|  |  |
| --- | --- |
| teacher.jpg | **دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری- دانشگاه تهران**  **محمد غفاری** |
| تلفن دفتر: +98 (21)02536166534  پست الکترونیکی: ghaffari.mohammad@ut.ac.ir |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **تحصیلات** | P.H.D,1395,مدیریت بازرگانی-بازاریابی,دانشگاه اصفهان Diplom,1393,ادبیات و علوم انسانی,دبیرستان انقلاب اسلامی M.S,1391,مدیریت بازرگانی-بازاریابی,دانشگاه اصفهان کارشناسی,1389,مدیریت بازرگانی,دانشگاه ارومیه |

|  |  |
| --- | --- |
| **زمینه­های تخصصی**  **و حرفه­ای** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **سوابق کاري و فعالیت های اجرایی** |  |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **فعالیت های علمی** | * مقالات   **- Developing a Competitive and Sustainable Model for the Future of a Destination: Iran’s Tourism Competitiveness. Nematpour Mohammad, Khodadadi Masoud, Makian Sarasadat, Ghaffari Mohammad (2024)., International Journal of Hospitality & Tourism Administration, LATEST(LATEST).  - Behind the invisible walls: Understanding constraints on Muslim solo female travel. Nematpour Mohammad, Oshriyeh Omid, Ghaffari Mohammad (2024)., Tourism Management Perspectives, 50(1).  - اعتبارسنجی مدل توسعه رفتار شهروندی برند در کارکنان گردشگری پزشکی. صوری سارا, غفاری محمد, شیرازی حسین, خداداد حسینی سید حمید (1402)., راهبردهای مدیریت در نظام سلامت, 8(3).  - شناسایی، دسته‌بندی و اولویت‌بندی انگیزه‌های گردشگران داخلی جهت سفر به شهر کرمان. غفاری محمد, رضایی مهلا (1402)., برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه ای, 8(26).  - توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب‌سواری (مورد مطالعه: شهرستان گنبدکاووس). غفاری محمد, شفیعی رودپشتی میثم, چشمی مجتبی, فلاحی نیلوفر (1402)., برنامه ریزی و توسعه گردشگری, 12(46).  - فراترکیب پیش‌آیند‌ها و پیامد‌های بازاریابی دیجیتال (مرور سیستماتیک پژوهش های انجام شده در ده سال اخیر). بلاغت نیا نفیسه, غفاری محمد, شیرازی حسین, جنتی فر حسین (1402)., مدیریت فردا, 22(74).  - مطالعه پیشایندها و پسایندهای عشق به برند مقصد گردشگری مشهد. غفاری محمد, هراتی بهاره, خوشرو مینا, عباسی احمد (1402)., پژوهش های جغرافیای انسانی, 55(1).  - توسعه چارچوبی جهت سنجش عوامل مؤثر بر اشتراک‌گذاری تجارب گردشگر در محیط‌های آنلاین برند. غفاری محمد, جعفری سید محمدباقر, اسماعیلی علی بانی معراج, فلاحی نیلوفر (1401)., بررسی های مدیریت رسانه, 1(4).  - Future scenarios for improving Iran's overall destination image and attractiveness: A supply‐side perspective. Nematpour Mohammad, Khodadadi Masoud, Makian Sarasadat, Ghaffari Mohammad (2023)., Futures & Foresight Science, 5(1).  - Identifying the Dimensions of Pilgrims' Experience (The Case of Arba'een Pilgrims). Esmaili Mostafa, Ghaffari Mohammad, [] [] (2023)., International Journal of Tourism, Culture and Spirituality, 6(1).  - شناسایی استراتژیهای ویژه کسب و کار در صنعت املاک و مستغلات ایران و تبیین ارتباط این استراتژیها با شایستگیهای محوری مورد نیاز. جباریان مهدی, زارع حمید, غفاری محمد, سارنج علیرضا, مومنی مصطفی (1401)., جامعه شناسی سیاسی ایران, 12(5), صص1653-1638.  - Pathology of Behaviors in Medical Tourism and Providing an Optimal Pattern of Behavior in the Face of Medical Tourists. Heydarzadeh khoei Negin, Faraji Amin, Ghaffari Mohammad, Zarei Matin Hasan (2022)., Clinical Cancer Investigation Journal, 11(1s).  - مطالعة عوامل ایجادکنندة قصد استفاده از خدمات تجارت اجتماعی اینستاگرام. ابراهیمی تبار مسلم, غفاری محمد, ایرانی حمیدرضا (1401)., فصلنامه رسانه, 33(3).  - طراحی مدل توسعه رفتار ‌شهروندی‌ برند در گردشگری پزشکی. صوری سارا, غفاری محمد, شیرازی حسین, خداداد حسینی سیدحمید (1401)., فصلنامه بیمارستان, 21(3).  - واکاوی نقش سبک های مدیریت تعارض همکارانه و رقابتی رهبر در عملکرد نوآورانه تیم های کارآفرینی (مطالعه موردی شرکت های صنعتی شهر شیراز). غفاری محمد, نریمان اکرم (1401)., فصلنامه علمی پژوهشی نوآوری و ارزش آفرینی, 11(21).  - فراترکیب عوامل کششی و رانشی در توسعه گردشگری مذهبی. غفاری محمد, حاتمی ورزنه ابوالفضل, اسدی محبوبه (1401)., پژوهش های ادیانی (دانشگاه ادیان و مذاهب), 10(19).  - ارائه مدلی برای تبیین پیشایندهای قصد استفاده از ارتباطات توصیهای الکترونیکی در خرید محصولات ارگانیک کشاورزی. زندی نسب مصطفی, غفاری محمد (1401)., اقتصاد و توسعه کشاورزی, 36(1).  - ارائه چارچوب سه مرحله‌ای نقش تسهیلگر در توسعه گردشگری پزشکی در شهر اصفهان. غفاری محمد, معینی حسین, جعفری فاطمه (1401)., نشریه گردشگری شهری, 9(1).  - واکاوی عوامل مؤثر بر پرداخت اضافه‌بها به گردشگری طبیعت‌گردی (موردمطالعه: کویر مصر در استان اصفهان). غفاری محمد, معینی حسین, نوری بخش محمد, کنجکاو منفرد امیررضا (1401)., مطالعات جغرافیایی مناطق خشک, 12(47).  - ارائه مدلی جهت تبیین عوامل موثر بر قصد گردشگران جهت سفر مجدد به مقصد گردشگری و توصیه آن به سایرین (مطالعه موردی: شهر مقدس قم). جعفری سید محمدباقر, غفاری محمد, عباسی احمد (1401)., جغرافیا ( برنامه ریزی منطقه ای)- موسسه آموزش عالی بین المللی قشم, 12(2).  - تدوین مدل سنجش کیفیت ادراک‌شده از مقصد گردشگری تهران از دیدگاه گردشگران بین‌المللیDeveloping a Framework for Measuring Perceived Quality of Tehran based on the Perspectives of Foreign Tourists. غفاری محمد, کیایی مهدی, عباسی احمد, خوشرو مینا (1400)., برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه ای, 6(19).  - واکاوی عوامل کششی مؤثر بر قصد استفاده از تجارت اجتماعی در بین کاربران ایرانی. ابراهیمی تبار مسلم, غفاری محمد, ایرانی حمیدرضا (1400)., مطالعات میان رشته ای ارتباطات و رسانه, 4(14).  - Lines in the sand: the perceived risks of traveling to a destination and its influence on tourist information seeking behavior. Oshriyeh Omid, Ghaffari Mohammad, Nematpour Mohammad (2022)., International Journal of Tourism Cities, 8(1).  - عوامل تعیین کنندة موفقیت بازاریابی کششی در گردشگری غذا رهیافت فراترکیب. غفاری محمد, شفیعی رودپشتی میثم, حاتمی ورزنه ابوالفضل, حیدرپور دعویسرانی وحید, فرمانی مهدی (1400)., گردشگری و توسعه, 10(3).  - بررسی تکامل پژوهش تجربۀ مشتری: استفاده از تحلیل کتابسنجی و مصورسازی. اسماعیلی مهیاری مصطفی, غفاری محمد, ایرانی حمیدرضا, زارعی متین حسن, ابراهیمی الهام (1400)., تحقیقات بازاریابی نوین, 11(3).  - تدوین چارچوبی برای سنجش تجربه ماندگار گردشگران خارجی سفرکرده به شهر تهران. غفاری محمد, ناصری سیدقدرت الله, خلیلی پور گلی (1400)., نشریه گردشگری شهری, 8(2).  - توسعه چارچوب رفتار شهروندی برند. غفاری محمد, معینی حسین, گودرزی جورابی ابوالفضل, فرمانی مهدی (1400)., فصلنامه مدیریت برند, 8(1).  - پیش‌زمینه‌ها و پیامدهای تجربه کاربر از سیستم‌های پیشنهاددهنده در محیط‌های آنلاین. فرمانی مهدی, غفاری محمد, زندی نسب مصطفی (1400)., مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند, 9(35).  - شناسایی و اولویت بندی ابعاد کیفیت تجربه گردشگر از دیدگاه گردشگران خارجی سفر کرده به شهر شیراز. فرمانی مهدی, غفاری محمد, شفیعی سیدمحمدنوید, زندی نسب مصطفی (1400)., دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری, 9(17).  - شناسایی فرصت‌های سفر مشتری در مدل 5A در صنعت گردشگری. غفاری محمد, سلطانی فر احسان, رنجبرمطلق فربد, خوشرو مینا (1399)., تعامل انسان و اطلاعات (نشریه دانشگاه خوارزمی), 7(4).  - شناسایی و اولویت بندی فرصت های هم آفرینی برند گردشگری. غفاری محمد, سلطانی مرتضی, شهرکی آزاد افسانه, خوشرو مینا (1399)., چشم انداز مدیریت بازرگانی, 19(44).  - طراحی مدل کیفیت خدمات (مورد مطالعه: مسجد مقدس جمکران). خلیلی پور گلی, غفاری محمد, عباسی رسول (1399)., اسلام و علوم اجتماعی, 12(24).  - بررسی نقش ارتباطات شفاهی در رسانه های اجتماعی بر رفتار خرید با تأکید بر نقش هیجانات و هنجارهای اجتماعی. بابائی میبدی حمید, کنجکاو منفرد امیررضا, غفاری محمد, کریمی میبدی احسان (1399)., فصلنامه مطالعات رسانه های نوین (دانشگاه علامه طباطبائی), 6(24).  - The role of social commerce in online purchase intention: mediating role of social interactions, trust, and electronic word of mouth. Konjkave Monfared Amirreza, Ghaffari Mohammad, Brootkoob Mohammad, MohebaliMalmiri Milad (2021)., Journal for International Business and Entrepreneurship Development, 13(1).  - بررسی تأثیر تجربه اطلاعات زیست محیطی بر نگرش رفتار مصرف کنندگان آگاه به محیط زیست. فرمانی مهدی, غفاری محمد, زندی نسب مصطفی (1399)., علوم و تکنولوژی محیط زیست, 22(11).  - The Role of Marketing Resources and Marketing Dynamic Capabilities in Improving Business Performance of Insurance Firms in Iran. Asgarnezhad noori Bagher, Ghaffari Mohammad, Ram Pahlavanloo Mohammad jaafar, Danesh Mahdi (2020)., Gurukul Business Review, 16(4).  - گونه شناسی گردشگران خارجی بازار قدیمی تهران با تحلیل خوشه ای دو مرحله ای: نگرشی برای برنامه ریزی شهری. غفاری محمد, نعمت پور محمد (1399)., مطالعات شهری, 9(36).  - بررسی تاثیر درگیری ذهنی گردشگران برقصد بازدید مجدد ازمقصد گردشگری با تاکید بر نقش ارزش ویژه برند. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیررضا, تسلیمی امین (1399)., مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی, 15(3).  - تدوین چارچوبی برای سنجش کیفیت ادراک شده از خدمات آموزشی. نادری بنی ناهید, غفاری محمد, امدادی حمیده, فرمانی مهدی (1399)., مطالعات برنامه ریزی آموزشی - دانشگاه مازندران با همکاری انجمن آموزش عالی ایران, 9(17).  - بررسی برخی از پسایندهای اجتماع برند و تأثیر آن بر وفاداری رفتاری (مطالعه موردی: خدمات اینترنت 0202 استان اصفهان). غفاری محمد, شایسته حسین (1399)., فصلنامه مدیریت برند, 7(22).  - رتبه بندی عوامل اصلی موفقیت و بسایت جاباما. خنیفر حسین, خلیلی پور بنفشه, غفاری محمد, یزدانی حمیدرضا (1399)., گردشگری و توسعه, 10(2).  - آسیب شناسی اثرات تبلیغات بازرگانی رسانة ملی بر توسعة کالاهای ملی\*. خیاط محمدعلی, نصراللهی محمدصادق, غفاری محمد (1399)., رسانه های دیداری و شنیداری, 12(2).  - شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر تمایل به پرداخت در محصولات ارگانیک کشاورزی از دیدگاه مصرف کنندگان. زندی نسب مصطفی, غفاری محمد, خادم شاهزاده طاهر فاطمه (1398)., اقتصاد و توسعه کشاورزی, 33(4), 363-376.  - شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تجربه کاربر از سیستم‌های پیشنهاددهنده در محیط‌های آنلاین (مورد مطالعه: دیجی کالا). فرمانی مهدی, غفاری محمد, معینی حسین, زندی نسب مصطفی (1398)., مدیریت فردا, 61(1).  - تبیین عوامل مؤثر بر پیگیری اطلاعات در ارتباطات توصیهای آنلاین در گردشگران خارجی شهر کاشان. نصیری سمانه سادات, غفاری محمد (1398)., تعامل انسان و اطلاعات (نشریه دانشگاه خوارزمی), 6(1).  - بررسی ویژگیهای وبسایت در زمینه بازیوارسازی با تمرکز بر نقشهای میانجی تجربه و نگرش کاربران )مطالعه موردی: دیجی کالا(. فرمانی مهدی, غفاری محمد, زندی نسب مصطفی (1398)., تعامل انسان و اطلاعات (نشریه دانشگاه خوارزمی), 6(1).  - شناسایی و اولویت بندی ابعاد مؤثر بر تجربة مشتری در محیط های خرده فروشی؛ مطالعة موردی: فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش. شفیعی نوید, غفاری محمد, فرمانی مهدی, زندی نسب مصطفی (1398)., تحقیقات بازاریابی نوین, 9(3).  - تبیین تأثیر ریسک های ادراک شده گردشگر بر تمایل به بازدید مجدد از مقصد گردشگری با نقش میانجیگری تصویر ذهنی مقصد گردشگری. رنجبریان بهرام, غفاری محمد, تسلیمی بابلی امین (1398)., فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری, 14(46), 137-164.  - واکاوی نقش تصویر ذهنی گردشگران از برند بر شهرت مقصد گردشگری مطالعه موردی: شهر یزد. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیررضا, عسگرنژادنوری باقر (1398)., نشریه گردشگری شهری, 6(2).  - ارائه الگویی برای بررسی تأثیر ارتباطات توصیهای آنالین بر قصد سفر به مقصد گردشگری. غفاری محمد, مام رمضانی کیوان (1398)., دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری, 7(13).  - واکاوی تأثیر عدالت و مسئولیت اجتماعی و بازاریابی داخلی در دانشگاه اسلامی بر تمایل به ترک شغل با تأکید بر نقش تعهد (مورد مطالعه دانشگاه یزد). کنجکاو منفرد امیر رضا, غفاری محمد (1398)., فرهنگ در دانشگاه اسلامی, 9(30).  - بررسی نقش شخصیت برند مقصد گردشگری در همخوانی خودپنداره گردشگر و ایجاد تمایل به بازدید مجدد (مورد مطالعه گردشگران خارجی بازدید کننده از پل طبیعت شهر تهران). غفاری محمد, نعمت پور محمد, عشریه امید (1397)., جغرافیا ( برنامه ریزی منطقه ای)- موسسه آموزش عالی بین المللی قشم, 33(1), 506-491.  - Typology of Inbound Tourists Who Visited Tehran Grand Bazaar Using Cluster Analysis: Introducing New Combining Dimensional Base to Realize Actual Behavior. Nematpour Mohammad, Ghaffari Mohammad (2018)., AlmaTourism, 9(18), 45-72.  - Factors Affecting Intention to Purchase Organic Food Products among Iranian Consumers,. Ghaffari Mohammad (2018)., Academy of Marketing Studies Journal, 22(3), 1-23.  - اثر مسئولیتهای اجتماعی بر توسعه ارزش ویژه برند مقصدهای گردشگری مورد مطالعه: شهر اصفهان. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیر رضا (1397)., دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری, 6(11), 139-162.  - نقش تجربه گردشگر در بهبود تصویر ذهنی مقصد گردشگری اصفهان. غفاری محمد, عباسی احمد, کنجکاو منفرد امیر رضا (1397)., گردشگری و توسعه, 7(2), 112-97.  - شناسایی و مفهوم‌پردازی کیفیت تجربه مذهبی گردشگر (مورد مطالعه: گردشگران خارجی شهر قم). جعفری سید محمدباقر, غفاری محمد, عباسی احمد (1397)., جغرافیا ( برنامه ریزی منطقه ای)- موسسه آموزش عالی بین المللی قشم, 31(2), 7-29.  - Direct and indirect effect of tourist self-image congruence on the tourism destination brand loyalty. Ranjbarian Bahram, Ghaffari Mohammad (2018)., International Journal of Tourism Policy, 8(2), 187-202.  - تدوین چارچوبی برای سنجش کیفیت ادراک شده از مقاصد گردشگری )مورد مطالعه: شهر اصفهان(. غفاری محمد (1396)., گردشگری و توسعه, 6(4), 106-120.  - Developing a brand equity model for tourism destination. Ghaffari Mohammad (2017)., International Journal of Business Innovation and Research, 12(4), 484-508.  - Traveling Motive and Its Application in Tourism Market Segmentation: Evidences from Isfahan. Ranjbarian Bahram, Ghaffari Mohammad, Oshrie Omid (2017)., Journal of Tourism and Hospitality Management, 5(1), 73-80.  - مقایسۀ انگیزه‌های زنان و مردان گردشگر از سفر به شهر اصفهان. غفاری محمد (1396)., دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری, 7(2), 36-57.**   * کنفرانس ها   **- Identifying the experience bottlenecks throughout the customer journey in tourism (The case of Iran). Esmaeili Mahyari Mostafa, Irani Hamid Reza, Ghaffari Mohammad, Ebrahimi Elham (2022)., 2nd Tourism and Hospitality Networking Conference, 6-10 September, İSTANBUL, Turky.  - واکاوی نقش کیفیت ادراک شده از خدمات در رضایت مشتریان بانک پارسیان. غفاری محمد, حمزه لو محمود, غلامی مریم (1400)., دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری, 16-17 فروردین, دامغان, ایران.  - تاثیر شنیدههای برند و شواهد برند بر رفتار شهروندی مشتریان با تاکید بر نقش نگرش برند. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیررضا (1398)., دومین همایش ملی سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار, 5-5 آبان, قم, ایران.  - شناسایی و رتبه بندی ابعاد تجربه گردشگر. غفاری محمد, شهبازی علی (1398)., سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و کسب و کار, 26-26 مهر, تبریز, ایران.  - مروری بر مفهوم تجربه مشتری و ابعاد آن در صنعت گردشگری. غفاری محمد, شهبازی علی (1398)., پنجمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی, 28-28 مرداد, تهران, ایران.  - مروری برنقش سرمایه اجتماعی در صنعت گردشگری. غفاری محمد, وزینی افضل مجتبی (1398)., اولین کنفرانس بین المللی گردشگری (مطالعه فرصت ها و چالش های توسعه گردشگری با محوریت استان اردبیل), 24-24 خرداد, اردبیل, ایران.  - مروری بر برخی از پسایندهای اجتماع برند و تاثیر آن بر بعد وفاداری رفتاری. غفاری محمد (1398)., چهارمین کنگره بین المللی و ششمین کنگره ملی پژوهش های نوین در مطالعات مدیریت، حسابداری و اقتصاد, 30-30 اردیبهشت, تهران, ایران.  - تحلیل عوامل تاثیرگذار بر اثربخشی تبلیغات تلویزیونی از دیدگاه مشتری. غفاری محمد (1398)., پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری, 6-6 اردیبهشت, تهران, ایران.  - مطالعه برخی از عوامل موثر بر قصد خرید مجدد گوشی تلفن همراه. غفاری محمد (1398)., کنفرانس بین المللی مدیریت اقتصاد حسابداری و بانکداری در هزاره سوم, 28-28 فروردین, تهران, ایران.  - مروری بر مهم ترین عوامل موثر بر قصد خرید گیاهان دارویی. غفاری محمد, حسینی مریم سادات (1397)., دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در اقتصاد، مدیریت و حسابداری, 31-31 اردیبهشت, تهران, ایران.  - شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر قصد خرید گیاهان دارویی )خریداران گیاهان دارویی در شهر گلپایگان به عنوان مورد مطالعه(. حسینی مریم سادات, غفاری محمد (1397)., کنفرانس ملی اندیشه های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری، مطالعات حقوقی و اجتماعی, 24-24 اردیبهشت.  - مفهوم پردازی و آسیب شناسی ابعاد سرمایه اجتماعی و عدالت سازمانی در سازمان های دولتی. کنجکاو منفرد امیررضا, غفاری محمد (1397)., همایش ملی سرمایه اجتماعی و امنیت, 25-25 فروردین, قم, ایران.  - بررسی تاثیر فاصله روانی بر شخصیت برند مقصد گردشگری ورزشی. کنجکاو منفرد امیر رضا, غفاری محمد (1396)., اولین همایش ملی گردشگری و کسب و کار ورزشی, 10-10 بهمن, تبریز, ایران.  - بررسی تاثیر ارتباطات و تصویر برند ورزشی بر وفاداری مشتریان با توجه به نقش اعتماد. کنجکاو منفرد امیررضا, غفاری محمد (1396)., اولین همایش ملی گردشگری و کسب و کار ورزشی, 10-10 بهمن, تبریز, ایران.  - ارائه مدلی جهت تبیین پیشایندها و پسایندهای تعهد به برند )شرکت شیرآلات خلیج فارس به عنوان مورد مطالعه(. غفاری محمد (1396)., دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران, 30-30 آبان, تهران, ایران.  - ویژگی های شخصیتی کارکنان و نقش آنها در بهبود رفتار شهروندی سازمانی )مورد مطالعه: کادر درمانی بیمارستان بین المللی تبریز(. غفاری محمد, تسلیمی امین (1396)., یازدهمین کنگره پیشگامان پیشرفت, 23-23 آبان, تهران, ایران.  - واکاوی عناصر سازمانی تعیین کننده موفقیت پیاده سازی رویکردهای دانش محور. کنجکاو منفرد امیررضا, غفاری محمد (1396)., تحقیقات علمی در مدیریت حسابداری حقوق و علوم اجتماعی, 2-2 آبان, تهران, ایران.  - مروری بر مفاهیم و چالش های گردشگری حلال. غفاری محمد, تمیمی مسعود, عشریه امید (1396)., کنفرانس ملی مدیریت و بهبود فضای کسب و کار, 2-2 آبان, قم, ایران.**   * کتب   **- مدیریت بازاریابی. غفاری محمد (1401).  - برنامه ریزی بازاریابی: استراتژی، محیط، زمینه. غفاری محمد, غلامی مریم (1400).  - پژوهش های کیفی در بازاریابی. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیررضا (1398).  - ارتباطات یکپارچه بازاریابی. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیر رضا (1397).  - تحقیقات بازاریابی )نگرشی کاربردی(. غفاری محمد, کنجکاو منفرد امیر رضا (1397).**   * مجلات |

|  |  |
| --- | --- |
| **پایان نامه ها و رساله ها** | **- نگاشت شبکه مضامین برند سامسونگ و اسنوا بر اساس تداعی های این دو برند در بین مصرف کنندگان ایرانی، زهرا فروتن نیا، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1402/6/30   - واکاوی نقش ساختار و فرهنگ سازمانی در سوت زنی مالیاتی، آرش مهرزادیان، محمد غفاری، دکتری، 1402/6/29   - نگاشت شبکه تداعی های برند گردشگری شهر چشمه های بهشتی سرعین با استفاده از روش نقشه مفهومی برند، شقایق قنبرزاده، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1402/6/13   - مطالعه عوامل موثر بر میزان تأثیرپذیری از بلاگرهای غذا، نیلوفر فلاحی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1402/5/30   - ارائه الگوی رفتاری مطلوب در مواجهه با گردشگران پزشکی‌‌‌‌‌‌‌، نگین حیدرزاده خویی، محمد غفاری، دکتری، 1402/5/28   - مطالعه ی عوامل موثر بر حمایت از برند با استفاده از روش مرور دامنه ای، مریم صدیقی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1402/11/25   - توسعه مدل سنجش انگیزه های خرید صنایع دستی توسط گردشگران خارجی شهر اردبیل، مریم وطن پور، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/30   - شناسایی، دسته بندی، اولویت بندی انگیزه های گردشگران داخلی جهت سفر به شهر کرمان، مهلا رضایی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/30   - ارایه چارچوب تامین مالی جمعی در صنعت فیلم سازی جمهوری اسلامی ایران، امیر تاجیک، محمد غفاری، دکتری، 1401/6/30   - شناسایی و اولویت بندی انگیزه های کاربران از کامنت گذاری در شبکه های تجارت اجتماعی، فائزه نادریان، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/30   - شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر استقبال از دوچرخه های اشتراکی در شهر تهران، احسان شادمهریان، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/29   - شناسایی و رتبه بندی عوامل ایجاد کننده خونسردی برند، علی سلیمانی شریف جنکانلو، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/28   - شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر اجتناب از تبلیغات پیامکی، زهرا شیخیان خاوه، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/28   - فراترکیب فرصت ها و تهدید های بازاریابی از طریق افراد تاثیرگذار، سیدمحمدحسین علی پور، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/6/23   - شناسایی، دسته بندی و اولویت بندی موانع استفاده از خدمات بلوبانک، یاسین بهادری بیرگانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1401/11/26   - طراحی مدل تجربه مشتری برای گردشگری فرهنگی - تاریخی ایران، مصطفی اسمعیلی مهیاری، محمد غفاری، دکتری، 1400/7/25   - فهم فرآیند شکل گیری استراتژی سرمایه گذاری در صنعت املاک و مستغلات ایران ، مهدی جباریان، محمد غفاری، دکتری، 1400/7/14   - تدوین مدلی برای رفتار خرید سوغاتی توسط گردشگر (مطالعه موردی شهر مقدس قم)، کتایون صباغ زاده شوشتری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/6/8   - شناسایی و مدل سازی عوامل بومی تاثیرگذار در تمایل به استفاده مکرر از بانکداری موبایلی، ملیحه سادات هاشمیان، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/6/30   - توسعه چهارچوب عوامل موثر بر اشتراک گذاری تجارب گردشگر در محیط‌های آنلاین برند، معراج اسماعیلی علی بانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/6/30   - شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر اشتراک تجربه مشتری در اجتماع های آنلاین برند، اسماعیل کردی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/6/23   - شیوه های تبلیغات متناسب با اندازه کسب و کار( کسب و کارهای کوچک، متوسط و بزرگ)، علی اکبر استادیان، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/6/2   - توسعه مدل سنجش عوامل کشش موثر بر قصد استفاده از تجارت اجتماعی ، مسلم ابراهیمی تبار، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/4/15   - تدوین مدل سنجش اهمیت ادراک مقصد گردشگری (مورد مطالعه گردشگران خارجی تفریحی تاریخی)، رضا مجنون حسینی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/11/5   - تدوین مدلی برای سنجش کیفیت خدمات ادراک شده مشتریان شرکت بیمه ایران، محمدمهدی ربانی نژاد، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/11/27   - ارائه مدلی برای تبیین پیشایندها و پسایندهای نفرت از برند از نظر مشتریان بانک های دولتی، هادی رحیمی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/11/27   - تدوین چارچوبی برای شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر هم آفرینی در صنعت کاشی و سرامیک، دانیال رفیعی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/11/19   - شناسایی و اولویت بندی موانع موجود در پذیرش محصولات جدید (مورد مطالعه: صنعت مواد غذایی)، حانیه پوربافرانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1400/11/12   - توسعه چارچوب رفتار شهروندی برند.، ابوالفضل گودرزی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/7/9   - « ارائه مدل تجربه مشتری هوشمند برای نرم‌افزارهای تلفن همراه» ، سیدمهدی کاشانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/7/30   - تدوین طرح کسب و کار استارت آپ گردشگری گالیور، آروین صارمی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/7/30   - شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر قصد بازدید مجدد از مقاصد گردشگری خلاق (موردمطالعه:شهر اصفهان)، پروانه حسنی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/7/27   - تدوین چارچوبی برای سنجش اصالت برند(مورد مطالعه. برند کاله)، زینب شاه سنایی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/7/2   - ارائه چارچوبی برای شناسایی عوامل کشش و رانش گردشگری در شهر قم، محبوبه اسدی کاتب، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/12/23   - مطالعه عوامل مؤثر بر وفاداری گردشگر به مقصد گردشگری با استفاده از روش بایزن، احمدرضا طلایی مالمیری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/11/27   - بخشبندی کاربران توییتر با استفاده از تکنیک های یادگیری ماشین، بابک علی زاده حاجی آقا، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/11/26   - توسعه مدل سنجش عوامل کشش و رانش در گردشگری اسب سواری (مورد مطالعه:شهرستان گنبد)، مجتبی چشمی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1399/11/25   - تدوین چارچوب جامع برای سنجش کیفیت ادراک شده از مقصد گردشگری (مورد مطالعه :شهر تهران)، سیدعلیرضا کیایی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/7/10   - بررسی اثرات بکارگیری پیشبرد فروش بر عملکرد خریداران در هایپر مارکت ها، مهرداد صفری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/27   - « مطالعه پیشایندها و پسایندهای عشق به برند مقصد گردشگری شهر مشهد»، بهاره هراتی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/27   - « تدوین چارچوبی برای تجربه ماندگار گردشگر( موردمطالعه گردشگران خارجی سفرکرده به شهر تهران)»، سید قدرت الله ناصری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/13   - شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر بدبینی نسبت به ارتباطات توصیه ای الکترونیک، عاطفه بختیاری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/12   - ارائه چارچوب عملیاتی جهت سنجش رقابت پذیری ادراک شده از مقصد گردشگری( مطالعه موردی: شهر کاشان)، علیرضا قربانعلی زاده، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/12   - « شناسایی فرصت های حرکت مشتری در مدل 5A در صنعت گردشگری»، فربد رنجبرمطلق، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/12   - گونه شناسی اولویت بندی عوامل موثر برخرید سوغاتی توسط کردشگران داخلی در استان لرستان، هدایت مرادزاده گراوند، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/6/12   - طراحی مدل مدیریت ارتباط با مشتری برای شرکتهای فعال در بازارهای صادراتی، سیدرضا موسوی بفرویی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/5/1   - بررسی ابعاد کیفیت ادراک شده از خدمات آموزشی از دیدگاه دانش آموزان موسسات آموزشی کنکور شهر تهران، حمیده امدادی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/4/25   - ارائه مدل رفتار خرید آنلاین زنان در صنعت پوشاک، نیلوفر غیور، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/4/18   - « ارائه چارچوب تبلیغات اثربخش بر اساس آموزه های علوی» ، حسن رضازاده جویباری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - تدوین چارچوبی برای سنجش اثرات گردشگری رویداد و به کارگیری آن در یک رویداد گردشگری، زهرا رشمیی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - شناسائی و رتبه بندی ابعاد رفتارهای حمایتی مشتری، مجید عروجی خوزانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - تدوین چارچوبی برای سنجش عملکرد بازاریابی آژانس های گردشگری، رضا بیوک، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/23   - بخش بندی بازار تامین سرمایه جمعی (مدل اهدا) بااستفاده از تحلیل خوشه ای، مجید آتشکار، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/16   - بررسی اقدامات مرتبط در حوزه گردشگری در دوره‌های تاریخی و اسلامی ایران (با تکیه‌بر دوره‌های هخامنشی ،اشکانی ،ساسانی و دوره‌های اسلامی صفویه و قاجار) ، دنیا حیدری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/16   - تدوین چارچوبی برای افزایش توصیه اپلیکیشن های تلفن همراه آسان پرداخت به دیگران، امید شهرابی فراهانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/15   - « شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت بازاریابی کششی در گردشگری غذا» ، وحید حیدرپوردعویسرایی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1398/11/15   - بخش بندی بازار گردشگری با استفاده از تحلیل خوشه ای(مورد مطالعه: گردشگران خارجی بازدید کننده از بازار قدیمی شهر تهران)، محمد نعمت پور، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/7/4   - مطالعه و رتبه بندی عوامل موثر بر تجربه مشتری در استفاده از خدمات وبسایتهای رزو هتل، فاطمه عنیسی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/7/10   - مطالعه عوامل موثر تمایل به استفاده از سیستم های پیشنهاد دهنده (مورد مطالعه: فروشگاه دیجی کالا)، محمد صادق امیری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/6/26   - ارائه مدلی برای تبیین پیشایندهای قصد استفاده از ارتباطات توصیه ای الکترونیک در خرید محصولات ارگانیک، مصطفی زندی نسب، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/6/25   - شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر پرداخت اضافه بها به گردشگری طبیعت‌گردی(موردمطالعه :کویر مصر)، محمد نوری پیله درق، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - شناسایی عوامل موثر بر تجربه کاربر از سیستم های پیشنهاد دهنده در محیط های آنلاین (مورد مطالعه دیجی کالا)، مهدی فرمانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - پتانسیل های صادراتی ایران به کشورهای CIS و تعیین الگوهای تبلیغاتی مناسب برای حضور در آن ها، عرفان جبه دار، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/6/20   - "تدوین چارچوب سنجش کیفیت خدمات هتل " ، محمد شیرمحمدی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/4/26   - رتبه بندی عوامل کلیدی موفقیت وب سایت جاباما، بنفشه خلیلی پور، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/3/21   - نقش بازاریابی واکنشی و پیش نگرانه در نوآوری پایدار، تجاری سازی نوآوری و عملکرد پایدار شرکت (مطالعه موردی :شرکت های تولید کننده دارو، سیدمحسن طاهری تخته چوبی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/30   - تاثیر پیشرانه های بازاریابی خرید سبز با بررسی نقش واسطه ای مسئولیت اجتماعی و تمایل به خرید سبز :مطالعه موردی شرکت امرسان ، جواد شعبانی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/30   - آسیب‌شناسی اثرات تبلیغات بازرگانی رسانه ملی بر توسعه کالاهای ملی، محمدعلی خیاط، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/24   - شناسایی ابعاد بومی ارزش ویژه برند سبز، معصومه کشاورزرضا، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/24   - مفهوم پردازی شیفتگی بر برند مقصد گردشگری، سارا خالقی مقدم، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/23   - اولویت بندی عوامل موثر بر استراتژی بازاریابی خدمات رفاهی نیروی هوایی ارتش جمهوری اسلامی ایران، محمد جعفری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/23   - تدوین چارچوب عوامل موثر بر نادیده گرفتن تبلیغات اینترنتی، زهرا علاءالدینی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/2   - تدوین چارچوب دو سطحی سنجش اثربخشی ارتباطات یکپارچه بازاریابی در محیط های آنلاین، عاطفه غفوری ورزنه، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/2   - توسعه چارچوب عملیاتی برای سنجش کیفیت خدمات ادراک شده در مدارس فوتبال شهر تهران، فاطمه فریدونی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/2   - شناسایی و اولویت بندی فرصت‌های هم آفرینی برند گردشگری، افسانه شهرکی ازاد، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/2   - ارائه چارچوب سه مرحله ای نقش تسهیلگر در توسعه گردشگری سلامت در شهر اصفهان، فاطمه جعفری، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/17   - مفهوم پردازی رفتار شهروندی گردشگر، مهرنوش فخیمی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/16   - واکاوی مفهوم همخوانی خود پنداره مخاطب و بررسی اثر آن بر تمایل به خرید مجدد، بهاره عموئی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1397/11/16   - شناسایی و مفهوم پردازی کیفیت تجربه مذهبی گردشگر(مورد مطالعه: گردشگران خارجی شهر قم)، احمد عباسی، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1396/5/9   - بررسی تاثیر اطلاعات و ارائه دهندگان آن بر اتخاذ ارتباطات توصیه ای الکترونیک(مطالعه موردی: گردشگران خارجی سفر کرده به تهران)، امید عشریه، محمد غفاری، کارشناسی ارشد، 1396/11/25** |