| عنوان رساله |
| --- |
| طراحی مدل تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینانه در صنایع غذایی ایران با تاکید بر نقش دانش بازار و تکنولوژی |
| طراحی تبیین مدل رهبری برای مدیران کشور بر اساس مبانی اسلام با تاکید بر سیره فردی و مدیریتی امام خمینی |
| طراحی مدل تناسب استراتژیک در زنجیره تامین صنعت خودرو |
| طراحی مدل رقابت پذیری برای صنعت بیمه کشور |
| تدوین مدلی در بازار یابی بر مبنای اصول اسلامی |
| طراحی و تبیین مدلی برای سازمان خلاق برای ایجاد مزیت رقابتی ( مطالعه موردی شرکت ساپکو ) |
| طراحی الگوی سیاستگذاری جامع قدرت نرم جمهوری اسلامی |
| طرحی و الگوی کارآفرینی استراتژیک با رویکرد بازارگرایی در صنایع غذایی ایران |
| ارائه الگویی جهت استقرار سیستم های هوش کسب و کار در حوزه فناوری نانو در سطح ملی |
| طراحی و تبیین مدلی اثر بخش برای تبلیغ ملی براساس مبانی علمی و فرهنگی کشور |
| طراحی مدل نظام باز مهندسی فرآیندها با رویکرد چابکی از طریق شبیه سازی در سازمان بنادر و دریا نوردی |
| طراحی مدل استراتژیک دانایی محور ی در بخش علم و فناوری در راستای سندچشم اندار ۲۰ساله جمهوری اسلامی ایران |
| طراحی مدل نوآوری در صنعت بیمه کشور |
| تدوین مدل ارزیابی روابط با مشتری (مطالعه موردی شرکتهای لیزینگ در استان تهران ) |
| طراحی مدل جامع تاثیر بازارگرایی بر عملکرد واحدهای تجاری (مطالعه موردی: شرکتهای بورسی) |
| طراحی مدل جامع تحقق دولت الکترونیک در جمهوری اسلامی ایران |
| طراحی و تبین سازمان مشتری گرا در بازار سرمایه با رویکرد جذب سرمایه های کوچک : مطالعه موردی شرکت های کارگزاری سازمان بورس اوراق بهادار تهران |
| طراحی مدل برند کارکنان بر مبنای ارزش های فردی و سازمانی در افزایش سهم بازار (مطالعه موردی بانک ملت |
| طراحی مدل کاهش رفتار رویگردانی مشتریان ( مطالعه موردی بانک تجارت ) |
| طراحی و تبیین مدل اجرای سیاستهای گردشگری با تاکید بر بخش خصوصی |
| طراحی مدل ارتقاء جایگاه برند حلال در بازارهای جهانی |
| تدوین مدلی برای جهت دهی عادات خرید کالای ایرانی شهروندان مقیم شهر تهران |
| طراحی مدل توسعه تجارت از طریق تلفن همراه در ایران |
| طراحی و تبیین مدل سازمان نوآور با تکیه بر پارادایم نوآوری باز، مورد مطالع صنعت نشر کشور |
| طراحی و تبیین مدل کارآفرینی ارزش آفرین (موج چهارم) |

| |
|---|
| تدوین مدل راهبردی پیام تبلیغاتی موثر بر خرید مصرف کنندگان مصرفی با رویکرد آموزه های اسلامی |
| طراحی مدل جامع فرایند تجاری سازی یافته های پژوهشی در دانشگاهها |
| طراحی مدل ارتقاء جایگاه برند گردشگری جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر نقش دولت |
| طراحی و تبیین مدل موقعیت یابی استراتژیک صنعت پتروشیمی (مورد مطالعه: شرکت پتروشیمی بیستون) |
| طراحی مدل همسوسازی اهداف فردی و سازمانی با تاکید بر رویکرد اسلامی |
| طراحی مدل تصمیم گیری استراتژیک با رویکرد اسلامی |
| طراحی و تبیین مدل حمایت بازاریابی از بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) |
| طراحی مدل استفاده از مدیریت دانش در هوشمندی کسب و کار؛ مورد مطالعه: صنعت بیمه کشور |
| طراحی و تبیین مدل تفکر استراتژیک در بنگاههای صنعتی |
| طراحی و تبیین مدل تصمیم گیری استراتژیک بر مبنای شهود با رویکرد اسلامی |
| طراحی الگوی کسب و کار کارآفرینانه برای دانشجویان مدیریت در نظام آموزش عالی ایران |
| طراحی مدل ارتقاء عملکرد شرکت با رویکرد اخلاق اسلامی کسب و کار (مورد مطالعه: بنگاههای خدماتی) |
| طراحی مدل برون سپاری در افزایش مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: صنعت شکر در استان خوزستان) |
| ارائه مدل جدیدی از بازارگرایی در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک مهر اقتصاد) |
| طراحی مدل شناخت و ارزیابی فرآیند جابجایی مشتری برای توسعه فرصتهای پایدار بازار در صنعت بانکداری ایران |
| طراحی مدل شاخص رضایت مشتریان (بیمه گذاران) صنعت بیمه کشور با تاکید بر ویژگیهای ایرانی- اسلامی |
| طراحی مدل اثربخشی شکل و رنگ در تبلیغات بر تصمیم گیری مشتری با استفاده از رویکرد بازاریابی عصبی |
| طراحی و تبیین مدل مدیریت جهادی با استفاده از تجارب فرماندهان دفاع مقدس |
| طراحی و تبیین مدل بازاریابی الکترونیکی سازمانهای بازرگانی همراستا با استراتژی کلان سازمان |
| طراحی و تبیین الگوی توسعه قابلیت‌های بازاریابی (مورد مطالعه: کسب و کارهای کوچک و متوسط فعال در صنعت غذایی کشور |
| نقش راهبردی اخلاق در برندینگ شرکتی |
| طراحی و تبیین مدل شهرت ملی به عنوان چارچوبی برای سیاستگذاری بازرگانی (مورد مطالعه: صنایع مصنوعات فلزی ایران) |

طراحی و تبیین الگوی نوآوری در تولید محصولات غذایی (مورد مطالعه: گروه صنایع تولیدی و بسته بندی جمع و رز طلایی

| |
|---|
| طراحی مدل اجرای استراتژی بازاریابی در بانکهای تجاری ایران |
| ارائه مدل بهبود فضای کسب و کار با رویکرد تجارت فرامرزی در راستای سند چشم انداز ۲۰ ساله کشور |
| طراحی و تبیین مدل توسعه تجارت اجتماعی کالاهای مصرفی، خدماتی و بادوام؛ مورد مطالعه: شهر اصفهان |

| |
|---|
| طراحی مدل بهبود درک فضای کسب و کار ایران در صنایع کوچک و متوسط (مورد مطالعه: صنایع کسب و کار کوچک و متوسط استان فارس) |
| تدوین و تبیین مدل بانکداری الکترونیک با رویکرد افزایش توان رقابتی بانکها (مورد مطالعه: ۵ بانک منتخب) |
| تدوین و تبیین مدل سازمان دوسو توان (مورد مطالعه: سازمان مادر تخصصی اتکا) |
| تدوین و تبیین مدل سازمان تاب آور در شرکتهای تولیدی (مورد مطالعه: صنعت نساجی) |
| تدوین و تبیین الگوی توسعه صنعت گردشگری با رویکرد اقتصاد مقاومتی (با تاکید بر ورود گردشگران خارجی) |
| طراحی و تبیین مدل همسویی میان سیستمهای کنترلی مدیریت و استراتژی بر مبنای دیدگاه قابلیت پویا |
| تدوین و تبیین مدلی برای مشتری حمایتگر در صنعت مواد شوینده و بهداشتی (در شهر تهران) |
| تدوین و تبیین الگوی بهبود خرید آنلاین مشتریان؛ مورد مطالعه: صنعت لوازم الکترونی مصرفی |
| تبیین و تدوین مدل مشارکت مشتری در توسعه محصول جدید (مورد مطالعه: صنایع مواد غذایی استان مازندران) |
| طراحی مدل تفکر استراتژیک در سازمان تامین اجتماعی |
| تدوین و تبیین مدل اثر پیام تبلیغاتی در رسانه های اجتماعی، مورد مطالعه: |
| تدوین و تبیین مدل هوشمندی بازاریابی (مورد مطالعه: صنعت خودرو ایران) |
| تدوین و تبیین مدل جامع تفکر استراتژیک با رویکرد توسعه و بهبود شایستگی (مورد مطالعه: شرکت ملی گاز) |
| تدوین و تبیین پرتفوی بهینه کسب و کار با استفاده از نظریه اختیار واقعی (Real Option) مورد مطالعه: صنعت کشتی سازی |
| طذاحی و توسعه الگوی پذیرش شبکه های اجتماعی به عنوان راهی برای استفاده از قابلیت های تجارت اجتماعی در سطح سازمانها |
| تدوین و تبیین مدل ارتقاء عملکرد شرکت بر اساس مولفه های اثرگذار سرمایه فکری و کارآفرینی سازمانی |
| تدوین و تبیین مدل ارزیابی عملکرد سازمانی، مورد مطالعه: سازمان خرید سپاه |
| تدوین و تبیین مدلی برای ارزیابی و انتخاب شرکای خارجی در تشکیل شرکتهای سرمایه گذاری مشترک بین المللی در صنعت خودروسازی |
| تدوین و تبیین مدل فرهنگ نوآوری در صنایع غذایی استان مازندران |
| تدوین و تبیین مدل تبلیغات دهان به دهان در فضای دیجیتال (مورد مطالعه: صنعت شیرینی و شکلات) |
| تدوین و تبیین مدل کاهش تخریب خدمات کارکنان در حوزه بانکداری (مورد مطالعه: بانک ملت) |
| طراحی و تبیین الگوی کنترل استراتژیک با رویکرد خود کنترلی (مورد مطالعه: صنعت بیمه) |
| تدوین و تبیین مدل رفتار خرید سبز مصرف کنندگان (موزد مطالعه: شهروندان مقیم شهر اهواز) |
| |
| تدوین و تبیین مدل ساختاری آینده نگاری توسعه تجاری- بازرگانی با رویکرد تلفیقی مدلهای madm و سناریو نویسی |
| طراحی مدل راهبردی ترجیحات برند مشتری در خدمات بانکداری (مورد مطالعه: بانک دی) |