به نام خدا

رزومه آکادمیک داتیس خواجه‌ئیان، دانشیار پایه ۲۴ دانشگاه تهران، به روز رسانی شده در تاریخ ۱۴۰۳/۰۴/۰۱

فرزند عبدالرضا، متولد ۱۳۵۷ در آبادان. همراه: ۰۹۱۲۱۹۰۸۶۴۸، پست الکترونیک: khajeheian@ut.ac.ir

الف) پیشینه تحصیلی

دوره تکمیلی دکترای تخصصی (پسا دکترا) در دانشگاه آلبورگ دانمارک. *عنوان طرح پژوهشی: «خبرگزاری‌های عام المنفعه (PSB) و تغییر پارادایم در بازار مخاطبان: انتقال از تولید به توزیع از طریق شبکه‌های اجتماعی و محتوای کاربرساخته»*

دکترای تخصصی در رشته مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. *عنوان پایان نامه: «چارچوب تجاری‌سازی نوآوری‌های دیجیتال کارآفرینان رسانه‌ای»*

کارشناسی ارشد در رشته مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران. *پایان‌نامه: «شناسایی فرصت‌های کسب و کار در صنعت اسباب بازی کشور»*

کارشناسی در رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی

ب) پیشینه تدریس آکادمیک

دانشگاه تهران: هیئت علمی تمام وقت (استادیار از آبان ۱۳۹۵– دانشیار از اسفند ۹۹): مدیریت رسانه، اقتصاد رسانه، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، مدیریت تبلیغات، بازاریابی

دانشگاه آلبورگ دانمارک: استادیارآموزشی (آگوست ۲۰۱۴– ژولای ۲۰۱۶): مدیریت رسانه، سطح سازمانی (مزو)

دانشگاه رسانه اشتوتگارت آلمان: استاد مدعو (ژانویه ۲۰۱۵– فوریه ۲۰۱۶): مدیریت رسانه‌های بین‌المللی، بازاریابی رسانه‌ای بین‌المللی

پ) دوره‌های حرفه‌ای تدریس

دوره ***«فن تدریس برای مدرسان دانشگاه»*** Pedagogy for University Teachers، دانشگاه آلبورگ دانمارک (۲۰۱۴)

دوره ***«تدریس مسئله محور، مدل دانشگاه آلبورگ»*** Problem-based learning, the AAU model، دانشگاه آلبورگ دانمارک (۲۰۱۴)

ت) سمت‌های اجرایی و سازمانی در دانشگاه تهران

نماینده هیئت اجرایی جذب اعضای هیئت علمی دانشگاه تهران در دانشکده مدیریت کسب و کار (از خرداد ۱۴۰۳ تا کنون)

مدیر گروه آموزشی «مدیریت رسانه و ارتباطات کسب و کار» دانشکده کسب و کار دانشکدگان مدیریت (از ۲۲ *شهریور ۱۴۰۲ تا کنون*)

عضو شورای ورزش دانشگاه تهران (از *تیر ۱۴۰۲ تا کنون*)

نماینده ویژه ریاست دانشکدگان مدیریت در شورای آموزشی و پژوهشی (*از شهریور ۱۴۰۲ تا کنون*)

مشاور امور بین‌الملل دانشکدگان مدیریت دانشگاه تهران (*از ۱۴ مرداد ۱۴۰۲ تا کنون*)

عضو شورای سیاست‌گذاری و نظارت بر آموزش‌های آزاد و حرفه‌ای دانشکدگان مدیریت (*از فروردین ۱۴۰۳ تا کنون*)

عضو کمیته بازنگری برنامه‌های درسی رشته‌های «مدیریت بازرگانی» و «مدیریت کسب و کار» (در مقطع کارشناسی) و «مدیریت رسانه» (در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری)

نماینده کمیسیون مدیریت در شورای گسترش، برنامه‌ریزی و نظارت آموزشی (*از ۲ آبان ۱۴۰۲ تا کنون*)

نماینده کمیسیون علوم اجتماعی و رفتاری در شورای گسترش، برنامه‌ریزی و نظارت آموزشی (*از اسفند ۱۴۰۰ تا ۲ آبان ۱۴۰۲*)

معاون پژوهش و فناوری دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (*از ۹ آذر ۱۴۰۰ تا ۱۴ مرداد ۱۴۰۲*)

معاون اداره کل اعضای هیئت علمی و دانشجویان بین‌الملل دانشگاه تهران (*از خرداد ۱۴۰۰ تا آبان ۱۴۰۰*)

مشاور امور بازاریابی بین‌الملل سازمان توسعه و سرمایه‌گذاری دانشگاه تهران (*۱۳۹۷ – ۱۳۹۸*)

ث) افتخارات آکادمیک

استاد راهنمای تیم دانشجویی شرکت کننده در المپیاد زمستانی اقتصاد ۲۰۲۲ و کسب ۱ نقره و ۴ برنز (چالش زمستانی المپیاد ۲۰۲۳)

استاد برگزیده آموزشی دانشگاه تهران در بازه زمانی پنجساله ۱۴۰۱-۱۳۹۷ (جشنواره ۱۴۰۲)

استاد برگزیده جشنواره بین‌الملل دانشگاه تهران (جشنواره ۱۴۰۰)

جایزه بهترین مقاله اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های بازی‌های دیجیتال (۱۳۹۷)

ج) پیشینه پژوهشی

دبیر تخصصی و عضو هیئت تحریریه نشریه علمی «بررسی‌های مدیریت رسانه» دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (*از ۱۴۰۰*)

عضو هیئت تحریریه نشریه علمی «اقتصاد سیاسی ورزش» دانشگاه فتی حرفه‌ای (*از ۱۴۰۱*)

عضو هیئت تحریریه نشریه علمی «روانشناسی ارتباطات» دانشگاه آزاد اسلامی واحد میاندوآب (*از ۱۴۰۲*)

سردبیر ژورنال Nordic Journal of Media Management، نشریه علمی انتشارات دانشگاه آلبورگ دانمارک (*از ۲۰۱۹*)

سردبیر شماره ویژه ژورنال International Journal of Emerging Markets با عنوان Value Chain Innovations in Digital, Social Media, and Mobile (DSMM) Commerce نمایه شده در وب آف ساینس (ضریب تاثیر ۲ و رنک Q2، و اسکوپوس (۲۰۲۰)

سردبیر شماره ویژه ژورنال Eurasian Business Review با عنوان Innovation and Economics of International Markets دارای ضریب تاثیر ۲، و رنک Q1 و اسکوپوس، سال ۷، شماره ۲، (۲۰۱۷)

سردبیر شماره ویژه ژورنال AD-minister با عنوان Entrepreneurship and Innovation in Service Economy نمایه شده در امرجینگ ایندکس وب آف ساینس (۲۰۱۷)

مدیر گروه پژوهشی «بازارهای رسانه‌ای نوپدید» (Emerging Media Markets) در انجمن اروپایی مدیریت رسانه (از مهرماه ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸)

پژوهشگر ارشد در گروه «رسانه و جهانی شدن» مرکز ملی مطالعات جهانی شدن (از اردیبهشت ۱۳۹۱ تا بهمن ۱۳۹۲)

پژوهشگر همکار در مطالعه جهانی نوآوری در رسانه‌های خبری ۲۰۱۴، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶

چ) تالیف و تدوین کتاب

6) ***Platform Business Models and Strategies - Co-Creation of Business Value in the Sharing Economy,*** *Springer, 2024 (in Press)*

۵) دانشنامه شش جلدی مشاغل فرهنگی و هنری «فرهنگ‌پیشه»، خروجی پروژه ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به مجری‌گری داتیس خواجه‌ئیان و سیاوش صلواتیان (در دست انتشار)

۴) **"درآمدی بر مدیریت شبکه‌های اجتماعی و کسب و کارهای پلتفرمی"**. انتشارات ادیبان روز، ۱۳۹۸

3) ***"Teaching Media Management: A curriculum development"****, Media xxi publisher, 2019.*

2) ***"Competitiveness in Emerging Markets: Market dynamics in the age of disruptive Technologies"****, Springer, 2018*

۱) **"مدیریت رسانه: رویکرد مدیریت زنجیره ارزش"**، انتشارات دانشگاه صدا و سیما، ۱۳۹۴

ج) ترجمه کتاب

۲) **"اقتصاد رسانه"**، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات، ۱۳۹۸

۱) **"بازی‌وارسازی: تفکر بازی برای تحول کسب و کار"**، انتشارات ادیبان روز، ۱۳۹۷

خ) مقاله‌های منتشر شده در نشریات علمی (به زبان فارسی):

۲۹) ***«تجزیه و تحلیل راهبردی مدل کسب‌وکار موسسه مطبوعاتی و روزنامه همشهری»***، نشریه رسانه، دوره ۳۴، شماره ۳، ۶۹-۱۰۰

۲۸) ***«ارزیابی عوامل انگیزاننده کلیک کاربران بر تبلیغات بنری در رسانه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: آگهی‌های پوشاک در اینستاگرام)»***، نشریه پژوهش‌های مدیریت راهبردی دوره ۲۹، شماره ۸۹، ۱۳-۳۹

۲۷) «***طراحی مدل مدیریت راهبردی رسانه با رویکرد ارتقای سرمایه اجتماعی در رسانه های اجتماعی***»، نشریه رسانه جامعه فرهنگ، دوره ۱۲، شماره ۴۷، صص ۱۸۱-۲۰۹

۲۶) «***شناسایی مولفه‌های ترکیب رسانه‌ای در کارزارهای تبلیغات انتخاباتی (مورد مطالعه: کارزارهای تبلیغات انتخاباتی مجلس شورای اسلامی در شهرستان رشت)***»، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات (پذیرفته شده و در انتظار چاپ)

۲۵) «***تحلیل کتاب‌سنجی پژوهش‌های جهانی حوزه صنایع خلاق***»، پژوهش‌نامه علم سنجی ۲۲، دوره ۷، شماره ۱۴، ۲۴۴-۲۲۱

۲۴) «***ارائه چارچوبی از سیاستگذاری کسب و کارهای پلتفرمی و منافع عمومی در ایران***»، *مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، دوره ۴، شماره ۱۳*، ص ۶۷-۹۱.

۲۳) «***چهار رویکرد به مقاله‌های مفهومی***»، نشریه مطالعات رسانه‌ای (ترجمه)، دوره ۱۵، شماره۲، ۸۹-۱۰۱.

۲۲) «***ارائه مدلی برای هم‌آفرینی ارزش در رسانه‌های خبری؛ مورد مطالعه، سامانه فارس‌من خبرگزاری فارس***»، فصلنامه مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی، دوره ۱۳، شماره۱، ۳۹-۶۰.

۲۱) «***کارآفرینی رسانه‌ای در سازمان‌های صنعتی: باشگاه مشتریان به عنوان پلتفرم درگیرسازی مخاطب***»، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، دوره ۲۶، شماره ۷۶، ص ۱۳-۳۸.

۲۰) «***انگیزه‌ها و الگوهای هشتگ‌گذاری بومیان دیجیتال ایرانی در اینستاگرام***»، مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۲۳، ۱۴۸-۱۲۳.

۱۹) «***مفهوم‌سازی ارزش رسانه‌ای بازیکنان فوتبال به عنوان پایه‌ای برای توسعه مدل‌های درآمدزایی باشگاه‌های فوتبال ایران***»، مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، دوره ۸، شماره ۲۹، ص ۲۷-۴۲.

۱۸) «***الگوی رفتاری نسل بومیان دیجیتال ایرانی در اینستاگرام: یک داده‌کاوی در کلان داده‌های شبکه اجتماعی***»، پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۷، شماره ۱، ص ۹-۳۲

۱۷) «***طراحی فرایند جمع‌سپاری ایده‌پردازی خلاقانه برای تولیدات نمایشی صداوسیما***»، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۹، شماره ۳، ص ۱۸۹-۲۳۰

۱۶) «***درگیرسازی مخاطب در رسانه‌ها: ارائه چارچوبی مفهومی***»، فصلنامه «رسانه»، دوره ۳۰، شماره ۳، ص ۴۷-۶۹

۱۵) «***ارائه مدلی نظری برای شناسایی ارزش رسانه‌ای بازیکنان لیگ برتر فوتبال ایران***»، فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۱۱، شماره ۵۷، ص ۱۵-۳۴

۱۴) «***رسانه و سلامت: شناسایی و تحلیل چارچوب‌های خبری در بازنمایی رسانه‌ای بیماری اماس***»، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال ۲۰، شماره ۴۶، ص ۶۷-۸۸

۱۳) «***توسعه کارآفرینی رسانه ای سازمانی با استفاده از درگیرسازی مخاطب در پلتفرمهای اجتماعی***»، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۴، شماره ۱، ص ۵۹-۶۹

۱۲) «***شناسایی سنجه‌های اندازه‌گیری عملکرد پلتفرم‌های درگیرسازی مخاطبان مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی در صنعت خودروسازی کشور***» فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۳، شماره ۴، ص ۴۷-۵۷

۱۱) «***طراحی مدل کسب‌وکار سازمان صداوسیما بر بستر گوشی‌های هوشمند تلفن همراه***»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۵، شماره ۹۵، ص ۶۷-۱۰۲

۱۰) «***رسانه و بحران: بازتاب رسانه‌ای حادثه خاموشی‌های گسترده برق استان خوزستان (در بهمن‌ماه ۱۳۹۵)***»، فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران، دوره ۸، شماره ۳، ص ۲۷۹-۲۹۹

۹) «***شناسایی عوامل تأثیرگذار در پرورش کارآفرینی سازمانی در سازمان‌های رسانه‌ای (مطالعه موردی: روزنامه اصفهان زیبا)***»، فصلنامه رسانه، شماره ۸۹، زمستان۱۳۹۱، ص ۱۴۳-۱۶۰

۸) «***چالشهای مدیریت تلویزیون در عرصه تبلیغات رسانه‌ای: بررسی تحولات ناشی از ورود رسانه‌های نوین بر بازار آگهی‌های تلویزیونی***»، فصلنامه رسانه، شماره ۸۶، بهار ۱۳۹۱، ص ۱۶۵-۱۸۶

۷) «***چارچوبی برای تجاری‌سازی نوآوری‌های دیجیتال در شرکت‌های کارآفرین رسانه‌ای ایران (مطالعه‌ای چند موردی)***»، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره۴، شماره۱۱، بهار ۱۳۹۱، ص ۷۱-۸۸.

۶) «***تبیین مدل ارتباطاتی نیروی انتظامی و رسانه‌های جمعی با رویکرد پیشگیرانه***»، فصلنامه دانش انتظامی، سال دوازدهم، شماره چهارم، شماره پیاپی ۴۹، ص ۵۵-۸۱.

۵) «***تبیین نظام مدیریت راهبردی بازار رسانه برای تجاری‌سازی نوآوریهای دیجیتال***»، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۴، ص۲۳۶- ۲۶۵.

۴) «***مفهوم‌سازی خط‌مشی‌گذاری رسانه‌ای: شناسایی مؤلفه‌ها، فرایند و حوزه عمل***»، فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، شماره ۶۵، بهار ۹۰، ص ۱۱ - ۴۰

۳) «***مدیریت دانش در شرکتهای کوچک و کارآفرین: بررسی عوامل سازمانی موثر در ایجاد و انتقال دانش در صنعت انفورماتیک ایران***»، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۱۱، بهار ۱۳۹۰، ص ۲۷ - ۴۶.

۲) «***طراحی سنجه‌های تأثیر بر مخاطب برای آگهی‌های بازرگانی در رسانه ملی***»، نشریه مدیریت بازرگانی. دوره ۲، شماره۴، بهار و تابستان ۱۳۸۹، ص۵۳- ۷۲.

۱) «***طراحی مدل تعاملی مدیریت رسانه با فنآوریهای نوین ارتباطی***»، فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، شماره ۶۰، زمستان ۸۸، ص ۱۱ - ۳۶.

د) پژوهش‌های آکادمیک بین‌المللی (به انگلیسی)

2023:

26) ***"User engagement in social network platforms: what key strategic factors determine online consumer purchase behaviour?",*** *Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 1(36), (JCR Q2-ranked, Impact factor: 3.080) 2656-2687.*

2022:

25) *"****Media Platforms as Blockholes of Information: App Economy and Burial of User-Generated Content****", Iranian Journal of Information Processing and Management (38), 65-80.*

2021:

24) ***"A SEM-NCA Approach towards Social Networks Marketing: Evaluating Consumers' Sustainable Purchase Behavior with the Moderating Role of Eco-Friendly Attitude",*** *International Journal of Public Health and Environmental Research,* 18(24), 13276 (JCR Q1-ranked)

23) ***"How to compose a media mix to win an electoral campaign? proposing a framework for political marketing"****, Ad-minister, 39, pp.163-194 (ESCI)*

22) ***"Political economy of media: An income-expense analysis of state aids to Iranian newspapers",*** *Ad-minister, 39, pp.97-120 (ESCI)*

21) ***"Media Branding and Value Co-Creation: Effect of User Participation in Social media of Newsmedia on Attitudinal and Behavioral Loyalty",*** *European Journal of International Management* (JCR Q3-ranked/ Scopus)

20) ***"Proposing a New Model for Shopping Centre Attractiveness Assessment by a Combination of Structural Equation Modelling (SEM) and Additive Ratio ASsessment (ARAS)"****, Current Issues in Tourism 24(11)1542-1560 (JCR Q1-ranked / Scopus)*

2020:

19) ***"Investigating the Role of Customer Co-Creation Behavior on Social Media Platforms in Rendering Innovative Services"****, Sustainability 12(17)6926 (JCR Q2-ranked / Scopus)*

*18) "****Digital Games Get Viral on Social Media: A Social Network Analysis of Pokemon Go in Twitter****" International Journal of Web Based Communities,* 16(3), 262-278 (Scopus).

17) ***"A Conceptual Framework for Value Co-Creation in Service Enterprises (Case of Tourism Agencies)",*** Sustainability, 12(1):1-21 (JCR Q2-ranked/ Scopus)

16) ***"Place Branding and Moderating Role of Social Media",*** Current Issues in Tourism, 23(14): 1723-1731 (JCR Q1-ranked/Scopus)

2019:

15) "***Does Employee Innovation Mediate the Relationship between Employee Performance and Relationship Marketing? An ICT-Based Case",*** World Review of Entrepreneurship Management and Sustainable Development, 15(6), 700-718 (Scopus/ BFI/ABDC)

14) ***"Corporate Media Entrepreneurship in Public Service Broadcasts: An exploratory Study of IRIB use of External Innovations",*** *Ad-minister, No 34, pp 101-118* (ESCI)

13) ***"Qualitative Methods in Media Entrepreneurship Research: Clarification of the terms Framework, Model and Pattern",*** *Ad-minister, No 34, pp 15-34* (ESCI)

12) ***"Social Norms and Entrepreneurial act: The Mediating Role of Opportunity Confidence",*** Sustainability 11(1), 158: 1-8 (JCR Q2-ranked/ Scopus)

2018:

*11) "****Effect of Social Media on Child Obesity: Application of Structural Equation Modeling with the Taguchi Method",*** International Journal of Environmental Research and Public Health, 15(7): 1-22. (JCR Q1-ranked/ Scopus)

10) ***"Leader-Member Exchange and Organizational Citizenship Behavior in Hospitality Industry: A Study on Effect of Gender",*** Eurasian Business Review 8(3):267-284 (JCR Q1-ranked/Scopus/ Danish BFI)

9) ***"Market Analysis, Strategy Diagnosis and Opportunity Recognition in Toy Industry"****,* International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 33(2):220-240 (ABDC/ Scopus/ Danish BFI indexed)

8) ***"Enterprise Social Media: Ethnographic Research on Communication in Entrepreneurial Teams",*** International Journal of E-Services and Mobile Applications, 10(1):34-40 (Scopus/ Danish BFI indexed)

2017:

7) ***"Media Entrepreneurship: A Consensual Definition",*** *Ad-minister, No 30, pp 91-113* (ESCI)

2016:

6) ***"User Innovation in Public Service Broadcasts: Creating Public Value by Media Entrepreneurship",*** *International Journal of Commercialization and Technology Transfer, 14(2): 117-131 (*BFI-1*)

5) ***"Audience Commodification: A Source for Innovative Business Models",*** *Technology Innovation Management Review, 6(8): 40-47* (ESCI)

4) ***"Telecommunication Policy: Addressing U.S congress and FCC about Net Neutrality"*** *Global Media Journal-Canadian Edition, 9(1), pp 135-141* (ESCI/Scopus)

3) ***"Intercultural Peers' effect on Social Identity of Social Media Users: A Critical Study of Consumer Socialization Theory",*** *Journal of Business and Economics, 7(3): 534-540* (BFI-1*)

2) ***"Airline Sustainability Modeling: A New Framework with Application of Bayesian Structural Equation Modeling"*** Sustainability 8(11), 1204 (Q2, Scopus)

2014:

1) ***"A perspective on Media Entrepreneurship policy: Globalization of Knowledge and opportunities for developing Economies",*** *Journal of Globalization Studies* (2014), 5(2): *174-187*

ذ) فصل کتاب

8) ***"How Actors of Social Networks Affect Differently on the Others? Addressing the Critique of Equal Importance on Actor-Network Theory by Use of Social Network Analysis"*** IN: "Contemporary Applications of the Actor Network Theory" (2020), *Palgrave*, in press

7) ***"Big Data for Competitiveness of SMEs: Use of Consumer Analytic to Identify Niche Markets"*** IN: "Competitiveness in emerging markets" (2018), *Springer*, 585-599

6) ***"Competition Outside of the Field: Economics and Marketing of Football in Iran"*** IN: "Competitiveness in emerging markets" (2018), *Springer*, 409-424

5) ***"Strategic Renewal in Corporate Entrepreneurship Context: A Multi-Case Study"*** IN: "Competitiveness in emerging markets" (2018), *Springer*, 315-338

4) ***"War of Attrition in Polish Video-Games Printing Press: Customer Retention to Survive Printing Press in the Age of Digital Communication Technologies"*** IN: "Competitiveness in emerging markets" (2018), *Springer*, 75-91

3) ***"Impact of Media Richness on Reduction of Knowledge-Hiding Behavior in Enterprises"***, IN: "Evaluating Media Richness in Organizational Learning" (2018), *IGI-Global*, USA, *135-148*

2) ***"Innovation Inventory as a Source of Creativity for Interactive Television"***, IN: "Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization" (2017), *Springer*, Germany, *341-349*

1) ***"New Venture Creation in Social Media Platform; Towards a Framework for Media Entrepreneurship"***, IN: "Handbook of Social Media Management; Value Chain and Business Models in Changing Media Markets" (2013), *Springer*, Germany, *125-142*

ر) کنفرانسهای بین‌المللی

*18) "****Media Management Education in the Era of Disruptive Technologies****", 20th International Conference on Management,* 20-21 February 2024, Tehran, Iran

*17) "****Affordances and IT Design: A Typology for Social Media and Platform Affordances****", 13th CMI conference on Digital transformation: Potentials and Challeges*, 26-27 November 2020, Copenhagen, Denmark

*16) "****Switching Costs in Cloud Platforms: Identifying and Ranking the Effective Factors on the Migration of SMEs by Using Push-Pull-Mooring Framework****", 13th CMI conference on Digital transformation: Potentials and Challeges*, 2020, 26-27 November, Copenhagen, Denmark

*15) "****Developing a Social Platform Strategy for Customer Engagement: A Co-Creation Approach****"* International Media Management Acadmic Assciation 2019, 4-6 October, Doha, Qatar

14) ***"Media Management Program in University of Tehran"***, International Media Management Acadmic Assciation 2019, 4-6 October, Doha, Qatar

*13) "****In-Game Advertising and effective factors on brand recall"****,* International Conference on Computer Games: Challenges and Opportunities (2019), 21 Feb, Kashan, Iran

12) ***"Social Network Analysis of Pokemon Go in Twitter",*** 2nd Natioal and 1st International Digital Games Research Conference (2018), 29-30 Nov, Tehran, Iran *(Best paper award)*

این مقاله برنده جایزه بهترین مقاله کنفرانس شده و در سامانه ***IEEE*** *نمایه گردیده است.*

11) ***"Identifying Generation Z's Behavioral Patterns in Social Media: A Case Study of Big Data Generated from active teens in Instagram",*** European Media Management Conference (2018), June 14-15, Warsaw, Poland

10) ***"Public Media and User Innovation: A theoretical development",*** International Symposium of Media Innovation (2017), October, 16-17, Tallinn, Estonia

*9) "****Impact of Opportunity Exploration and Exploitation in Performance of Iranian Small Media Firms",*** European Media Management Conference (2017), May 11-12, Gent, Belgium

8) ***"From Citizen Journalism to User Journalism: a new perspective on 'Comments' as sources of users' participation in media content production"***, 10th Global Communication Association Conference (2015), July 16-18, Berlin, Germany

7) ***"From Subscription-based to Attention-based business models: A study of Users' acceptance level of being Commodified for free access to value"***, European Media Management Conference (2015), May 29-30, Hamburg, Germany

6) ***"Public Service Broadcasts and Paradigm Shift in Audience Market: Moving from Production to Delivery by leveraging Social Media and User Generated Contents"***, 20th Biennial International Telecommunications Society on The Net and The Internet; Emerging Markets and Policies (2014), Nov 30-Dec 03, Rio de Janeiro, Brazil

5) ***"The Media Policy for promotion of Entrepreneurship in Digital Game Industry: the area which Education and Entrepreneurship meet Employment"***, The 2nd Scientific Conference of Employment, Education and Entrepreneurship (2013), October 16-18, Belgrade, Serbia

4) ***"Media Entrepreneurship Policy: Transition of Developing Economies towards the Global Knowledge Economy by Promoting Digital Media Enterprises"***, Knowledge Globalization Conference (2013), May 8-1, Istanbul, Turkey

3) ***"Participatory Media and Fostering Media Entrepreneurship; the Changes iMarkets and Business Models in Developing Economics"***, Swiss Association of Communication and Media Research (2012), April 20-21, Neu Chatel, Switzerland

2) "***Remediation of Media Markets Toward Media Entrepreneurship, How Recession Reconstructed Media Industry"***, European Media Management Association Conference (2011), June, 10-11, Moscow, Russia

1) ***"Create Value by Co-Marketing Alliances: Developing Sponsorship in Iranian Football",*** International Conference of Science and Football, (2009), November 9-10, Tehran, Iran

ز) آشنایی با زبان‌های خارجی

انگلیسی: تسلط به مکالمه و نگارش

عربی: تسلط به مکالمه و نگارش

دانمارکی: آشنایی در سطح ۴ رسمی (از ۵ سطح)