|  |  |
| --- | --- |
| teacher.jpg | **دانشیار دانشکده کارآفرینی- دانشگاه تهران**  **نادر سید امیری** |
| کار آفرینی(کار آفرینی)  تلفن دفتر: +98 (21)8-88225006  پست الکترونیکی: nadersa@ut.ac.ir |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **تحصیلات** | Postdoctoral,null-yesr-char,پسادکتری,دانشگاه آلبرگ شعبه کپنهاگ P.H.D,1398,مدیریت بازاریابی,دانشگاه تهران M.S,1393,مدیریت کارآفرینی,دانشگاه تهران کارشناسی,1384,مدیریت دولتی,دانشگاه تهران |

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| **فعالیت های علمی** | * مقالات   **- شناسایی عوامل مؤثر روابط فرا اجتماعی تأثیرگذاران اینستاگرام بر بازاریابی تأثیرگذار: رویکرد بیبلیومتریک. بهمن میرزا محبوبه, سید امیری نادر, حاجی حیدری نسترن (1401)., بررسی های مدیریت رسانه, 1(4), 418-446.  - بازاریابی و حواس: تأثیر محرک‌های حسی رایحه و رنگ بر تجربیات حسی مشتریان خرده‌فروشی‌های آنلاین مواد غذایی. سید امیری نادر, عبدالمحمد سقا معین, فرودی پانته آ (1401)., تحقیقات بازاریابی نوین, 12(1), 1-24.  - The One Thing You Need to Change Is Emotions: The Effect of Multi-Sensory Marketing on Consumer Behavior. Abdolmohamad Sagha Moein, Seyyedamiri Nader, Foroudi Pantea, Akbari Morteza (2022)., sustainability, 14(2334), 2334.  - Branding through visitors: how cultural differences affect brand co-creation in independent hotels in Iran. رنجبران علیرضا, Shabankareh Mohammad Ali, Nazarian Alireza, Seyyedamiri Nader (2022)., Consumer Behavior in Tourism and Hospitality, 17(2), 161-179.  - بررسی تأثیر هویت اجتماعی، جاذبه‌های ارتباطی و دسته‌بندی محصول بر وفاداری به برند. سید امیری نادر, جلالی محمد, غمخوار ساره, داوری علی (1400)., مدیریت بازرگانی, 13(3).  - A Stacking-Based Data Mining Solution to Customer Churn Prediction. Shabankareh Mohammadjavad, Shabankareh Mohammad Ali, Nazarian Alireza, Ranjbaran Alireza, Seyyedamiri Nader (2021)., Journal of Relationship Marketing, 21(2022-2), 1-24.  - Influential factors of loyalty and disloyalty of travellers towards traditional-resorts. Shabankareh Mohammadjavad, Nazarian Alireza, Seyyedamiri Nader, Jandaghi Gholamreza, Ranjbaran Alireza (2021)., Anatolia-International Journal of Tourism and Hospitality Research, 14(4), 1-12.  - Understanding destination brand love using machine learning and content analysis method. Seyyedamiri Nader, Hamedanian Pour Ali, Zayeri Ehsan, Nazarian Alireza (2021)., Current Issues in Tourism, 25(9), 1451-1466.  - Consumers’ intentions to use ridesharing services in Iran. Akbari Morteza, Moradi Afsaneh, Seyyedamiri Nader, Angel-Zuniga Miguel, Rahmani Zahra, Padash Zive Hamid (2020)., Research in Transportation Business and Management, 37(4), 100616.  - Creative Advertising and Business Performance: An Investigation of Small and Medium-Sized Enterprise in the Traditional Iranian Food Industry. Seyyedamiri Nader, Karimi Asef, [] [], Ghamkhare Nakhjiri Sareh (2020)., Journal of Foodservice Business Research, 14(4).  - Creative advertising and business performance: An investigation of small and medium-sized enterprise in the traditional Iranian food industry. Seyyedamiri Nader, Karimi Asef, Khosravi Sleme sadat, Ghamkhare Nakhjiri Sareh (2020)., Journal of Foodservice Business Research, 24(2020), 1-27.  - Evidence for Acceptance of Ride-Hailing Services in Iran. Akbari Morteza, Seyyedamiri Nader, Angel-Zuniga Miguel, Padash Zive Hamid, Shakiba Hodjat (2020)., TRANSPORTATION RESEARCH RECORD, 2674(11), 036119812094222.  - How corporate social responsibility contributes to strengthening brand loyalty, hotel positioning and intention to revisit?. Akbari Morteza, Nazarian Alireza, Foroudi Pantea, Seyyedamiri Nader, Ezatabadipoor Elham (2020)., Current Issues in Tourism, 23(17), 1-21.  - Identification of the Effective E-Promotional Tools on Improving Destination Brand Image. Seyyedamiri Nader, Khosravani Alal (2020)., Journal of Global Information Management, 28(3), 169-183.  - شناسایی تاثیر بازاریابی کلامی الکترونیک در شبکه های اجتماعی بر خلق ارزش مشترک- مطالعه صنعت استارتاپ های گردشگری. رضوانی مهران, سید امیری نادر, میرزایی بهنام (1399)., پژوهشنامه مدیریت اجرایی دانشگاه مازندران با همکاری انجمن مدیریت ایران, 15(23), 212-238.  - Integrated Marketing Communication in B2B2C Area. Nankali Alireza, palazzo maria, [] [], Foroudi Pantea, Seyyedamiri Nader, Ebrahim Bay Salami Gholam Heydar (2020)., Emerald Publication, 1(1), 79-120.  - ایجاد تصویر برند: بررسی نقش تجربه کاربران اینستاگرام بر تصویر برند پلتفورم‌های اقتصاد اشتراکی. ازنب الهام, سید امیری نادر, عظامی الهه, رنجبران علیرضا (1399)., فصلنامه مدیریت برند, 7(21), 83-126.  - Improving employees’ performance through internal marketing and organizational learning: Mediating role of organizational innovation in an emerging market. Imani Saheb, Foroudi Pantea, Seyyedamiri Nader, Dehghani Niloofar (2020)., Cogent Business & Management, 7(1).  - نقش محرّک قیمت و حضور مدل در تصمیم خرید مشتریان پوشاک بانوان در خرده فروشیهایی برخط. ساکی مهدی, سید امیری نادر, خاوری فرزانه (1398)., تحقیقات بازاریابی نوین, 9(34), 143-157.  - تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر وفاداری مشتری و جایگاه برند: نقش میانجی ارزش مشتری. اکبری مرتضی, مهرعلی مریم, سید امیری نادر, دانش مژگان, رمضانپور نرگسی قاسم (1398)., گردشگری و توسعه, 8(4).  - طراحی الگوی اکوسیستم کارآفرینی کسب و کارهای نوپای حوزه IT (مورد مطالعه: خراسان جنوبی). فلاح محبوبه, امیری مجتبی, حاجی حیدری نسترن, سید امیری نادر, اسفیدانی محمدرحیم (1398)., مجله پژوهش های مدیریت عمومی- دانشگاه سیستان و بلوچستان, 12(45).  - شناسایی عوامل نهادی مؤثر بر بهره برداری از فرصتهای کارآفرینانه گردشگری سلامت در ایران(مورد مطالعه: استان تهران). سخدری کمال, سید امیری نادر, رجائیان علیرضا, سخدری جواد (1398)., دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری, 7(13), 81-100.  - Social Content Marketing, Social Media and Product Development Process Effectiveness in High-Tech Companies. Seyyedamiri Nader, Tajrobehkar Ladan (2019)., International Journal of Emerging Markets, 14(4).  - ارائه چارچوبی برای شناسایی و تجاری سازی فرصت های کارآفرینی در صنعت گردشگری تندرستی. حسنقلی پوریاسوری طهمورث, سید امیری نادر, رحمانی زهرا (1398)., گردشگری و توسعه, 8(2), 1-22.  - Corporate social responsibility, customer loyalty and brand positioning. Akbari Morteza, Mehrali Maryam, Seyyedamiri Nader, Rezaee Niloofar, Pourjam Afsaneh (2019)., Social Responsibility Journal, 16(5), 671-689.  - برندکارفرما؛ راهبردی نوین در جذب نیروهای خلاق. تداعی معانی، تصویر سازمان و تناسب شخص-سازمان در نقش میانجی. باباشاهی جبار, حمیدی زاده علی, محمدنژاد فدردی منصوره, سید امیری نادر (1397)., اندیشه مدیریت راهبردی, 1(23), 222-203.  - The effect of entrepreneurial marketing on halal food SMEs performance. Hendijani Fard Morteza, Seyyedamiri Nader (2018)., Journal of Islamic Marketing, 9(3), 598-620.  - Islamic and Middle Eastern Finance and Management Mediating effect of intrinsic motivation on the relationship between Islamic work ethic, job satisfaction, and organizational commitment in banking sector. Gheitani Alborz, Imani Saheb, Seyyedamiri Nader, Foroudi Pantea (2018)., International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 11(3), 27.  - نقش بازارگرایی داخلی در توسعه گرایش کارآفرینانه؛ شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنت در تهران. اخلاصی امیر, سید امیری نادر, هندیجانی فرد مرتضی (1397)., تحقیقات بازاریابی نوین, 8(28), -.  - ارائه مدل سرمایه گذاری خطرپذیر استراتژیک برند برای شرکت های سرمایه گذار خطرپذیر فعال درحوزه تجارت الکترونیک (براساس تئوری مبتنی بر داده ها). اخلاصی امیر, انصاری چهارسوقی مرضیه, سید امیری نادر (1397)., پژوهش نامه بازرگانی, 1397(86), 1-25.  - Information technology directors’ efforts on innovation, integrated marketing communications and brand equity. Seyyedamiri Nader, G G, Nankali Alireza, Foroudi Pantea (2017)., Bottom Line, 30(4), 297-309.  - Why Leadership Style Matters: A Closer Look At Transformational Leadership And Internal Marketing. Akbari Morteza, Seyyedamiri Nader, Imani Saheb, Rezaee Niloofar, Foroudi Pantea (2017)., Bottom Line, 30(4).  - Leader-member exchange and organizational citizenship behavior in hospitality industry: a study on effect of gender. Estiri Mehrdad, Seyyedamiri Nader, Khajeheian Datis, رایج حمزه (2017)., Eurasian Business Review, 8(3).  - تأثیر شایستگی تجاری‌سازی فناوری بر مزیت رقابتی: نقش تعدیلگر متغیر بازارگرایی. سید امیری نادر, هندیجانی فرد مرتضی (1396)., تحقیقات بازاریابی نوین, 7 بهار 96(5), 1-20.  - ارتقاء عملکرد نوآورانه کسب و کار. یزدانی حمیدرضا, سید امیری نادر, کاملی علیرضا (1395)., پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی, 6(4), 189-210.  - Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage. Seyyedamiri Nader, Shirkound Saeid, Chalak Mahjabin, Rezaee Niloofar (2017)., AD-minister, january-june(30), 173-194.  - Women entrepreneurship: effect of social capital, innovation and market knowledge. Dastourian Banafsheh, Kawamorita Hiroko, Seyyedamiri Nader, Moradi Somayeh (2017)., AD-minister, january-june(30), 115-130.  - Airline Sustainability Modeling: A New Framework with Application of Bayesian Structural Equation Modeling. Salarzadeh Jenatabadi Hashem, Babashamsi Peyman, Khajeheian Datis, Seyyedamiri Nader (2016)., sustainability, 8(1204), 1204.  - واکاوی عوامل مؤثر بر شکل گیری رفتار نوآوری پنهان در سازمان های منتخب. سخدری کمال, جلالی بیداخویدی عرفان, سید امیری نادر (1395)., فصلنامه مدیریت توسعه فناوری, 2(4), 31-50.  - تأثیر تصویر کشور مبدأ و تلاش های بازاریابی در ارزش ویژه خرده فروشی برند. کاملی علیرضا, یزدانی حمیدرضا, سید امیری نادر (1394)., چشم انداز مدیریت بازرگانی, 24(24), 79-96.  - بررسی تأثیر سرمایة اجتماعی بر کارآفرینی زنان در شهر ایلام با توجه به نقش میانجی نوآوری. سید امیری نادر, کاملی علیرضا, مرادی سمیه, واشقانی فراهانی هادی (1394)., مدیریت سرمایه اجتماعی, 2(3), 415-434.**   * کنفرانس ها   **- An Empirical Investigation of Antecedents and Consequences of Destination Brand Hate: A Latent Dirichlet Allocation Approach. Zaeri Ehsan, Seyyedamiri Nader, Vatankhah Sanaz, Hamedanian Pour Ali (2022)., Managing Tourism Across Continents 22, 24-27 March, Antalya, Turky.  - brand love and brand loyalty: a review article. Seyyedamiri Nader, Ghamkhar Sareh (2021)., The International Business Conference part of Management and Business Academy: Online 2021, 21-22 May, London, ENGLAND.  - Understanding the impact of user-generated-content motives on intention to use sharing economy: the moderating role of coronavirus perceived risk. Seyyedamiri Nader, Ezami Elahe, [] [] (2021)., International Business Conference, 12-14 February, London, ENGLAND.  - بازارشناسی و بازاریابی در مختصات کرونایی. سید امیری نادر (1399)., بازارشناسی و بازاریابی در مختصات کرونایی, 3-3 فروردین, تهران, ایران.  - چشم انداز پساکرونایی فضای کسب وکار ایران. سید امیری نادر (1399)., چشم انداز پساکرونایی فضای کسب وکار ایران, 12-12 fa-month-0, تهران, ایران.  - A Framework for Coopetition Strategy in Innovative Technology Startups. Seyyedamiri Nader (2019)., The 2th International Conference of Research in Innovation and Technology, 10 March, Tehran, Iran.  - The effect of individual characteristics of ad creators in creation of creative advertising for tourism industry. Seyyedamiri Nader (2019)., The 2th International Conference of Research in Innovation and Technology, 10 March, Tehran, Iran.  - From Internal Marketing Capabilities to Business Performance in B2B Context. Seyyedamiri Nader, Foroudi Pantea (2018)., Inaugural Industrial Marketing Management Summit, 24-26 January, Copenhagen, Denmark.  - Business Model Innovation in ICT. Seyyedamiri Nader (2017)., JOINT CTTE AND CMI CONFERENCE 2017: INTERNET OF THINGS – BUSINESS MODELS, USERS, AND NETWORKS, 23-24 November, Denmark.  - Car Sales Forecasting Using Artificial Neural Networks and Analytical Hierarchy Process Case Study: Kia and Hyundai Corporations in the USA. Shahrabi Farahani Danial, Momeni Mansour, Seyyedamiri Nader (2016)., The Fifth International Conference on Data Analytics, 9-13 October, Venice, Italy.  - بررسی تاثیر خودآوری بر کارآفرینی زنان در شهر ایلام با توجه به نقش میانجی نوآوری. سید امیری نادر, مرادی سمیه, واشقانی فراهانی هادی, نوریان سعید (1395)., کنفرانس ملی مدیریت، بازاریابی و کارآفرینی, 8-8 فروردین, تهران, ایران.  - Entrepreneurial marketing in emergence economies(Case of Iran). Seyyedamiri Nader, Tadayoni Reza, Asadi damavandi Azade, Rezaee Niloofar (2015)., CMI Public Seminar, 9-17 December, Copenhagen, Denmark.**   * کتب   **- Technological Adoption and Digital Business Strategy in the Time of the Crisis. Oboudi Mostafa, Momayez Ayatolah, Seyyedamiri Nader, Akbari Morteza (2022).  - Book Chapter: Brand Co-innovation in the Sharing Economy: A Conceptual Framework from Insight to Performance-Based Value Co-creation and Customer Engagement, Handbook of Multi-Stakeholder Communication. Nankali Alireza, Seyyedamiri Nader, Hasangholi Pouryasouri Tahmours, Foroudi Pantea, Khajeheian Datis, Dekamini Fatemeh (2022).  - beyond multi-channel marketing. Nankali Alireza, Palazzo Maria, [] [], Foroudi Pantea, Seyyedamiri Nader, Ebrahim Bay Salami Gholam Heydar (2020).  - contemporary issues in branding. Imani Saheb, Dehghani Niloofar, Seyyedamiri Nader (2020).  - Spiritual Intelligence and Social Entrepreneurial Intentions Among Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Passion. Hendijani Fard Morteza, Seyyedamiri Nader, Oboudi Mostafa, Ramezani Saeed (2018).  - effect of Organizational Climate and Structure on Innovation Performance. Seyyedamiri Nader, Yazdani Hamidreza, Kameli Alireza (2017).  - راه اندازی کسب و کار در ایران. سید امیری نادر, هندیجانی فرد مرتضی (1394).  - توسعه تبلیغات با رویکرد تحقیقات کیفی بازار. سید امیری نادر, رضای تبریزی منفرد پرستو (1394).  - بابازاریابی کارآفرینانه: درآمدی بر بازاریابی در شرکت های کوچک و متوسط. سید امیری نادر, مشایخی طناز (1393).**   * مجلات |

|  |  |
| --- | --- |
| **پایان نامه ها و رساله ها** | **- شناسایی تاثیر اثرسازی و علیت بر عملکرد بازاریابی با تعدیگری قابلیت های پویای بازاریابی (مورد مطالعه: کسب وکارهای مبتنی بر اپلیکیشن موبایلی)، ارمین عبدالمحمدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/8/28   - تبیین چارچوب مفهومی بازاریابی کارآفرینانه در شرایط فشار زمانی مبتنی بر رویکرد بداهه‌پردازی کارآفرینانه در کسب‌وکارهای پلتفرمی دیجیتال، سروناز ابراهیمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/8/28   - شناسایی قابلیت‌های بازاریابی دیجیتالی موثر بر کاهش محدودیتهای خارج از شبکه بودن کسب‌وکارها برای ورود به بازارهای بین‌المللی (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان)، مهدی زارع، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/6/29   - شناسایی مولفه های اثرگذار بر توسعه اکوسیستم کارآفرینی دیجیتال در حوزه کسب وکارهای موبایلی خدمات سلامت، ناهید مرادی امراله، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/6/29   - شناسایی تاثیر تعاملات فرا اجتماعی کاربران شبکه های اجتماعی بر بین المللی سازی کسب و کارهای استارت آپی، مورد مطالعه پلتفرم های ایران، حسن اردستانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/6/28   - طراحی مدل درگیرسازی مشتریان سازمانی در کسب و کارهای استارت آپی الکترونیکی، رضا عباسی مبارک آبادی، نادر سید امیری، دکتری، 1402/6/27   - شناسایی تاثیر رفتار مشارکتی و شهروندی مشتریان دیجیتال استارتاپ‌های سفارش غذا بر ارزش پیشنهادی ادراک شده با نقش میانجی رضایت مشتریان و اعتماد.، سارا کریمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/6/27   - شناسایی تأثیر ابعاد محتوای عاطفی و کارکردی تولیدشده مشتریان آنلاین بر عملکرد ارزش پیشنهادی ادراک شده (مطالعه موردی: صنایع خلاق \_ بازی‌های رایانه‌ای)، نرگس صرامی فروشانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/6/26   - طراحی مدل فرایندی بقای استارت‌آپ‌های فناوری محور، محمدسجاد شکوهی بیدهندی، نادر سید امیری، دکتری، 1402/4/27   - ارزیابی بکارگیری نقش هوش مصنوعی در ارتقا کارافرینی سازمانی (مطالعه موردی، سیستم بانکی)، پژمان رازبان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/4/11   - ارائه چارچوب روابط فرااجتماعی تاثیرگذاران اینستاگرامی با محوریت قابلیت¬های پویای بازاریابی، محبوبه بهمن میرزا، نادر سید امیری، دکتری، 1402/2/13   - تاثیر مولفه های داستانسرایی دیجیتال بر آگاهی از برند با نقش میانجی محتوای تولیدشده توسط کاربران و طراحی بسته بندی خلاقانه (موردکاوی: استارتآپ بطری بازار)، رامین عسکری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1402/10/24   - بررسی تأثیر بکارگیری بازاریابی مبتنی بر محتوا بر گرایش کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی محتوا کاربرساز در شبکه های اجتماعی، امین محمدابراهیم، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/8/10   - شناسایی تاثیر ابعاد درگیری با برند توسط مشتریان آنلاین بر عملکرد هم‌نوآوری در خلق ایده خدمت جدید در کسب و کارهای اقتصاد اشتراکی (مورد مطالعه: اسنپ). ، سارا فلاحیان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/6/30   - شناسایی تاثیر احساسات منفی در میزان کاهش تخریب ارزش مشترک برند در بستر شبکه های اجتماعی (گردشگران غذایی داخلی)، الهام قنبری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/4/26   - طراحی مدل مفهومی تاثیر رویکرد داده‌باز بر شاخص‌های توسعه کسب و کارهای نوپای دیجیتال، محبوبه نصیر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/12/22   - شناسایی تاثیر ابعاد تجربه مشتریان بر مولفه‌های ارزش پیشنهادی ادراک شده در کسب‌ و کارهای اقتصاد اشتراکی با نقش میانجی پرستیژ برند، دانیال مصباحی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/12/21   - محرک های نفرت از برند و گسترش آن در بین مشتریان پلتفرم های استارتاپی موبایلی، امیر بزرگی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/11/30   - شناسایی تاثیر مولفه های تجربه قیمتی مشتری بر درگیری ذهنی مشتریان برند خودروهای چینی در فروش آنلاین، سید معین الدین مدنی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/11/30   - تبیین مدل هم نوآوری برند در اقتصاد اشتراکی بر پایه درگیرسازی مشتریان و هم آفرینی ارزش در کسب و کارهای نوپا، علیرضا نانکلی، نادر سید امیری، دکتری، 1401/11/26   - شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر رضایت مشتریان سرویس های سفارش آنلاین غذا در دوران اپیدمی کرونا (مطالعه موردی اسنپ فود )، مصطفی قمشی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/11/25   - تاثیر نوآوری ادراک شده مشتری بر هم‌آفرینی ارزش مشتری از طریق میانجی‌گری درگیرسازی مشتری، ارزش ادراک شده مشتری و تجربه مشتری (مطالعه موردی پلت‌فرم‌های VOD)، الهه گیتی روان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/11/23   - شناسایی عوامل یادگیری نوآوری در صنعت پوشاک ایرانی ـ اسلامی، میترا قاصد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1401/10/12   - بررسی تاثیر نظرات، محتوای تولید شده، بر مزیت رقابتی بر درگیری در برند در کسب و کارهای کوچک اینستاگرام، سمیه داداش زاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/9/22   - بررسی عوامل عشق به نام تجاری مقاصد گردشگری در ایران و ترکیه بر اساس محتوای تولید شده گردشگران با رویکرد متن کاوی، احسان زائری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/8/5   - بررسی تاثیر هم آفرینی مشتری بر ایده سازی نوآورانه در فرآیند توسعه محصول جدید، احمد صارمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/8/12   - بررسی تاثیر ابعاد گیمیفیکیشن بر درگیری مشتریان با فعالیت های مسئولیت اجتماعی و تجربه مشتری و تاثیر آن بر ارزش ویژه برند، ستاره علی بخشی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/7/14   - بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی و نوآوری فناورانه بر عملکرد کسب و کارهای تجارت الکترونیک خرده فروشی ایران، امیررضا افروزی خسروشاهی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/7/14   - بررسی ااثر قالب تخفیف بر طرفداری از برند در اپلیکیشن‌های خرید آنلاین( مطالعه موردی اپلیکیشن خرید دیجی کالا)، مهرشاد نظری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/7/11   - شناسایی میزان تاثیر بازاریابی مبتنی بر بازی بر درگیری و نگرش مشتری نسبت به برند، مصطفی واحدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/4/9   - بررسی میزان تأثیر تبلیغات دیجیتال در شبکه های اجتماعی بر قصد خرید کاربران شبکه های اجتماعی مورد مطالعه: شرکت های تبلیغاتی و تولید محتوا در شهر تهران، امیرعلی شیخوند، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/12/14   - طراحی مدل کسب و کار نوآورانه مبتنی بر اقتصاد اشتراکی برای اقامتگاه سالمندان، سکینه مفخمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/11/4   - شناسایی مولفه های اثربخشی تبلیغات غیرمستقیم با کمک گیمیفیکیشن در کسب و کارهای جدید و نوپا، مهدیار قاسمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/11/27   - بررسی تاثیر همآفرینی ارزش و هوبت مکان بر عشق گردشگران به مقاصد گردشگری با نقش میانجی تصویر برند؛ مطالعه مقاصد گردشگری شهر شیراز، الهام عزت آبادی پور، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/10/30   - طراحی مدل کسب و کار سرای غذاهای تاریخی ایران در استان مازندران با تاکید بر ارزش پیشنهادی و مشتریان، یاسمین ملایی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1400/10/12   - مکان یابی کسب و کار خوراک و غذا استفاده از روش های تحلیلی بازاریابی مکان محور، سحر شیروانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/8/6   - سنجش اثرگذاری تبلیغات در بر توجه و قصد خرید مصرف کننده در سایت دیجی کالا با روش ردیابی چشم، فرزانه خاوری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/7/30   - بررسی تاثیر نگرش ورزشی بر توجه بصری ، قصد خرید و هیجانات در هنگام خرید با روش ردیابی چشم، مهدی ساکی فر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/7/30   - شناسایی مولفه های موثر بازاریابی اینفلوئنسری بر انگیزه مشارکت مشتریان در هم آفرینی برند در کسب و کارهای نوپا، کتایون یزدانفر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/7/29   - شناسایی مولفه های رفتار پساسازگاری موثر بر رضایت مشتریان در کسب و کارهای ارائه دهنده خدمات دیجیتال (مطالعه موردی شرکت شاتل)، یگانه سادات حسینی سرشگی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/7/27   - شناسایی عوامل موثر بر وفاداری و عدم وفاداری گردشگران در اقامت های بوم گردی با استفاده از متن کاوی، محمدجواد شبانکاره، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/7/12   - شناسایی استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال در کسب‌وکارهای خانگی(مطالعه صنایع‌دستی خانگی مستقر در قم)، سمیه سادات هاشمی نژاد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/12/9   - شناسائی مولفه های اثرگذار بر بازاریابی دیجیتال در فروش داخلی و صادرات میگوی پرورشی، محمد پولادی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/12/3   - شناسایی تأثیر بازاریابی چند حسی بر ادراک مصرف کنندگان از محصولات در فضای خرده فروشی، معین عبدالمحمدسقا، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/12/10   - شناسایی عوامل موثر بررضایت و عدم رضایت گردشگران در مکان های گردشگری جدید با استفاده از متن کاوی، علیرضا رنجبران، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/11/15   - تأثیر بازاریابی چند حسی بر اثر بخشی تبلیغات با میانجی گری نگرش به تبلیغ (مورد مطالعه : صنعت خرده فروشی های انلاین )، عادل قائدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1399/10/21   - شناسایی عوامل کلیدی موثر بر موفقیت تامین مالی جمعی ، محمدحسین قمری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/7/8   - شناسایی مشتریان بالقوه کسب و کارها با استفاده از ارزیابی مولفه های تاثیرگذار فعالیت کاربران بر روی شبکه های اجتمیاعی ( مطالعه موردی اینستاگرام ) ، آراد مختاری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/7/7   - تاثیر فعالیتهای بازاریابی دیجیتال بر عملکرد کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات(تحلیل مقایسه ای ایران و کانادا)، سعید علی جانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/7/10   - شناسایی عوامل موثر ناشی از ریشه های محلی در بین المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی، مینا رضایی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/7/10   - شناسایی و تاثیر مولفه های مدیریت قیمت گذاری بر قابلیت پویا در کسب و کارهای دیجیتال (مورد مطالعه :خرده فروشی های آنلاین)، مجید صدری منش، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/6/27   - شناسایی تاثیر بازاریابی کلامی الکترونیک در شبکه های اجتماعی بر خلق ارزش مشترک مطالعه صنعت استارتاپهای گردشگری، بهنام میرزایی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/6/27   - بررسی عوامل موثر بر خلق ارزش مشترک توسط استار تاپ ها در بستر اقتصاد اشتراکی، سمیرا رکنی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/6/26   - بررسی اثر درگیری مشتری بر ارائه دیدگاه در بازار آنلاین، مهسا گودرزی علی اکبری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/4/18   - شناسایی تاثیر بکارگیری گیمیفیکشن بر درگیری مشتریان بانکداری الکترونیکی مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه تهران، حمید براتی جوزان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/3/19   - شناسایی موانع نهادی توسعه کارآفرینی در صنعت پرداخت الکترونیکی ، سالار گران سرشت، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/2/8   - شناسایی هم آفرینی کاربران بر ایجاد نوآوری گردشگری در ایران (مورد مطالعه : متن کاوی پایگاه تریپ ادوایزر)، نعیمه صالحی دولابی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/12/24   - بررسی تأثیر قابلیت های بازاریابی رسانه های اجتماعی بر توسعه محصول جدید کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت فناوری اطلاعات، امین شالی کاران، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/12/19   - بررسی تاثیر شخصیت برند بر تبلیغات دهان به دهان الکترونیک و گرایش استفاده از برند با نقش میانجی وفاداری الکترونیک ، رضایت الکترونیک و اعتماد الکترونیک ، امیرحسین حسن نژاد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/30   - ارائه الگوی اکوسیستم منطقه های استقرار موفقیت آمیز کسب و کارهای اینترنتی با تأکید بر افزایش احتمال شکل گیری، محبوبه فلاح، نادر سید امیری، دکتری، 1398/11/29   - شناسایی آمیخته رسانه ای درجهت جلب توجه گردشگران چینی برای ورودبه ایران(موردمطالعه شرکت خدمات گردشگری نیهاپرشیا)، مهدی حاجی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - شناسایی مولفه های نوآوری مدل کسب و کار با رویکرد اقتصاد اشتراکی در حوزه کارآفرینی زنان، شیوا کوشکی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - بررسی نقش همبستگی احساسی ایرانیان نسبت به گردشگران خارجی در حمایت از توسعه کارآفرینی گردشگری در ایران، الناز طالبی کلخوران، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/29   - بررسی عوامل تعیین کننده گرایش رفتاری و رفتار استفاده مصرف کننده در پذیرش و استفاده از اپلیکیشن های خرید، نرگس صادقیلر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/28   - تأثیر عوامل روانشناختی مصرف کننده موبایل بر قصد خرید، محمد بیطرفان قمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/27   - نوآوری سازمانی در مدیریت بحران مبتنی بر سیستم های IT، نگین حمیدپور، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/11/16   - اجرای کمپین های دیجیتال با رویکرد CPA، محمد شکوری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1398/10/30   - شناسایی تاثیر بازاریابی محتوا از طریق رسانه های اجتماعی بر روی ابعاد ارزش ویژه برند ( با تاکید بر محتوی تولید شده ) ، محمدصادق اسلمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/7/9   - طراحی مدل کسب و کار شرکت ارائه دهنده خدمات گردشگری و رفاهی به باشگاه مشتریان بانک ها ( با تاکید بر دو بلوک ارزش پیشنهادی و بخش های مشتریان )، آنیتا شاه پوری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/7/8   - تاثیر بازارگرایی داخلی بر تایید برند، میثم اشعریین، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/7/8   - ارائه الگوی آمیخته بازاریابی با رویکرد خلق ارزش مشترک مطالعه موردی کسب و کارهای سرویس گرا در صنعت فناوری اطلاعات ، علیرضا عموزاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/7/7   - بررسی اثر بخشی عوامل رسانه ای ، محتوایی و زمانی بر مشهور کردن محتوای بارگذاری شده در رسانه ی اجتماعی اینستاگرام توسط برندها در صفحه ی طرفداران برند، علیرضا کفیلی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/7/3   - ارائه چارچوبی برای شناسایی فرصت های کارآفرینی درصنعت گردشگری تندرستی درجمهوری اسلامی ایران، زهرا رحمانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/31   - تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد ، سنجش نقش میانجی تمایل به یادگیری و نقش تعدیل گر رفتار رهبری تحول گرا مورد مطالعه شرکت های کوچک و متوسط مبتنی بر فناوری اطلاعات سطح تهران ، جواد هنرورترشیزی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/25   - ارائه چارچوبی برای توسعه کسب و کارهای خانوادگی با بهره گیری از رویکرد قابلیتهای پویا، مریم رفیعی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - طراحی فرآیند نوآوری مدل های کسب و کار برای کسب و کار الکترونیک مطالعه موردی(خرده فروشی های آنلاین)، امیرعلی حمدی آذر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - شناسایی ابعاد هوشیاری کارآفرینی اثر گذار در تشخیص فرصت های کار افرینی (مطالعه موردی شرکت بیمه تجارت)، کیمیا خلیلی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - تدوین برنامه استراتژیک بازاریابی کارآفرینانه سایت گردشگری(مورد مطالعه سایت گردشگری ایرانی علی بابا)، کیمیا بیدارفکر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/6/21   - بررسی تاثیر تبلیغات کلامی الکترونیک بر قصد خرید مشتریان / کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی ( مورد مطالعه در شبکه اجتماعی اینستاگرامو تلگرام ) ، محمدحسین باقری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/4/3   - شناسایی عوامل موثر عشق به برند بر وفاداری به برند مصرف کنندگان شرکت های کوچک و متوسط ( مطالعه موردی اسنپ)، ، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/4/24   - شناسایی عوامل موثر عشق به برند بر وفاداری برند مصرف کنندگان شرکت های کوچک و متوسط ( مطالعه موردی اسنپ)، رضا مروی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/4/24   - شناسایی ریسک های ادارک شده مصرف کنندگان پیش از خرید محصولات غذایی تولیده شده در کسب و کار، احسان فرج اله حسینی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/4/23   - شناسایی ویژگی های موثربرجذب گردشگراروپایی ورودی به ایران درکسب وکاروکارهای الکترونیکی گردشگری، ایمان الـله دادی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/30   - تاثی گیمیفیکیشن فعالیت های شغلی بر شاخص های رفتار سازمانی استارتاپ های مبتنی بر فناوری اطلاعات ، سعیده فدوی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/30   - شناسایی مولفه های موثر بر قیمت گذاری پویای محصولات / خدمات شرکت های فعال در صنعت اینترنت اشیا ، حسین خداداده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/28   - بررسی تاثیر به کارگیری بازی انگاری بر برند سازی کسب و کارهای خدمت محور ، فرین یونسی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/27   - مفهوم پردازی بکارگیری رسانه اجتماعی و تاثیر آن بر گرایش کارآفرینانه (مورد مطالعه: کسب و کارهای حوزه فناوری اطلاعات)، ازاده کرباسی زاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/23   - بررسی اثرهم آفرینی ارزش برمیزان رضایتمندی گردشگران ورودی شرکت کننده درتورهای غذای ایران، سعیده سلطانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/15   - توسعه چارچوب بازاریابی استراتژیک رسانه های اجتماعی برای شرکت های چند ملیتی، ژینوس حجازی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/11/14   - شناسایی واولویت بندی عوامل موثربرویروسی شدن پیامهای تبلیغاتی موسسات گردشگری استان البرزدرشبکه های اجتماعی(اینستاگرام وتلگرام)، مریم احمدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1397/10/4   - شناسایی و طبقه بندی انواع نوآوری در گردشگری موردمطالعه: شهرک توریستی نمک آبرود، سمن ناز گلچوبیان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/7/11   - بررسی تأثیر بازاریابی محتوا بر اثربخشی فرایند توسعه محصول شرکت های فناورانه (حوزه فناوری اطلاعات شهر تهران)، لادن تجربه کار، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/7/11   - بررسی مولفه های تشکیل دهنده قیمت گذاری لذت جویانه در رضایت مشتریان در صنعت مد و پوشاک مانتوهای لوکس زنانه، زهرا جانبازفوتمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/6/29   - بررسی تأثیر هوشمندی کارآفرینانه بر اثربخشی استراتژی توسعه بازار با هدف کسب مزیت رقابتی در خرده فروشی های آنلاین، احسان اسماعیل زاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/6/26   - بررسی تاثیرادراکات گردشگران برقصدرفتاری گردشگران (مطالعه ی موردی گردشگران بین المللی تهران)، حسین رفیعی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/5/9   - طراحی مدل مفهومی سرمایه گذاری خطرپذیر استراتژیک برند مورد مطالعه: شرکت های سرمایه گذار خطرپذیر فعال در حوزه تجارت الکترونیک، مرضیه انصاری چهارسوقی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/5/8   - بررسی تأثیر درک بازاریابی کارآفرینانه بر بکارگیری تبلیغات کلامی توسط مصرف کنندگان کسب و کارهای خدماتی آنلاین (مطالعه مصرف کنندگان اپلیکیشن اسنپ) ، عرفان محمدی عزیزآبادی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/3/2   - نقش شبکه در متناسب سازی ارزش پیشنهادی و ارزش مورد انتظار مشتری در تاکسی انلاین، زهرا خدادادی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/30   - شناسایی عوامل موثر بر توسعه ی قدرت برند در خدمت مشتریان - مطالعه موردی کرمان خودرو ، آصف شفیعی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/30   - ارزیابی فرصتهای کارآفرینانه در بازاریابی محصولات صنعت گیاهان دارویی، حانیه سادات حسینی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/30   - شناسایی و تاثیر مولفه های تعامل و جذابیت در رسانه های اجتماعی بر مبادرت مصرف کنندگان ( مطالعه یکی از برندهای ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام )، مجید محمدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/30   - تاثیر نوآوری محصول ب تصمیم خرید با میانجی گری برند سازی مورد مطالعه (شرکت های نو پا ی خدمات ارزش افزوده ارتباطات )، رضا راهنما، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/30   - شناسایی و ارزیابی شاخصی های اثر بخشی کانالهای ارتباطی بازار دیجیتال در ایران، منیژه ایزدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/29   - شناسایی مولفه های اثر بخش بودن بازاریابی موبایلی با رویکرد گیمیفیکیشن، مهشاد اینانلو، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/29   - تدوین چارچوب استراتژی هم رقابتی جهت کسب مزیت رقابتی در کسب و کارهای فناور نوپا، محمد ولیابیدگلی، نادر سید امیری، دکتری، 1396/11/29   - بررسی عوامل موثر بر رضایت و وفاداری مشتریان در کسب اطلاعات مرتبط با محصولات یا خدمات در سامانه های نقد و بررسی، میثم بهربر، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/11/1   - شناسایی فرصتهای کارآفرینی در فضای رایانش ابری ، پروین پرچمی همپا، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1396/10/11   - بررسی ارتباط بین متغیرهای رفتار خرید آنلاین در بازار خرده فروشی دیجیتال ایران در شرکت دیجی کالا:پیمایشی در دانشگاه تهران، محمدکاظم نژاددهباشی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/7   - بررسی تاثیر تبلیغات خلاق در عملکرد کسب و کارهای(کوچک و متوسط) کارآفرین حوزه صنایع غذایی، سلیمه السادات خسروی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/7   - بررسی میزان تأثیر تبلیغات ویروسی در شبکه های اجتماعی بر قصد خرید کاربران اپلیکیشن های آموزشی موبایلی، آزاده اسدی دماوندی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/4   - طراحی مدل گیمیفیکیشن برای کسب و کارهای نوپای آنلاین، طناز مشایخی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/3   - بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان به برند در حوزه بیمه بدنه اتومبیل و مقایسه بین میزان وفاداری مشتریان در برندهای بیمه دولتی و خصوص، احسان زورمند، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/13   - شناسایی عوامل نهادی موثر بر بهره برداری از فرصت های کارآفرینانه گردشگری سلامت مطالعه موردی استان تهران، علیرضا رجاییان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/13   - شناسایی تأثیر بازارگرایی داخلی بر گرایش کارآفرینانه در شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنت در تهران، مرتضی هندیجانی فرد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/13   - تأثیر عوامل مؤثر بر خرید و عدم خرید محصولات الکترونیکی در فروشگاه‌های الکترونیکی شهر تهران، پگاه سادات میررضایی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/12   - بررسی اثرات تجارب بازیابی تعطیلات بر رضایت زندگی گردشگران (نمونه موردی: گردشگران ساکن مشهد به مقصد دبی)، نادیا قندی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/12   - شناسایی تاثیر مولفه¬های بازاریابی محتوا در شبکه¬های اجتماعی بر نگرش مصرف کننده به قصد خرید، آذرنوش ضیایی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/11   - بررسی تأثیر ابزارهای ارتباطی بازاریابی آن لاین در جذب بازدید کننده از سایت های b2c مطالعه مورد: دیجی کالا، علی اصغر ابراهیمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/7/10   - بررسی عوامل نگرشی موثر بر اقدام خرید اینترنتی پوشاک در شهر تهران، مهرداد شیرازی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/31   - بررسی عوامل موثر بر ارزیابی مصرف کنندگان از توسعه برند و قصد خرید کالای جدید(مطالعه موردی: برند محصولات غذایی اتکا «جوانه»)، سعید طارمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/29   - شناسایی عوامل مؤثر بر تجاری‌سازی ایده‌های محصولات جدید در راستای کسب مزیت رقابتی با رویکرد بازارگرایی، مورد مطالعاتی: صنعت نرم‌افزار (شرکت همکاران سیستم)، سمیرا مهاجری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/29   - بررسی عوامل موثر بر جذابیت برند کارفرما و تاثیر آن بر جذب نیروهای نوآور در صنعت بیمه (مطالعه موردی شرکت بیمه ایران )، فاطمه ولی زادگان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/28   - تأثیر شبکه های اجتماعی بر احساسات، کیفیت ارتباط برند و دانش برند (مطالعه موردی: هتل های تهران)، بنفشه السادات نصیحت کن، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/28   - بررسی تاثیر عکس های گرفته شده توسط گردشگران بر طرز فکر گردشگران بالقوه خارجی، پریسا سعادت آبادی نسب، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/27   - تاثیر عشق به برند،شخصیت برند، و تصویر برند بر روی تبلیغات دهان به دهان در حوزه محصولات مد و برند در مصرف کنندگان جوان تهرانی، محسن رهبرنیا، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/23   - بررسی مولفه های تعامل مشتری با برند و تاثیرات آن بر وفاداری با نقش متغیر تعدیلگر درگیری رده ی محصول، سمانه اورعی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/6/23   - تاثیر بلوغ صنعت در زنجیره ارزش کسب و کارهای الکترونیک، سیدآرمین عقیلی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - بررسی نوآوری پنهان و تاثیر آن بر استراتژی های کارآفرینی سازمانی در صنعت IT، زیبا گلشن، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - بررسی روابط میان مولفه های رایانش ابری در زنجیره تامین صنعت خودرو (مطالعه: ایران خودرو)، ندا محسنی افشار، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - تدوین استراتژی بازاریابی شرکت هفت سنگ (ارائه دهنده خدمات ارزش افزوده تلفن همراه)، سیده گلسا سیدمصطفوی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - شناسایی تاثیر ابعاد گرایش کارآفرینانه در برند سازیb 2b ها در صنایع غذایی (مطالعه موردی: شرکت بدر)، نسا عبدالهی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - بررسی تاثیر ارزش تجربی بازهای الکترونیکی بر ابعاد برند (مطالعه نوشیدنی های سلامتی)، افشین تنوری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/28   - شناسایی مولفه های شخصیتی خلق کنندگان آثارتبلیغاتی درتولیدتبلیغات خلاق درصنعت گردشگری(مطالعه موردی آژانس های تبلیغات گردشگری تهران)، نیلوفر رضائی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/25   - بررسی تاثیرابزارهای ترفیعی الکترونیکی برارتقای تصویربرندمقصد(مطالعه ی موردی گردشگران بین المللی شهرتهران)، آلاء خسروانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/25   - شناسایی عوامل موثردربکارگیری بازاریابی الکترونیک توسط شرکتهای خدمات مسافرتی موردمطالعه( دفاترخدمات مسافرتی(تهران)برگزارکننده تورهای ورودی به کشور)، سیدحسن موسوی خادم، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/20   - شناسایی عوامل موثر بر توسعه کسب‌و‌کارهای کوچک و خرد گردشگری (مطالعه موردی منطقه گردشگری زرتشتی یزد)، رامتین شهرت زین آباد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/13   - شناسایی عوامل موثردرجذابیت واستفاده ازاپلیکیشن های موبایلی درجذب گردشگران درخریدمحصولات گردشگری، هنگامه قنواتی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/10   - تأثیر قابلیت های بازاریابی الکترونیکی بر عملکرد کسب و کارهای گردشگری، سمیرا سلطانیه، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1395/11/10   - شناسایی و بررسی عوامل فردی و سازمانی موثر بر تبدیل نوآوری پنهان به کارآفرینی شرکتی (تحول استراتژیک، نوآوری و شرکت های جدید ملی و بین المللی) ، عرفان جلالی بیداخویدی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/7/14   - بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی کارآفرینانه بر رفتار خرید مصرف کنندگان خدمات بیمه ای، مهدی فتح الهی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/7/1   - شناسایی و بررسی پیشایندها و پیامدهای سرمایه فکری، مرضیه نصیری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/6/30   - بررسی ابعاد بازار یابی کار آفرینانه بربهبود انواع عملکرد کسب و کارهای کوچک ومتوسط صنایع غذایی استان تهران ، ژاله بهادری کوسجی راد، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/6/25   - بررسی تاثیر توسعه برند بر شخصیت برند در صنعت لبنیات(مورد مطالعه: شرکت کاله)، منیژه رستمی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/6/25   - بررسی تأثیر مهارت های کارآفرینان بر وفاداری مشتری با نقش تعدیل گری خودکارآمدی کارآفرینانه مورد مطالعه: صنعت گردشگری شهر تهران، سمیرا صحت، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/12/15   - تأثیر مهارت های ارتباطی کارآفرینانه مدیران کسب و کارهای ورزشی بر افزایش رضایت مشتریان (مطالعه موردی: باشگاه های ورزشی خصوصی منتخب کرج)، مجتبی رجبی کیا، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/12/04   - شناسایی تاثیر هوشمندی رقابتی بر ایجاد مزیت رقابتی پایدار در شرکت بیمه ایران، مه جبین چالاک، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/11/27   - بررسی و تبیین قیمت گذاری ارزشی برای بیمه عمر از دیدگاه بیمه گذاران با استفاده از مدل ون وستن درپ، فرنوش حمیدیان، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/11/26   - تدوین استراتژی شرکت ملی ساختمان با استفاده از رویکرد اقیانوس آبی، علی اصیلی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/11/25   - بررسی اثر سرمایه فکری،نوآوری و استراتژی های سازمانی بر عملکرد سازمان، موردکاوی شرکت بیمه ملت، یسنا کلاه کج، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/11/25   - نقش برند سازی بر ایجاد یک تصویر ماندگار از شهر اصفهان در بین توریست ها، شقایق امیرجاوید، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/11/25   - بررسی استراتژیهای مقابله با تحریم( تجهیزاتHIGH TECH چند منظوره ) درحوزه انرژی ( نفت ، گاز ، پتروشیمی ، پالایش ، انرژی اتمی ونیروگاهی ) با استفاده از رویکرد REVERSE ENGINEERING، مسعود حیرت سجادی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/07/06   - بررسی و تبیین استراتژی‌های بهینه قیمت‌گذاری محصولات سخت‌افزاری شبکه؛(مطالعه موردی: شرکت جاده ابریشم رایانه)، مرجان ایمانقلی‌زاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/06/25   - پیش بینی فروش محصولات خودرویی کیا و هیوندای در آمریکای شمالی با شبکه عصبی مصنوعی و تحلیل سلسله مراتبی، دانیال شهرابی فراهانی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1394/06/08   - شناسایی تأثیر هوشمندی رقابتی مزیت رقابتی پایدار در نمایندگی های بیمه مطالعه موردی: نمایندگی های بیمه پاسارگاد ، فرزانه اکبری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1393/12/28   - تدوین چارچوبی جهت بکارگیری تئوری فازی در کارت امتیازی متوازن بمنظور ارزیابی استراتژی¬های سازمان ( مطالعه موردی: شرکت فنر لول ایران)، محمد نوری، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1393/11/29   - تدوین چارچوبی جهت به کارگیری تئوری فازی در کارت امتیازی متوازن (BSC) به منظور ارزیابی استراتژی های سازمان (مطالعه موردی شرکتت فنرلول ایران)، محمد نوری محمد آنی، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1393/11/29   - بررسی و تبیین استراتژی های بهینه قیمت گذاری محصولات سخت افزاری شبکه، مرجان ایمانقلی زاده، نادر سید امیری، کارشناسی ارشد، 1364/6/25** |