسط و بزرگ شهرکهای صنعتی مشهد)	ششمین کنفرانس ملی مدیریت دانش و	دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۲
۸	بررسی نقش واسط گرایش کارآفرینانه بر رابطه بین بازارگرایی و عملکرد سازمانی	اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها"	دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳
۹	بررسی رابطه بین استراتژیهای بازاریابی و عملکرد بازاریابی شرکتهای تولید کننده محصولات غذایی مستقر در شهرکهای صنعتی شهر مشهد	اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها"	دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳
۱۰	بررسی تاثیر مدیریت زنجیره تأمین بر رضایتمندی نمایندگیهای مجاز ایران خودرو در استان خراسان رضوی "ارایه شده در اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها"	اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها"	دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳
۱۱	بررسی اثر ارزش ویژه برند در تدوین استراتژیهای بازاریابی بیمارستانی (مورد مطالعه بیمارستانهای خصوصی سطح شهر مشهد)	اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها"	دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۳
۱۲	بررسی تاثیر عملکرد کارکنان فرانت آفیس بر جلب رضایت مشتریان	اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی	دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۹۳
۱۳	شهرداری الکترونیک و راهکارهای رفع چالش بحران آب گرفتگی معابر شهری مبتنی بر معماری مفهومی شبکه داده های هیبریدی (مطالعه موردی شهرداری مشهد، کلانشهرهای ایران و جهان)	هشتمین کنفرانس نظام اداری الکترونیکی	سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور ۱۳۹۴

Ferdowsi University of Mashhad

IRAN, Mashhad-Azadi Sq-University Campus /9177948951

+985138805370

+985138811243

poursalimi@um.ac.ir

http://poursalimi.profcms.um.ac.ir

مشهد- میدان آزادی - دانشگاه فردوسی مشهد

دانشکده علوم اداری و اقتصادی

تلفن: ۰۵۱-۳۸۸۰۵۳۷۰

نمبر: ۰۵۱-۳۸۸۱۱۲۴۳

کدپستی: ۹۱۷۷۹۴۸۹۵۱

دانشگاه شهید بهشتی ۱۳۹۳	اولین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی	بررسی تاثیر فروش گرایي و تخصص نيروي فروش بر عملکرد نيروي فروش با توجه به نقش واسط اعتماد مشتري (مورد مطالعه: نمایندگی های فروش خودروهای وارداتی در سطح شهر مشهد)	۱۴
.....

س-راهنمایی و مشاوره پایان نامه های دکتری و فوق لیسانس انجام شده و در حال انجام قریب یکصد پایان نامه که ذیلاً به تعدادی از آنها اشاره می شود:

۱. کشف راهبردهای بازآفرینی تعادل کار- زندگی و بررسی تاثیر اضافه بار نقش درک شده بر آن (مورد مطالعه: اعضای هیات علمی مرد متاهل دانشگاه های دولتی شمال شرق کشور)
۲. کشف مولفه های مربیگری موفق و تاثیر آن بر توسعه منابع انسانی. (مربیان موفق فوتسال ایران)
۳. طراحی مدل بازاریابی شبکه های اجتماعی براساس قابلیت های بازاریابی دیجیتال و هویت اجتماعی کاربران.
۴. طراحی و اعتبار سنجی مدل توسعه جایگاه یابی برند در شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری خراسان رضوی
۵. شناسایی، اولویت بندی و تبیین پیشآیندهای طفره روی اجتماعی در ادارات دولتی ایران- شهرستان گناباد .
۶. ارائه و ارزیابی یک مدل برندسازی با تاکید بر مسئولیت اجتماعی سازمانی مبتنی بر شبکه های اجتماعی در صنعت بانکداری. (مورد مطالعه: بانک سپه)
۷. بررسی تاثیر ارزش ویژه ی برند از دیدگاه مصرف کننده بر رضایت و وفاداری به برند در خدمات ورزشی: مورد مطالعه سرزمین موج های آبی .
۸. بررسی نقش واسط اعتماد مشتری به نیروی فروش در رابطه ی بین فروش گرایي و تخصص نيروي فروش با عملکرد نيروي فروش.
۹. بررسی عوامل موثر بر تصمیم گیری به پذیرش تجارت سیار : مورد مطالعاتی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۰. سنجش آمادگی یادگیری الکترونیکی دانشگاه حکیم سبزواری. (استاد راهنما)
۱۱. بررسی اثر برند ایکویتی در تدوین استراتژی بازاریابی بیمارستانی: مورد مطالعاتی بیمارستانهای سطح شهر مشهد.

۱۲. بررسی نقش ساختار مالکیت بر ساختار سازمانی و عملکرد شرکت و تعیین تأثیر ساختار سازمانی بر عملکرد شرکت: مطالعه موردی شرکت سنگ آهن شرق ایران، سنگان.
 ۱۳. بررسی تأثیر بازاریابی داخلی بر تعهد سازمانی با نقش واسطه گری رضایت شغلی مورد مطالعاتی: شهرداری شهرستان سبزوار.
 ۱۴. بررسی تأثیر عوامل کیفی موثر بر وفاداری مشتریان و ویژه از طریق رضایتمندی مشتری در خدمات بانکداری بانک رفاه مشهد.
 ۱۵. شناسایی و رتبه بندی عوامل بحرانی موفقیت در پیاده سازی مدیریت دانش: مطالعه موردی سازمان جهاد کشاورزی استان سیستان و بلوچستان.
 ۱۶. بررسی نقش واسطه ی تلاش در ارتباط میان شناسایی برند و و انتظارات ادراک شده مشتری با عملکرد فروش.
 ۱۷. بررسی نقش واسطه کیفیت اطلاعات مشتری در رابطه ی بین عوامل دوران سازمانی و عملکرد ارتباط با مشتری در شعبات بانکهای خصوصی شهر مشهد.
 ۱۸. بررسی عوامل موثر بر عملکرد بازاریابی به واسطه تجارت الکترونیک در شرکت های کوچک و متوسط تولیدی مستقر در شهرک صنعتی مشهد.
 ۱۹. اثر فرهنگ سازمانی و تکنولوژی اطلاعات در پیاده سازی مدیریت دانش: مطالعه موردی: معادن سنگ آهن استان خراسان رضوی.
 ۲۰. طبقه بندی مشتریان از طریق تجزیه و تحلیل ارزش دوره عمر مشتری در شرکت سیمان شرق (استاد مشاور).
- و.....

ش - عضویتها:

۱. عضو کارگروه تخصصی فناوری پارک علم و فناوری خراسان.
۲. عضو کارگروه گاز منطقه ۴ کشوری.
۳. عضو کارگروه پژوهشی شهرداری مشهد.
۴. عضو کمیته علمی هشتمین کنفرانس بین المللی تجارت الکترونیکی.
۵. عضو کمیته علمی اولین همایش ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها".
۶. عضو کمیته علمی همایش ملی سازمانی و مالی.
۷. عضویت در انجمن بازرگانی ایران.
۸. عضو اصلی میزگرد تخصصی چالشهای بازاریابی مالی و بانکی در اولین کنفرانس ملی بازاریابی "فرصتها و چالشها".

Date:.....

Number:.....

Mojtaba Poursalimi

Assistant Professor

Department of Management

Faculty of Economics and Administrative sciences

دکتر مجتبی پور سلیمی
استادیار گروه مدیریت



۹. دبیر اجرایی اولین همایش ملی بازاریابی.
۱۰. مدیر اجرایی مجله علمی و پژوهشی بازاریابی مدرن دانشگاه فردوسی مشهد (در حال کسب مجوز).
۱۱. عضویت کمیته علمی کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک.
۱۲. عضویت کمیته علمی کنفرانس بین المللی دومین همایش تحقیقات بازاریابی.
۱۳. عضویت کمیته علمی هشتمین و نهمین کنفرانس بین المللی تجارت الکترونیک در ایران.
۱۴. نماینده دانشگاه فردوسی در تفاهم نامه بین دانشگاه و گروه تولیدی عالیس.
۱۵. عضو کمیته علمی همایش ملی سازمانی و مالی.
۱۶. دبیر بازاریابی اولین همایش ملی برند در ورزش.
۱۷. عضو شورای آموزش و پرورش مشهد.

و.....

ط. برگزاری کارگاه های داخلی (برگزار شده)

۱. کارگاههای آموزشی بانکی.
۲. کارگاههای آموزشی برای شهرداریها.
۳. کارگاههای آموزشی برای مدیران و کارکنان شرکتهای خصوصی.

و من ا... توفیق.

Dr. Mojtaba Poursalimi

Associate Professor of Management

Ferdowsi University of Mashhad

poursalimi@um.ac.ir