



به نام خدا
رزومه علمی پژوهشی

دانشگاه بین المللی اهل بیت علیهم السلام

۱- مشخصات فردی:

نام و نام خانوادگی : معین غریبی	پست الکترونیکی: m.gharibi@abu.ac.ir تلفن دفتر: ۰۲۱۵۵۲۳۵۶۸۴ داخلی ۲۰۹
---------------------------------	--

۲- سوابق تحصیلی

مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	گرایش	مدت تحصیل		نام واحد آموزشی	کشور/ شهر محل تحصیل
			از	تا		
کارشناسی	مدیریت بازرگانی	-	۱۳۸۲	۱۳۸۶	دانشگاه تهران	ایران
کارشناسی ارشد	مدیریت بازرگانی	بازرگانی بین الملل	۱۳۸۷	۱۳۹۰	دانشگاه تربیت مدرس	ایران
دکتر	مدیریت بازرگانی	بازاریابی	۱۳۹۲	۱۳۹۸	دانشگاه تهران	ایران

۳- وضعیت استخدامی:

وضعیت همکاری: تمام وقت
مرتبه دانشگاهی: استادیار

۴- سوابق آموزشی:

ردیف	نام موسسه	تاریخ شروع	تاریخ پایان	دروس تدریس شده
۱	دانشگاه بین المللی اهل بیت (ع)	۱۴۰۱	ادامه دارد	مدیریت رفتار مصرف کننده (کارشناسی ارشد به زبان فارسی و انگلیسی) مدیریت تبلیغات و برند (کارشناسی ارشد به زبان فارسی و انگلیسی) اصول مذاکرات و قراردادهای بین المللی (کارشناسی ارشد) مبانی سازمان و مدیریت (به زبان فارسی و انگلیسی) اصول و مبانی کارآفرینی (به زبان انگلیسی) بازرگانی بین المللی (به زبان انگلیسی) روش تحقیق در مدیریت زبان تخصصی مدیریت بازاریابی بین الملل
۲	موسسه غیر انتفاعی غیر دولتی ارشاد دماوند	۱۴۰۰	۱۴۰۳	اصول مذاکرات و قراردادهای تجاری (کارشناسی ارشد) بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته (کارشناسی ارشد) مدیریت تبلیغات و برند (کارشناسی ارشد) اصول بازاریابی و مدیریت بازار مبانی سازمان و مدیریت مدیریت رفتار سازمانی تحقیقات بازاریابی
۳	موسسه غیر انتفاعی غیر دولتی بصیر	۱۳۹۹	۱۴۰۱	مبانی سازمان و مدیریت بازرگانی بین المللی تجارت الکترونیک

۵- سوابق پژوهشی :

مقالات علمی پژوهشی چاپ شده در ژورنال ها:

ردیف	عنوان مقاله	عنوان مجله	تاریخ پذیرش/انتشار
۱	اثر تحول دیجیتال، ارتباطات، اعتماد، شفافیت و نوآوری بر رفتار مصرف کننده: شواهدی از کشورهای ایران، افغانستان و پاکستان	کاوش های نوین در علوم محاسباتی و مدیریت رفتاری دانشگاه شازند	۱۴۰۵
۲	تأثیر هوش مصنوعی بر رضایت مشتری و قصد خرید از فروشگاه های آنلاین لوازم آرایشی بهداشتی: نقش میانجی تعامل مصرف کننده و تجربه مشتری و نقش تعدیل گری دلبستگی عاطفی	دانش نو در مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی	۱۴۰۵
۳	بررسی جنبه های تاریک دلبستگی به برند در رفتار مصرف کننده	مطالعات کسب و کار و تجارت جهانی	۱۴۰۵
۴	تأثیر پذیرش فناوری اینستاگرام بر نگرش مصرف کننده و قصد خرید	کاوش های مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد	۱۴۰۴
۵	بررسی تأثیر ابعاد تجربه گردشگری مذهبی بر سلامت ذهنی گردشگران (مورد مطالعه: گردشگران مذهبی افغانستانی در ایران)	پژوهشنامه حج و زیارت	۱۴۰۴
۶	تأثیر نگرشها، هنجارهای ذهنی و کنترل درک شده بر تمایل به کارآفرینی دانشجویان غیرایرانی دانشگاه بین المللی اهلبیت (ع) تهران با تعدیلگری خودباوری	نشریه رویکردهای نوین در مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه	۱۴۰۴
۷	تأثیر نوآوری در خدمات بر رشد صادرات افغانستان (مطالعه موردی: صنعت قالین)	دانش نو در مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی	۱۴۰۳
۸	تأثیر مأموریت اجتماعی بر کیفیت خدمات و تصویر برند شرکت (مورد مطالعه: شرکت آب معدنی دی دی واتر)	فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری	۱۴۰۳
۹	تبیین ابعاد هوشمندی رقابتی با بهره گیری از قابلیت های شبکه های اجتماعی در صنعت ماءالشعیر ایران	مجله مدیریت بازرگانی تهران	۱۳۹۸
۱۰	مطالعه شبکه نگاری برای شناسایی ابعاد زمینه های تجربه مشتریان خدمات صنعت بانکداری	نشریه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران	۱۳۹۶
۱۱	طراحی و کاربرد سیستم اطلاعات مدیریت فرش دستباف ایران (فاز اول: امکان سنجی)	مجله مدرس (پژوهش های بازرگانی) دانشگاه تربیت مدرس	۱۳۹۰

مقالات ارائه شده در همایشها و کنفرانسهای علمی:

ردیف	عنوان مقاله	زمان برگزاری	نوع ارائه
۱	نقش شبکه های اجتماعی در ارتقای جذب مشتری کسب و کارهای کوچک و متوسط مورد مطالعه: شرکت های فعال در شهرک صنعتی کاسپین	۱۴۰۵	پوستری

۲	تحلیل ویژگی‌های مصرف‌کننده و ترفیع فروش بر خرید تکنشی در بسترهای آنلاین با در نظر گرفتن نقش میانجی دانش مشتریان	۱۴۰۵	سخنرانی
۳	بررسی جنبه تاریک دلبستگی به برند با تعدیلگری تحصیلات و درآمد مصرف‌کنندگان	۱۴۰۴	پوستری
۴	تأثیر استراتژی پیشگامی، تعدیل و تقلید بر خرید برخط در سکوهاى شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام و فیسبوک)	۱۴۰۴	سخنرانی
۵	بررسی تأثیر عوامل محیط کلان سازمان بر توسعه تجارت الکترونیکی در صنعت زعفران افغانستان	۱۴۰۴	سخنرانی
۶	بهره‌گیری از مزیت مشارکتی در صنعت حمل و نقل ریلی باری، ۱۳۹۸	۱۳۹۸	پوستری
۷	بررسی تأثیر اقدامات استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد نوآورانه مطالعه موردی: شرکت های قطعه ساز خودرو	۱۳۸۸	پوستری
۸	بررسی تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر اجرای موفقیت آمیز مدیریت کیفیت جامع و عملکرد سازمانی	۱۳۸۸	سخنرانی
۹	چگونه مدیریت استراتژیک منابع انسانی از طریق کسب مزیت رقابتی و بازار محوری به ارتقای عملکرد سازمانی منجر می شود؟	۱۳۸۸	سخنرانی

راهنمایی و مشاوره رساله ها و پایان نامه‌های دفاع شده:

ردیف	دانشجو	عنوان	سال دفاع
۱	الینگ آیزاک	تأثیر بازی‌وارسازی بر وفاداری مشتری: نقش واسطه‌ای تجربه مشتری و اعتماد به برند در تجارت الکترونیک بین‌المللی	۱۴۰۴
۲	سماکولا موسی	مدل جهان‌وطنی دیجیتال: نقش هوش مصنوعی و ابزارهای بازاریابی دیجیتال در اثرگذاری بر قصد خرید محصولات خارجی	۱۴۰۴
۳	کاتامبا ساموئل	تأثیر چابکی بازاریابی بین‌المللی بر نوآوری مدل های کسب و کار با نقش میانجی استراتژی‌های تمایز و نقش مداخله گر فشار محیطی: مطالعه‌ای بر شرکت‌های کوچک و متوسط صادراتی در ایران و اوگاندا	۱۴۰۴
۴	مرتضی ذبیحی	ارتقای صادرات محوری و کسب مزیت رقابتی در بازارهای خارجی از طریق منابع رابطه ای و گرایش به کارآفرینی بین الملل شرکت های ایرانی	۱۴۰۴
۵	اباذر عزتخواه	اثر تحول دیجیتال، نوآوری، اعتماد، شفافیت و ارتباطات بر رفتار مصرف کننده در بازارهای اسلامی مطالعه موردی: ایران، افغانستان و پاکستان	۱۴۰۴
۶	سید محمد یکتا	بررسی تأثیرابعاد تجربه گردشگری مذهبی بر سلامت ذهنی گردشگران (مورد مطالعه: گردشگران مذهبی افغانستانی در ایران)	۱۴۰۴
۷	نادره پازوکی	تأثیر بازار رقابتی، پویایی بازار و دانش مبتنی بر بازار بر عملکرد شرکت با میانجی گری قابلیت های پویا و تعدیلگری حمایت دولت و تأثیر عملکرد بر تمایل به صادرات (شرکت ها تولید زعفران)	۱۴۰۴

۸	مریم روستاکهن	تأثیر هوش مصنوعی بر تجربه مشتری، تعامل مصرف کننده در رسانه اجتماعی و رضایت مشتری با نقش تعدیل گری دلبستگی عاطفی (مورد مطالعه: فروشگاه های آنلاین لوازم آرایشی بهداشتی)	۱۴۰۴
۹	زهرا رستمی	تأثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی با نقش واسطه ای کارایی عملیاتی (مورد مطالعه: شرکتهای فعال در حوزه خرده فروشی زنجیره های)	۱۴۰۴
۱۰	سینا معینی	تأثیر جهت گیری استراتژیک و ظرفیت جذب بر عملکرد مالی شرکت های کوچک و متوسط با نقش پایداری اقتصادی و محیطی (مورد مطالعه: شهرک صنعتی شمس آباد	۱۴۰۴
۱۱	طاہره حسینی	عوامل تعیین کننده کارآفرینی دیجیتال در کسب و کارهای کوچک و متوسط (مطالعه موردی: کارآفرینی دیجیتال در افغانستان	۱۴۰۳
۱۲	فاطمه حلیمی	بررسی تأثیر عوامل محیط کلان سازمان بر توسعه تجارت الکترونیکی در صنعت زعفران افغانستان	۱۴۰۳
۱۳	زینب سلطانی پور	بررسی ظرفیت رسانه های اجتماعی در رویه های بازاریابی رابطه مند در شرکت های کوچک و متوسط در شهرک صنعتی کاسپین	۱۴۰۳
۱۴	سیدمحمد محسن عظیمی	تأثیر ماموریت اجتماعی بر کیفیت خدمات و تصویر برند شرکت (مورد مطالعه: شرکت آب معدنی دی دی واتر)	۱۴۰۳
۱۵	سیدمحمد موسوی تبار	تأثیر عواطف بر نیت رفتاری مشتری با نقش میانجی تجربه مشتری (مورد مطالعه: شرکت حمل و نقل مسافری رجاء)	۱۴۰۳
۱۶	فاطمه باباخانی	تأثیر تجربه برند الکترونیکی و تجربه فروشگاه بر وفاداری مشتریان با نقش رضایت مشتریان و تطابق خود برند (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)	۱۴۰۳
۱۷	ناہید علیزاده	تحلیل ویژگی های مصرف کننده و ترفیع فروش بر خرید تکنانشی در بسترهای آنلاین با در نظر گرفتن نقش میانجی دانش مشتریان	۱۴۰۲

طرح های پژوهشی:

ردیف	عنوان طرح	تاریخ شروع	تاریخ پایان
۱	بررسی روش های بازاریابی کاهش بازخريد بیمه های زندگی	تیر ۱۴۰۰	شهریور ۱۴۰۰
۲	سند استراتژیک، کارفرما: شرکت سیناریل پارس	بهمن ۱۳۹۵	اسفند ۱۳۹۵
۳	برنامه استراتژیک بازاریابی، شرکت سیناریل پارس	خرداد ۱۳۹۳	مهر ۱۳۹۳
۴	طرح توجیه فنی و اقتصادی خرید ۱۰۰ دستگاه واگن لبه بلند، شرکت سیناریل پارس	مرداد ۱۳۹۴	مهر ۱۳۹۴

۶- سوابق اجرایی (مسئولیت ها):

ردیف	عنوان مسئولیت	سازمان / موسسه	سال(های)
۱	سرپرست گروه مدیریت بازرگانی در مقطع کارشناسی	دانشگاه بین المللی اهل بیت	از مهر ۱۴۰۴
۲	عضو هیأت مدیره	شرکت ابراهیم آباد	۱۳۹۷-۱۳۹۹
۳	مدیر بازرگانی و بازاریابی	سیناریل پارس	۱۳۹۳-۱۴۰۴
۴	کارشناس ارشد و مدیر پروژه	دفتر برنامه ریزی راهبردی حوزه هنری	۱۳۹۱-۱۳۹۳

۷- داوری مجلات و کنفرانس ها

کاوش های مدیریت بازرگانی یزد

Global Business & Trade Studies (GBTS)

کنفرانس ملی توسعه و آینده نگری در صنایع با رویکرد فرایندهای داخل

۸- مهارت ها (تسلط بر زبان های خارجی ، نرم افزار یا دستگاه):

زبان انگلیسی

نرم افزارهای تحلیل آماری، روش تحقیق، گزارش نویسی، مدیریت پروژه