|  |  |
| --- | --- |
|  teacher.jpg | **دانشیار دانشکدگان مدیریت- دانشگاه تهران****داتیس خواجه ئیان** |
| مدیریت بازرگانیتلفن دفتر: +98 (21)پست الکترونیکی: khajeheian@ut.ac.ir |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **تحصیلات** | Postdoctoral,1393,کارآفرینی رسانه‌ای,دانشگاه آلبورگ دانمارکPh.D ,1391,مدیریت رسانه,دانشگاه تهرانM.S,1387,مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید,دانشگاه تهرانکارشناسی,1379,مدیریت بازرگانی,دانشگاه علامه طباطبایی |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **سوابق کاري و فعالیت های اجرایی** | مشاور رئیس دانشکدگان در امور بین الملل-(1402-1404)معاون اداره کل اعضای هیئت علمی و دانشجویان بین‌الملل-(1400-1400)مشاور امور بازاریابی بین‌المللی سازمان توسعه و سرمایه گذاری دانشگاه تهران-(1398-1398)عضویت در شورای سردبیری دانشکده-(1396-1397) |
|  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **فعالیت های علمی** | * مقالات

**- ارزیابی عوامل انگیزاننده کلیک کاربران بر تبلیغات بنری در رسانه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: آگهی‌های پوشاک در اینستاگرام). بقایی مهسا, خواجه ئیان داتیس, اسفیدانی محمدرحیم (1402)., فصلنامه پژوهش های مدیریت راهبردی(دانشگاه آزاد واحد نراق), 29(89), 13-39.- مطالعه تطبیقی الگوی حکمرانی صوت وتصویر فراگیر در روسیه، ترکیه و کره جنوبی. اخوان منصوره, روشندل اربطانی طاهر, عقیلی سید وحید, خواجه ئیان داتیس (1402)., فصلنامه مدیریت دولتی, 15(2).- User engagement in social network platforms: what key strategic factors determine online consumer purchase behaviour?. Ebrahimi Pejman, Khajeheian Datis, Soleimani Maryam, Gholampour Abbas, Fekete-Farkas Maria (2023)., ECONOMIC RESEARCH-EKONOMSKA ISTRAZIVANJA, 36(1), 2656-2687.- Media Platforms as Blockholes of Information: App Economy and Burial of User-Generated Content. Khajeheian Datis, Horst Sven Ove, Plotnikov Andrei (2022)., Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc), 38(51), 65-79.- چارچوب طبقه‌بندی الگو‌های مدل‌ کسب‌وکار مدور از دیدگاه استراتژی‌های اقتصاد مدور. وارث سیدحامد, محمدیان ایوب, حیدری دهوئی جلیل, خواجه ئیان داتیس, نبی زاده نرگس (1401)., مدیریت بازرگانی, 14(1).- شناسایی عوامل موفقیت نوآوری محصول در صنایع تولیدی ایران. انصاری منوچهر, خواجه ئیان داتیس, شکروی سیدمحمدحسین (1400)., فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی, 4(4).- Analyzing the interaction of key factors of Sustainable Business Model Innovation in the Digital Age Based on Dynamic Capabilities Using An integrative meta-synthesis and interpretive structural modeling (ISM) approach. Mohammadian Ayoub, Vares Seyed Hamed, Hajiheydari Nastaran, Khajeheian Datis, Kargar Shouraki Mohammad (2022)., Journal of Information Technology Management, Vol.14(No.1), 20-40.- A SEM-NCA Approach towards Social Networks Marketing: Evaluating Consumers’ Sustainable Purchase Behavior with the Moderating Role of Eco-Friendly Attitude. Ebrahimi Pejman, Khajeheian Datis, Fekete-Farkas Maria (2021)., INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL RESEARCH AND PUBLIC HEALTH, 18(24), 13276.- تحلیل کتاب‌سنجی پژوهش‌های جهانی حوزه صنایع خلاق. پروازی شندی حمیدرضا, ایرانی حمیدرضا, کردناییج اسداله, خواجه ئیان داتیس (1400)., پژوهشنامه علم سنجی, 7(2).- Political economy of media: An income-expense analysis of state aids to Iranian newspapers. Khajeheian Datis, [] [], Abdolhossein Maregani Habib, Ghaderifar Esmaeil (2021)., AD-minister, 39(39), 97-120.- How to compose a media mix to win an electoral campaign? proposing a framework for political marketing. Tajaddod Alizadeh Mehrnaz, Saeid Abadi Mohammad Reza, Khajeheian Datis (2021)., AD-minister, 39(39), 163-194.- ارائه چارچوب سیاست گذاری کسب و کارهای پلتفرمی در ایران. زهرا خلیلی, لبافی سمیه, خواجه ئیان داتیس (1400)., مطالعات میان رشته ای ارتباطات و رسانه, 4(13), 67-91.- providing a Model for value creation in news Media;Case Study,Fars.me Webpage of Fars News Agency. Bayat Seyed Shahabi Ali, Saeid Abadi Mohammad Reza, Khajeheian Datis (2021)., Interdisciplinary Studies in the Humanities, 13(1), 39-60.- Value chain innovations in DSMM commerce: customer engagement and value co-creation in DSMM commerce. Arora Anshu, Arora Amit, Khajeheian Datis (2021)., International Journal of Emerging Markets, 16(1), 1-6.- مفهوم‌سازی ارزش رسانه‌ای بازیکنان فوتبال به عنوان پایه‌ای برای توسعه مدل‌های درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال ایران. بصیرت مرجان, خواجه ئیان داتیس, روشندل اربطانی طاهر (1399)., مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی, 8(29), 27-42.- انگیزه‌ها و الگوهای هشتگ‌گذاری بومیان دیجیتال ایرانی در اینستاگرام. خواجه ئیان داتیس, سیاوش صلواتیان, کلی شقایق, سلطانی توحید (1399)., فصلنامه مطالعات رسانه های نوین (دانشگاه علامه طباطبائی), 6(23), 123-148.- Proposing a new model for shopping centre attractiveness assessment by a Combination of Structural Equation Modelling (SEM) and Additive Ratio ASsessment (ARAS). Estiri Mehrdad, Heidary Dahooie Jalil, فرشید حسینی, Khajeheian Datis (2020)., Current Issues in Tourism, 23(18), 1-19.- Investigating the Role of Customer Co-Creation Behavior on Social Media Platforms in Rendering Innovative Services. Moghaddam Ali, Ebrahimi Pejman, Radfard Soodabeh, Salamzadeh Aidin, Khajeheian Datis (2020)., sustainability, 12(17), 6926.- الگوی رفتاری نسل بومیان دیجیتال ایرانی در اینستاگرام: یک داده‌کاوی در کلان داده‌های شبکه اجتماعی. خواجه ئیان داتیس, صلواتیان سیاوش, کلی شقایق, یزدانی امیرحسین (1399)., پژوهشهای ارتباطی, 27(1), 9-32.- کارآفرینی رسانه‌ای در سازمان‌های صنعتی : باشگاه مشتریان به عنوان پلتفرم درگیرسازی مخاطب. خلفی امیر, خواجه ئیان داتیس, بدیع زاده علی (1399)., فصلنامه پژوهش های مدیریت راهبردی(دانشگاه آزاد واحد نراق), 26(76), 13-28.- طراحی فرایند جمع‌سپاری ایده‌پردازی خلاقانه برای تولیدات نمایشی صداوسیما. صلواتیان سیاوش, خواجه ئیان داتیس, مشرقی محسن (1398)., ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی, 9(3).- Does employee innovation mediate the relationship between employee performance and relationship marketing An ICT-based case. Emami Amir, Molaei Mahsa, Khajeheian Datis (2019)., World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 15(6), 700.- A Conceptual Framework for Value Co-Creation in Service Enterprises (Case of Tourism Agencies). Hamidi Fatemeh, Shams Gharneh Naser, Khajeheian Datis (2019)., sustainability, 12(1), 23.- ارائه مدلی نظری برای شناسایی ارزش رسانه‌ای بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران. بصیرت مرجان, خواجه ئیان داتیس, روشندل اربطانی طاهر (1398)., مطالعات مدیریت ورزشی, 11(57), 121-140.- درگیرسازی مخاطب در رسانه‌ها: ارائه چارچوبی مفهومی. خواجه ئیان داتیس, امیدی افشین, نوروزی اسماعیل (1398)., فصلنامه رسانه, 30(3), 47-69.- Media branding and value co-creation: effect of user participation in social media of newsmedia on attitudinal and behavioural loyalty. Khajeheian Datis, ابراهیمی پژمان (2019)., European Journal of International Management, 1(1), 1.- رسانه و سلامت: شناسایی و تحلیل چارچوب‌های خبری در بازنمایی رسانه‌ای بیماری ام اس. خواجه ئیان داتیس, لبافی سمیه, امیدی افشین (1398)., فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات, 20(46), 67-88.- Place branding and moderating role of social media. ابراهیمی پژمان, Haj Mohammadi Ali, Khajeheian Datis (2019)., Current Issues in Tourism, 22(21), 1-9.- Qualitative Methods in Media Entrepreneurship Research: Clarification of the terms Framework, Model and Pattern. Khajeheian Datis (2019)., AD-minister, 34(34).- Corporate Media Entrepreneurship in Public Service Broadcasts: An exploratory Study of IRIB use of External Innovations. Sharifi Seyed Mahdi, Khajeheian Datis, Samadi Mashhadi Kobra (2019)., AD-minister, 34(34).- Inaugural Issue of Journal of Media Management and Entrepreneurship. Khajeheian Datis (2019)., Journal of Media Management and Entrepreneurship, 1(1), v-viii.- Social Norms and Entrepreneurial Action: The Mediating Role of Opportunity Confidence. Emami Amir, Khajeheian Datis (2018)., sustainability, 11(1), 1-18.- پیشنهاد مدل کسب و کار مبتنی بر گوشی‌های هوشمند همراه برای سازمان صدا و سیما. صلواتیان سیاوش, خواجه ئیان داتیس, پورکاوه دهکردی محمد (1397)., پژوهشهای ارتباطی, 25(3), 67-102.- رسانه و بحران: بازنمایی رسانه‌ای حادثه خاموشی‌های گسترده برق استان خوزستان (در بهمن ماه 1395). خواجه ئیان داتیس, پسندیده اشرف السادات, قنبری سعید (1397)., فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران, 8(3), 279-299.- Effect of Social Media on Child Obesity: Application of Structural Equation Modeling with the Taguchi Method. Khajeheian Datis, Colabi Amir Mohammad, Binti Ahmad Kharman Shah Nordiana, Bt Wan Mohamed Radzi Che Wan Jasimah, Salarzadeh Jenatabadi Hashem (2018)., INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL RESEARCH AND PUBLIC HEALTH, 15(7), 1343.- Market analysis, strategy diagnosis and opportunity recognition in toy industry. Khajeheian Datis (2018)., international journal of entrepreneurship and small business, 33(2), 220.- Editorial note. Khajeheian Datis, Friedrichsen Mike (2017)., Eurasian Business Review, 7(2), 157-159.- 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).- EDITORIAL: ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN THE SERVICE ECONOMY. Khajeheian Datis (2017).- Media entrepreneurship: a consensual definition. Khajeheian Datis (2017)., AD-minister, 13(30), 91-113.- 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.- Audience Commodification: A Source of Innovation in Business Models. Khajeheian Datis (2016)., Technology Innovation Management Review, 6(8), 40-47.- User innovation in public service broadcasts: creating public value by media entrepreneurship. Khajeheian Datis, Tadayoni Reza (2016)., International Journal of Technology Transfer and Commercialisation, 14(2), 117.*** کنفرانس ها

**- Affordances and IT Design: A Typology for Social Media and Platform Affordances. Falahat Pisheh Zahra, Khajeheian Datis (2020)., 2020 13th CMI Conference on Cybersecurity and Privacy (CMI) - Digital Transformation - Potentials and Challenges, 26-27 November, Copenhagen, Denmark.- Media Management Program in University of Tehran. Khajeheian Datis (2019)., 11th Conference of International Media Management Academic Association IMMAA 2019, 4-6 October, Doha, Qatar.- Co-Creation of Value in Social Platforms: Developing Customer Clubs as an Audience Engagement System. Khajeheian Datis, Rouhani Saeed (2019)., 11th Conference of International Media Management Academic Association IMMAA 2019, 4-6 October, Doha, Qatar.- چارچوب، مدل، الگو: ابهام‌زدایی واژگانی از مفاهیم بنیادین پژوهش در علوم اجتماعی. خواجه ئیان داتیس (1397)., دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در نوآوری و فناوری, 19-19 بهمن, تهران, ایران.- دانشگاه، سازمان لیگ و فدراسیون فوتبال: طرح‌ریزی نقشه راه پژوهشی برای بازسازی ساختار اقتصادی فوتبال ایران و نظام‌های درآمدی پایدار. خواجه ئیان داتیس (1397)., دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در نوآوری و فناوری, 19-19 بهمن, تهران, ایران.- In-Game Advertising and effective factors on brand recall. Hosseini Jamal, Kolli Shaghayegh, Khajeheian Datis (2019)., International Conference on Computer Games: Challenges and Opportunities, 21 February, IRAN.- اقتصاد رسانه و چالش‌های اخلاقی: توسعه چارچوب پژوهشی اخلاق در رسانه. خواجه ئیان داتیس (1397)., اولین همایش علمی ـ پژوهشی اخلاق و رسانه, 21-22 آبان, تهران, ایران.- Social Network Analysis of Pokemon Go in Twitter. Khajeheian Datis, Kolli Shaghayegh (2018)., Digital Games Research Conference (DGRC2018), 29-30 November, Tehran, IRAN.- A Policy Framework For Fostering Entrepreneurship in Creative, Cultural and Media Industries: A Synoptic Overview. Khajeheian Datis (2018)., 4th international Conference on Entrepreneurship, 4-5 September, Tehran, IRAN.- Public Media and User Innovation: A theoretical development. Khajeheian Datis (2017)., Sixth International Symposium of Media Innovation, 16-17 October, Tallinn, Estonia.- Emerging Media Markets: A Framework for EMMA Special Interest Group. Khajeheian Datis (2017)., European Media Management Association Conference, 11-12 June, Belgium.- MEDIA ENTREPRENEURSHIP: AN INNOVATION-BASED CONCEPTUALIZATION. Khajeheian Datis (2016)., International Conference of Research in Innovation and Technology, 20 July, Tehran, IRAN.- The media policy for promotion of entrepreneurship in digital game industry. Khajeheian Datis, Salamzadeh Aidin (2013)., EMPLOYMENT, EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP: The Second International Confrerence, 16-18 October, Belgrade, Serbia.- Participatory Media and Fostering Media Entrepreneurship; The Changes In Markets and Business Models in Developing Economics. Khajeheian Datis (2012)., Swiss Association of Communication and Media Research (SACM) Annual Conference Proceedings 2012, 21-22 April, SWITZERLAND.*** کتب

**- 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).- Contemporary Applications of Actor Network Theory. Khajeheian Datis, Kolli Shaghayegh (2020).- اقتصاد رسانه. خواجه ئیان داتیس, صلواتیان سیاوش, نیستانی کامیار (1398).- درآمدی بر مدیریت شبکه‌های اجتماعی و کسب و کارهای پلتفرمی. خواجه ئیان داتیس (1398).- Teaching Media Management: A curriculum Development. Roushandel Arabtani Taher, Labafi Somayeh, Khajeheian Datis, Sharifi Seyed Mahdi (2018).- بازی‌وارسازی: تحول کسب و کار از طریق تفکر بازی. کریمی کیانوش, صلواتیان سیاوش, خواجه ئیان داتیس (1397).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Khajeheian Datis, Friedrichsen Mike, Modinger Wilfried (2018).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Khajeheian Datis, Sedighi Amir (2018).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Gladysz Simon, Khajeheian Datis, Lashkari Saeed (2018).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Colabi Amir Mohammad, Khajeheian Datis (2018).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Khajeheian Datis, Friedrichsen Mike, Modinger Wilfried (2018).- Competitiveness in Emerging Markets: Market Dynamics in the Age of Disruptive Technologies. Khajeheian Datis, Nemati Samira (2018).- Blogging to Advertise: A Consumer-Centric Model of Online Marketing. Lindby Anderson Katharina, Khajeheian Datis (2017).- Impact of Media Richness on Reduction of Knowledge- Hiding Behavior in Enterprises IN: Evaluating Media Richness in Organizational Learning. Labafi Somayeh, Khajeheian Datis, Williams Idongesit (2017).- Innovation Inventory as a Source of Creativity for Interactive Television, IN: Digital Transformation in Journalism and News Media, Media Business and Innovation. Khajeheian Datis, Friedrichsen Mike (2017).- مدیریت رسانه: رویکرد مدیریت زنجیره ارزش. فرهنگی علی اکبر, خواجه ئیان داتیس (1394).- New Venture Creation in Social Media Platform; Towards a Framework for Media Entrepreneurshi IN: Handbook of Social Media Management Value Chain and Business Models in Changing Media Markets. Khajeheian Datis (2013).*** مجلات
 |

|  |  |
| --- | --- |
| **پایان نامه ها و رساله ها** | **- بازاریابی رسانه اجتماعی برای خرده فروشان آنلاین: بررسی تاثیر گوش دادن به مشتری و توسعه روابط با مشتری در درگیرسازی با صفحات رسانه اجتماعی برند، آرزو حسین زاده گلستان، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1402/9/28 - تحلیل نهادی بر هزینه‌های مبادله در تنظیم‌گری اکوسیستم پلتفرم‌های رسانه‌ای در ایران، محمدعرفان مرادی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1402/6/29 - ارائه الگوی مدیریت صنفی در تئاتر ایران بر اساس تطبیق الگوی جهانی صنف تئاتر با قوانین صنفی ایران، بهزاد خاکی نژاد، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1402/6/28 - رسانه اجتماعی شرکتی به عنوان روان کننده اجتماعی (مورد مطالعه زنان شاغل وزارت نفت ایران)، سمیه عرب، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1401/6/30 - چارچوب طراحی ترکیب رسانه ای برای کارزارهای تبلیغاتی نامزدهای انتخابات در ایران، مهرناز تجدد علیزاده، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1401/6/28 - شناسایی عوامل مرتبط با انتخاب دانشگاه از سوی دانشجویان بین المللی؛ مورد مطالعه: دانشگاه تهران، کمیل عراقی فرد، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1401/6/19 - تدوین استراتژی‌های مطلوب برای شبکه تلویزیونی در کشور افغانستان؛ مورد مطالعه شبکه تلویزیونی «اصلاح»، صفی الله صادق، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1401/2/6 - شناسایی استراتژی های افزایش فروش صنعت مد از طریق شبکه های اجتماعی، مریم نیکنام، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1401/1/30 - طراحی چارچوب حکمرانی صوت و تصویر فراگیر در جمهوری اسلامی ایران، منصوره اخوان، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1401/11/30 - بررسی تاثیر گیمیفیکیشن بر قصد خرید مشتریان با میانجیگری نرخ درگیری برند، سارا مطلبی، داتیس خواجه ئیان، 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، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1401/11/26 - ارائه شاخصهای ارزیابی شبکه های اجتماعی از منظر سواد رسانه ای، سپیده ایرانی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1401/11/10 - ارائه چارچوبی برای نوآوری در مدل های کسب و کار(مورد مطالعه صنعت پلاستیک)، نرگس نبی زاده، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1400/7/21 - : بررسی ابعاد رضایت مشتری از قیمت (مطالعه موردی: اسنپ)، یاسمن توانگررنجبر، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/7/15 - ارائه چارچوب تاب آوری برند پلتفرم ها در مواجهه با ریسک و بحران برند: مورد مطالعه پلتفرم های مبادله ای «مشتری به مشتری»، سعید قنبری، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1400/7/11 - ارائه مدلی برای نوآوری مدل کسب و کار پایدار درعصر دیجیتال، محمد کارگرشورکی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1400/7/11 - درگیر سازی مخاطبان رسانه‌های خبری در شبکه‌های اجتماعی با روش داده‌کاوی، مریم فرزامی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/6/31 - تاثیر کانال های توزیع چند گانه بر وفاداری مشتری با میانجی گری ارزش ادراک شده (مطالعه موردی: صنف پوشاک تهران)، نازنین حبیب زاده بیژنی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/6/31 - شناسایی عوامل حیاتی موفقیت در مدیریت تماشای سینمای ایران بر مبنای نظریه اقتصاد تجربه ، محمد حمزه زاده، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/6/29 - بررسی تاثیر تفاوت‌های زمینه‌ای پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی در درگیرسازی کاربران، فاطمه میرزانورعلی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/11/30 - بررسی تاثیر امکان پذیری‌های شبکه‌های اجتماعی بر میزان درگیرسازی کاربران، زهرا فلاحت پیشه، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/11/30 - شناسایی فرصتهای کارآفرینی رسانهای در پلتفرم های رسانه های اجتماعی در پاکستان، علی اصغر رضا، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/11/30 - تحلیل درگیری مخاطب با برند خرده‌فروشی آنلاین در توییتر: مطالعه موردی اجتماعات برند دیجی‌کالا، امیرحسین آقایی نهری، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/11/30 - طراحی مدل کسب‌و‌کار یک رسانه خبری پلتفرمی بر اساس مدل کسب‌وکار یکپارچه ویرتز، کسری زاهدی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1400/11/26 - ارئه مدل بازاریابی نوآورانه در صنعت نوشیدنی ایران، سید محمد حسین شکروی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1400/11/18 - پیش بینی درآمدهای گیشه فیلم با بهره گیری از شبکه های عصبی عمیق، بهاران قیاسوند، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1399/7/30 - ارائه مدل پیشایندهای محرک نوآوری از شبکه های اجتماعی در شرکت های نوپا با استفاده از مدل ساز ی ساختاری تفسیری، مژگان ابوطالبی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1399/7/23 - بررسی ساختار کلی پایپلاین و عوامل موثر برآن در شرکتهای فعال در صنایع خلاق (مورد مطالعه شرکتهای جلوه های بصری ، پویانمایی سه بعدی)، محمدرضا میرزایی فرد، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1399/6/30 - طراحی الگوی توسعه صنایع خلاق بر مبنای طبقه بندی در ایران، حمیدرضا پروازی شندی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1399/5/6 - ارائه مدل هم آفرینی ( خلق مشترک ) ارزش در رسانه های خبری(مورد مطالعه : سامانه فارس من خبرگزاری فارس )، علی بیات سیدشهابی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1399/12/23 - شناسایی و ارزیابی عوامل حیاتی موفقیت در عملکرد بازاریابی تاثیرگذاران رسانه اجتماعی در اینستاگرام، فاطمه کاظمی جوبنی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1399/12/11 - بررسی تاثیر نوع کالای موجود و پلتفرم شبکه اجتماعی بر روی خرده فروشی های آنلاین در ایران، علیرضا باوفا، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1399/11/21 - نوع شناسی اخبار جعلی در شبکه های اجتماعی و تاثیر آن ر وایت کاربران از مصرف برندها، عمادالدین رحمانیان کوشککی، داتیس خواجه ئیان، دکتری، 1399/11/20 - بررسی تاثیر خصوصیات تبلیغات رسانه های اجتماعی بر قصد خرید مصرف کنندگان، محمدامیر تمدن، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/7/2 - شناسایی عوامل موثر بر برندسازی برنامه های رادیو ، حامد تقی زاده بهجتی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/31 - ارائه ی مدلی برای درگیرسازی مشتریان برای بهبود طراحی خدمات آنلاین در شبکه اینستاگرام، مریم ساعدی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/30 - بررسی تاثیر خودپنداره بر قصد بازنگری و شدت استفاده از شبکه های اجتماعی بین مشتریان (مطالعه ی موردی سامانه مقایسه و خرید آنلاین بیمه ، بیمیتو)، عذرا حاجی اقالو، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/26 - ارائه مدل هم آفرینی سازمان های رسانه ای دولتی بامنابع خلاق خارج ازسازمان، حورا صمدی مشهدی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/26 - شناسایی ظرفیت های رسانه های اجتماعی باهدف توسعه کارآفرینی زنان(مطالعه موردی:اینستاگرام)، مریم شمسایی نیا، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/26 - توسعه مدل کارآفرینی استراتژیک رسانه ای درشرکت های کارآفرین فعال درصنایع خلاق(موردمطالعه:بازی های دیجیتال،اپلیکیشن هاوانیمیشن)، اسماعیل نوروزی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/6/26 - شناسایی آمیخته رسانه ای درجهت جلب توجه گردشگران چینی برای ورودبه ایران(موردمطالعه شرکت خدمات گردشگری نیهاپرشیا)، مهدی حاجی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/29 - ارائه مدل کسب و کار برای رقابت پذیری موسسه همشهری، محسن مسجدجامعی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/29 - ارائه مدل کسب و کار باشگاههای فوتبال بر اساس برندینگ رسانه ای، مهناز جهاندوست، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/27 - تدوین راهبرددرگیرسازی مخاطب درصنایع خلاق بارویکرد هم آفرینی درپلتفرم های اجتماعی، محمود جمالی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/21 - شناسایی ورتبه بندی عوامل حیاتی (CSF)مدل های کسب وکار درصنعت فیلم مستند، سپیده توئمی منصوری، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/21 - ارائه یک نظام درگیرسازی مخاطب محور برای هم آفرینی درشبکه اجتماعی، بیتا آصفی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1398/11/15 - ارائه مدل شناسایی ارزش رسانه ای بازیکنان لیگ برترفوتبال ایران، مرجان بصیرت، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/7/16 - آسیب شناسی شیوه های آموزش منابع انسانی درصنایع خلاق موردمطالعه :خبرگزاری صداوسیما، علی حاج محمدی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/6/31 - نقش حمایت اجتماعی وکیفیت رابطه درایجادارزش مشترک نشان تجاری ازطریق استفاده ازشبکه های اجتماعی، سعید رضایی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/4/5 - شناسایی عوامل موثربرفروش مستندسیاسی-اجتماعی ایرانی ، زینب فتحی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/2/15 - مقایسه تطبیقی نظام های مدیریت رسانه درکشورهای سوریه وایران موردمطالعه خبرگزاری ها، فاطمه همه، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/11/9 - شناسایی عوامل موثردرترکیب رسانه ای کمپین های تبلیغات انتخاباتی(موردمطالعه کمپین های انتخاباتی شهررشت)، یاسر علیجانی پورحسینی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/11/8 - شناسایی عوامل موثربراثربخشی کمپینهای ترویج فرهنگ شیعی درشبکه های اجتماعی، عباسعلی طهرانی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/11/30 - ارزیابی عوامل انگیزاننده کلیک مخاطب برتبلیغات بنری در رسانه های اجتماعی (مورد مطالعه : آگهی های پوشاک در ایستاگرام )، مهسا بقایی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/11/28 - تدوین استراتژی رسانه ای نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با بحران های اجتماعی، محمد کوثری، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1397/11/14 - بررسی و اولویت بندی عوامل حیاتی موفقیت نوآوری باز در صنعت رسانه دیجیتال ایران ، محسن اسدی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1396/3/29 - شناسایی مولفه های اثر بخش بودن بازاریابی موبایلی با رویکرد گیمیفیکیشن، مهشاد اینانلو، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1396/11/29 - نقش شرکتهای واسطه (تسهیل گر) درکارآفرینی رسانه ای، محمدسجاد مزینی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1396/11/1 - شناسایی شیوه های نوین تأمین منابع مالی برای خبرگزاری ها مورد مطالعه: خبرگزاری ایرنا، عرفان رنجبر، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1393/7/29 - تحلیل شبکه اجتماعی کارآفرینان رسانه ای کشور در رسانه های اجتماعی با روش مردم نگاری شبکه ای (مورد کاوی: شرکت دانش بنیان درصنعت بازیهای رایانه ای )، منا کاتبی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1393/12/16 - شناسایی سبد تبلیغات رسانه ای اثربخش برای تبلیغات شرکت اپراتور تلفن همراه، سپیده ایرانی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1392/12/13 - بررسی تطبیقی سرفصل دروس کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه در ایران با دانشگاه های مجری آن در دنیا و یافتن تشابهات و تفاوتها، سارا صالحی، داتیس خواجه ئیان، کارشناسی ارشد، 1392/11/7**  |