

اطلاعات فردی



نام و نام خانوادگی: محمدرضا جلیوند

تاریخ تولد: ۱۳۶۲/۰۶/۳۰

کد ملی: ۴۰۷۲۸۴۹۳۶۷

تلفن همراه: ۰۹۱۲۸۳۳۵۳۶۹

آدرس پست الکترونیکی: rezajalilvand@ut.ac.ir

سوابق تحصیلی

- پسادکتری دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (بورسیه بنیاد ملی نخبگان-منتخب جایزه شهید چمران)
- دکتری آینده پژوهی با معدل ۱۹/۱۷، رتبه اول بین هم ورودی ها، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران
- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش بازاریابی با معدل ۱۷/۴۱ از دانشگاه اصفهان
- کارشناسی مدیریت بازرگانی با معدل ۱۸/۴۸ از دانشگاه لرستان و رتبه اول دانشجویان کارشناسی ورودی ۱۳۸۱

اطلاعات پروژه پسادکتری

عنوان پروژه: "توسعه قابلیت تفکر استراتژیک در محیط VUCA برای مدیران کسب و کارهای گردشگری ایران: رویکرد Business Wargaming"، استاد میزبان اصلی: دکتر علی حیدری (استادیار دانشکده مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران)، استاد میزبان پذیرنده: دکتر طهمورث حسنقلی پور یاسوری (استاد دانشکده مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران)

اطلاعات رساله دکتری

عنوان رساله: "آینده نگاری پویایی شبکه های گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: عتبات عالیات عراق)"، استاد راهنمای اول: دکتر علی حیدری (استادیار دانشکده مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران)، استاد راهنمای دوم: حمیدرضا یزدانی (دانشیار دانشکده مدیریت، پردیس قم دانشگاه تهران)، استاد مشاور: دکتر فاطمه ثقفی (دانشیار دانشکده مدیریت، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه تهران)، دفاع شده با اخذ نمره ۱۹/۷۰ و درجه عالی.

اطلاعات پایان نامه کارشناسی ارشد

عنوان پایان نامه: "تاثیر تبلیغات دهان به دهان بر جذب گردشگران خارجی: مورد مطالعه شهر اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری" و دفاع شده با اخذ نمره ۱۹/۲۵ و درجه عالی، استاد راهنما: دکتر بهرام رنجبریان (استاد گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان)، استاد مشاور: دکتر سعید فتاحی (دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان)

کتاب های منتشر شده و در حال انتشار

جلیلود، محمدرضا. و اشتری، حسن. (۱۳۹۶)، مروری بر روش های پیش بینی در آینده پژوهی (روش های کمی و کیفی)، انتشارات نشر شهر وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، تهران، چاپ اول، شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۹-۲۱۱-۲.

جلیلود، محمدرضا. و معصوم زاده، ابوالفضل. (۱۴۰۲)، بازاریابی از طریق رسانه های اجتماعی در صنعت گردشگری و مهمانداری (ترجمه و تالیف)، چاپ و نشر بازرگانی وابسته به موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، چاپ اول، شابک: ۹۷۸۶۲۲۵۹۴۱۶۹۴.

مقالات بین المللی

- Saghafi, F., **Jalilvand, M.R.**, Ahmadiyeh, E. and Nasrolahi Vosta, L. (2023), "Analysis of an industrial tourism business network using social network approach: the case of Isfahan, Iran", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2022-0164>
- Nasrolahi Vosta, L. and **Jalilvand, M.R.** (2022), "Electronic trust-building for hotel websites: a social exchange theory perspective", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2022-0119>
- Mohammadi, H., Nasrollahi, A., **Jalilvand, M. R.** & Hosseini, S. M. (2021), Überprüfung und Identifizierung verschiedener Strategien der Medienberichterstattung über Arba'in, *SPEKTRUM IRAN*, Vol. 34 No. 3/4, pp. 215-245.
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & **Jailvand, M. R.** (2021), A networking approach to analyzing religious tourism Businesses: The case of Al-Atabat Al-Aliyat in Iraq, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 2, pp. 427-450 (ESCI, Published by Emerald).
- Naderi, A., Nasrolahi, L., Ebrahimi, A. & **Jalilvand, M. R.** (2019), The contributions of social entrepreneurship and transformational leadership to performance: Insights from rural tourism in Iran, *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 39 No. 9/10 pp. 719-737 (ESCI, Published by Emerald).
- Sharifi, M., Khazaei, J., **Jalilvand, M. R.**, & Tabaeian, R. A. (2019), Forecasting of advertising effectiveness for renewable energy technologies: A neural network analysis, *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 143, 154-161 (JCR with Impact factor of 3.129, published by Elsevier)
- **Jalilvand, M. R.** and Khazaei, J. (2019), Information Technology competency and knowledge management in the hospitality industry service supply chain, *Tourism Review*, Vol. 74 No. 4, pp. 872-884 (JCR with Impact factor of 1.060, Published by Emerald)
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & **Jailvand, M. R.** (2018), The perspective of religious and spiritual tourism research: A systematic mapping study, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 9 No. 4, pp.747-798 (ESCI, Published by Emerald).
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & **Jailvand, M. R.** (2018), A systematic mapping study on tourism business networks, *European Business Review*, Vol. 30 No. 6, pp. 676-706 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jailvand, M. R.**, Khazaei, J., Jamkhaneh, H. B., & Tabaeian, R. A. (2018), Total quality management, corporate social responsibility and entrepreneurial orientation in the hotel industry, *Social Responsibility Journal*, Vol. 14 No. 3, pp. 601-618 (ESCI, Published by Emerald)
- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & **Jailvand, M. R.** (2017), Developing strategic relationships for religious tourism businesses: a systematic literature review, *Euromed Journal of Management*, Vol.2, No.1, pp.77-98. (EconLit, Published by InderScience).
- **Jailvand, M. R.**, Nasrolahi Vosta, L., Khalilakbar, R., Khazaei Pool, J. & Tabaeian, R. A. (2017), The Effects of Internal Marketing and Entrepreneurial Orientation on Innovation in Family Businesses, *Journal of the Knowledge Economy*, Vol. 10 No. 3 pp. 1064-1079 (ESCI, Published by Springer)

- **Jalilvand, M. R.**, Nasrolahi Vosta, L., Kazemi, H. & Khazaei Pool, J. (2017), Social responsibility influence on customer trust in hotels: mediating effects of reputation and word-of-mouth, *Tourism Review*, Vol. 72, No. 1, pp. 1-26 (JCR with Impact factor of 2.908, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** & Heidari, A. (2017), Comparing face to face and Electronic word-of-mouth in destination image formation: The case of Iran, *Information Technology & People*, Vol. 30 No. 4, pp. 710-735 (JCR with impact factor of 2.495, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** (2017), The effect of innovativeness and customer-oriented systems on performance in the hotel industry of Iran, *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 8, No. 1, pp. 43-61 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.**, Nasrolahi Vosta, S. & Yasini, A. (2017), Motivational antecedents of whistleblowing in Iranian public service organizations, *Iranian Journal of Management Studies*, Vol. 10 No. 2, pp. 385-408 (ESCI, Published by University of Tehran)
- **Jalilvand, M. R.** (2017), Word-of-mouth vs. mass media: their contributions to destination image formation, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 28, No. 2, pp. 1-12 (ESCI, Published by Routledge)
- **Jalilvand, M. R.**, Salimipour, S., Elyasi, M. & Mohammadi, M. (2017), Factors influencing word of mouth behaviour in the restaurant industry, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.35, No. 1, pp.81-110 (JCR with Impact factor of 2.164, published by Emerald)
- Hemmati, M., Feiz, D., **Jalilvand, M. R.** & Kholghi, I. (2016), Development of Fuzzy Two-stage DEA Model for Competitive Advantage Based on RBV and Strategic Agility as a Dynamic Capability, *Journal of Modeling in Management*, Vol. 11, No. 1, pp. 288-308 (ESCI, Published by Emerald)
- Doosti, S., **Jalilvand, M. R.**, Asadi, A., Khazaei Pool, J. and Mehrani, P. (2016), Analyzing the influence of electronic word of mouth on visit intention: the mediating role of tourists' attitude and city image, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 No. 2, pp. 137-148 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.**, Khazaei Pool, J., Verij Kazemi, R. & Nasrolahi Vosta, S. (2015), Antecedents and consequence of consumers' attitude towards brand preference: evidence from the restaurant industry, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 26 No. 4, pp. 1-10 (ESCI, Published by Routledge)
- **Jalilvand, M. R.** & Nasrolahi Vosta, L. (2015), "Examining the relationship between managerial power and affective organizational commitment: An empirical study in the sport sector of Iran", *Sport, Business and Management: an International Journal*, Vol. 5 No. 4, pp.344-364 (ESCI, Published by Emerald)
- Mokhtaran, M., Fakharyan, M., **Jalilvand, M. R.** & Mohebi, M. (2014), The Effect of Service Climate on Perceived Service Value and Behavioral Intentions: The Mediating Role of Service Quality, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 20, No. 4, pp. 472-486 (JCR with impact factor of 2.017, Published by Routledge)
- Fakharyan, M., Omidvar, S., Khodadadian, M.R. **Jalilvand, M. R.** & Nasrolahi Vosta, L. (2014), Examining the Effect of Customer-To-Customer Interactions on Satisfaction, Loyalty, and Word of- Mouth Behaviors in the Hospitality Industry: The Mediating Role of Personal Interaction Quality and Service Atmospherics, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 31 No. 5, pp. 610-626 (JCR with impact factor of 1.975, Published by Routledge)
- **Jalilvand, M. R.** & Shahin, A. & Nasrolahi Vosta, L. (2014), "Examining the Relationship between Branding and Customers' Attitudes toward Banking Services: Empirical Evidence from Iran", *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vo. 7, No. 2 pp. 214-227 (JCR with impact factor of 0.750, Published by Emerald)

- Nasrolahi Vosta, L. & **Jalilvand, M. R.** (2014), "Examining the influence of social capital on rural women entrepreneurship: An empirical study in Iran", *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 10 No. 3, pp. 209-227 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.**, Khazaei Pool, J., Nasrolahi Vosta, L. & Shabani Nafchali, J. (2014), The effect of marketing constructs and tourists' satisfaction on loyalty to a sport destination: A structural equation model and analysis, *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 7 No. 4, pp. 316-332 (ESCI, Published by Emerald)
- Asadi, A., Khazaei Pool, J., & **Jalilvand, M. R.** (2014), The effect of perceived price fairness through satisfaction and loyalty on international tourists' price acceptance of Islamic-Iranian art products, *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 7 No. 4, pp. 201-215 (ESCI, Published by Emerald)
- Fateh Rad., M., Seyed Esfahani, M.M., & **Jalilvand, M. R.** (2014), "An Effective Collaboration Model between Industry and University: Approaching with Dynamic Systems and Relying on the Theory of Self-organization", *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 6, No. 1, pp. 2-24 (ESCI, Published by Emerald)
- Feiz, D., Fakharyan, M., **Jalilvand, M. R.** & Hashemi, M. (2013), "Examining the effect of TV advertising appeals on brand attitudes and advertising efforts in Iran", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp. 101-125 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** & Samiei, N. (2012), "The Impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TBP)", *Internet Research*, Vo. 22, No. 5, pp. 591-612 (JCR with Impact factor of 4.708, published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.**, Samiei, N., Dini, B. & Yaghoubi Manzari, P. (2012), "Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, attitudes toward destination and travel intention: An integrated approach", *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 1, No. 1-2, pp. 134-143 (JCR with Impact factor of 4.279, published by Elsevier)
- **Jalilvand, M. R.** & Samiei, N. (2012), "The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30, No. 4, pp. 460-476 (JCR with Impact factor of 2.164, published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** & Samiei, N. (2012), "Impact of word of mouth on tourists decision for traveling to Isfahan as an Islamic destination in an Islamic republic", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, No. 1, pp. 12-21 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** & Samiei, N. (2012), "Perceived risks in travelling to the Islamic Republic of Iran", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, No. 2, pp. 175-189 (ESCI, Published by Emerald)
- **Jalilvand, M. R.** & Samiei, N. (2011), "The effect of brand equity components on purchase intention: An application of Aaker's model in the automobile industry", *International Business and Management*, Vol. 2 No. 2, pp. 149-158 (Indexed by ProQuest)
- Yaghoubi Manzari, P., Dini, B., & **Jalilvand, M. R.** (2011), "The Effect of Electronic Commerce in Business Value and Supply Chain Process: evidence from Iran", *International Business and Management*, Vol. 3, No. 2, pp. 46-62 (Indexed by DOAJ)
- **Jailvand, M. R.**, Shekarchizadeh Esfahani, S. & Samiei, N. (2011), "Electronic Word of Mouth: Challenges and Opportunities", *Procedia Computer Science*, Vol. 3, pp. 42-46 (Scopus, Published by Elsevier)

مقالات علمی - پژوهشی داخلی

- قاسم نژاد، زینب، مجیدی، نسیم، و جلیوند، محمدرضا. (۱۴۰۰)، بررسی چالش‌های توسعه گردشگری دیجیتال مطالعه موردی: شهر تهران، نشریه گردشگری شهری دانشگاه تهران، دوره ۸، شماره ۳، صفحات. ۷۹-۹۰.

- شمس دولت ابادی، سیدمحمود. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۴)، تحلیل دینامیکی علل وقوع جنگ های آینده با استفاده از رویکرد پویایی شناسی سیستم، فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، شماره ۵۹، صفحات ۴۹-۷۲.
- نصرالهی وسطی، لیلا. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۳)، تاثیر تبلیغات شفاهی بر تصمیم گردشگران داخلی برای سفر به کشورهای خارجی، مجله مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، دوره ۵، شماره ۴، صفحات. ۹۹-۱۲۰.
- جلیوند، محمدرضا. و بهروزی لک، غلامرضا. (۱۳۹۳)، سیر تحولات آینده پژوهی به عنوان حوزه ای میان رشته ای: مطالعه موردی آمریکا، فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره ۷، شماره ۱، صفحات. ۶۵-۱۳۳.
- نظامی وند، هوشنگ. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۳)، رویکرد تدوین استراتژی در بانک های تخصصی، فصلنامه علمی-کاربردی پویا، سال دوم، شماره ششم، صفحات. ۴۲-۶۷.
- فاتح راد، مهدی. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۳)، بررسی و نقد وضعیت مدیریت پژوهشی در طیف اعتماد کنترل در حیطه دانشکده های مدیریت، اقتصاد، روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، فصلنامه مطالعات اندازه گیری و ارزشیابی آموزشی، سال چهارم، شماره ۵، صفحات. ۱۵۵-۱۷۴.
- فاتح راد، مهدی، نقوی، محمدحسین. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۳)، دانشگاه حکمت بنیان نهاد مبنایی پیشرفت متعالی، فصلنامه مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، سال ۱۷، شماره ۳، صفحات. ۴۷۱-۴۹۲.
- فاتح راد، مهدی، جلیوند، محمدرضا، مولایی، مهدی. و نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۲)، مختصات روش شناختی فرارشته آینده پژوهی به مثابه یک فرایردایم یکپارچه، مجله مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره ۶، شماره ۱، صفحات. ۱۳۵-۱۶۱.
- رنجبریان، بهرام، جلیوند، محمدرضا. و فتحی، سعید. (۱۳۹۱)، تاثیر تبلیغات دهان به دهان بر جذب گردشگران خارجی سفر کرده به ایران: مورد مطالعه شهر اصفهان به عنوان یک مقصد گردشگری، مجله تحقیقات جغرافیایی دانشگاه اصفهان، سال ۲۶، شماره ۴، صفحات. ۱۷۵۴۷-۱۷۵۶۷.
- رنجبریان، بهرام. و جلیوند، محمدرضا. (۱۳۹۱)، تاثیر ویژگی های فردی بر ریسک استنباط شده گردشگران خارجی سفر کرده به اصفهان، مجله علمی پژوهشی شریف دانشگاه صنعتی شریف، دوره ۲۸، شماره ۱، صفحات. ۳-۹.
- فاتح راد، مهدی، جلیوند، محمدرضا. و محمدزاده، منیره. (۱۳۹۱)، بررسی و تجربی انگیزه ها و چالش های انجام مطالعات میان رشته ای با تاکید بر روش شناسی میان رشته ای، فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره چهارم، شماره ۱، صفحات. ۸۵-۱۱۱.
- حاجی حسینی، حجت الله، جلیوند، محمدرضا، الیاسی، مهدی. و کمالی، بیتا. (۱۳۹۱)، ارائه مدلی برای بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر عملکرد سازمان های تولیدی: مورد مطالعه شرکت های خودروسازی سایپا و ایران خودرو، مجله مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران، دوره ۴، شماره ۱۳، صفحات. ۲۵-۴۴.
- جلیوند، محمدرضا. و ابراهیمی، ابوالقاسم. (۱۳۹۱)، تاثیر ارتباطات دهان به دهان بر خرید خودروهای داخلی (مورد مطالعه: خودروی سمند شرکت ایران خودرو)، مجله مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، دوره ۳، شماره ۹، صفحات. ۵۷-۷۰.

مقالات علمی-ترویجی و تخصصی داخلی

- ارجلو، مهدی، سپهوند، رضا، جلیلود، محمدرضا. (۱۳۹۳)، نقد نظریه های کنترل سازمانی و ضرورت توجه به آن از منظر تعلیم اسلامی، مجله اسلام و مدیریت، سال دوم، شماره ۳، صفحات. ۱۲۳-۱۳۹.
- نظامی وند، هوشنگ و جلیلود، محمدرضا. (۱۳۹۳)، نگرش اسلامی به مدیریت در مقابل مدیریت اسلامی، مجله اسلام و مدیریت، سال دوم، شماره سوم، صفحات. ۱۲۳-۱۴۰.
- خزایی، سعید، جلیلود، محمدرضا و نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۲)، بررسی نظری روش تحلیل لایه ای علت ها در حوزه آینده پژوهی، فصلنامه مطالعات آینده پژوهی، سال دوم، شماره هشتم، صفحات. ۷۱-۱۰۲.
- فاتح راد، مهدی، جلیلود، محمدرضا و نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۲)، درآمدی بر مبانی معرفت شناسی و روش شناسی آینده پژوهی، فصلنامه مطالعات آینده پژوهی، سال دوم، شماره هشتم، صفحات. ۲۷-۵۲.

مقالات در کنفرانس های بین المللی و ملی

- **Jalilvand, M. R.** (2019), A Strategic Networking Approach to Religious Destinations (Case Study: Atabat in Iraq), 5th International Conference on Strategic Management, 5-6 March 2019, University of Tehran, pp. 1-23.
- Heidari A., Yazdani, H. R., Saghafi, F. & **Jalilvand, M. R.** (2016), A Typology of Strategic Relationships in Religious Tourism Business Networks, 4th International Conference on Strategic Management, 6-7 December 2016, University of Tehran, pp. 559-572.
- ضیادوست، معین و جلیلود، محمدرضا. (۱۴۰۲)، شناسایی ابعاد هم آفرینی برند در جوامع آنلاین، پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار، ۱۸ مرداد ماه ۱۴۰۲، دانشگاه علامه طباطبایی.
- جلیلود، محمدرضا. (۱۴۰۰)، واکاوی مبانی و مولفه های حکمرانی در تراز تمدن نوین اسلامی، دومین همایش ملی بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی مبتنی بر بیانیه گام دوم، موزه ملی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، تهران، ۳۱ شهریور ۱۴۰۰.
- جلیلود، محمدرضا و مهرانی عدل، پریسا. (۱۳۹۹)، کاروانسرای خانات: آرامش معماری کهن در دل پایتخت ایران، همایش ملی «کاروانسراهای ایران: گذشته، حال، آینده»، موزه ملی ایران، سالن دوران اسلامی، ۵ و ۶ اسفندماه ۱۳۹۹.
- جلیلود، محمدرضا، معصوم زاده، ابوالفضل و دینی، بهروز. (۱۳۹۱)، تاثیر بکارگیری موثر مدل 7p آمیخته بازاریابی بر درآمدزایی شرکت های بیمه (مورد مطالعه بیمه ایران)، پذیرفته شده در همایش ملی جهاد اقتصادی، دانشگاه مازندران (۲۳ آبان ماه ۱۳۹۱).
- یعقوبی منطری، پریسا، جلیلود، محمدرضا و دینی، بهروز. (۱۳۹۱)، عوامل موثر بر مدیریت زنجیره تامین سبز بر فضای کسب و کار شرکت های فولادی، پنجمین کنفرانس ملی و سومین کنفرانس بین المللی لجستیک و زنجیره تامین (۲۶ و ۲۷ آذر ۱۳۹۱، مرکز همایش های برج میلاد).
- فاتح راد، مهدی، نصرالهی وسطی، لیلا و جلیلود، محمدرضا. (۱۳۹۲)، تاثیر فناوری اطلاعات بر طراحی ساختار سازمانی و عملکرد شرکت: مورد مطالعه شرکت سایپا، کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (۲۴ بهمن ۱۳۹۲)، نمایه شده در Civilika.
- موسوی، سید نجم الدین، نصرالهی وسطی، لیلا و جلیلود، محمدرضا. (۱۳۹۳)، تاثیر استراتژی های رقابتی بر نوآوری بنیادی شرکت های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (مورد مطالعه: شرکت ایرانسل)، کنفرانس سالیانه کارآفرینی و نوآوری استراتژیک (۴ آبان ۱۳۹۳).

- جلیلود، محمدرضا، فتح راد، مهدی. و نصرالهی وسطی، لیلا. (۱۳۹۳)، مطالعه تطبیقی روش شناسی ها در عرصه علوم اجتماعی و رفتاری، کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم رفتاری (۷ آبان ۱۳۹۳).

جوایز و افتخارات علمی

- ❖ رتبه اول دوره کارشناسی مدیریت بازرگانی در میان دانشجویان ورودی ۱۳۸۱ دانشکده مدیریت دانشگاه لرستان
- ❖ رتبه اول دوره دکتری آینده پژوهی در میان دانشجویان ورودی ۱۳۹۰ دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
- ❖ انتخاب شدن مقاله منتشر شده در مجله Marketing Intelligence & Planning در سال ۲۰۱۵ به عنوان مقاله پراستناد توسط ناشر Emerald
- ❖ انتخاب شدن مقاله منتشر شده در مجله Tourism Review در سال ۲۰۱۸ به عنوان مقاله مورد تحسین توسط ناشر Emerald
- ❖ انتخاب شدن به عنوان نویسنده منتخب دانشگاه تهران توسط مدیر منطقه ای ناشر Emerald در سال ۱۳۹۵
- ❖ مقدار شاخص H-Index بین المللی در سال ۲۰۲۲ به گزارش Scopus برابر با ۲۱ (قابل مشاهده از طریق لینک: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=37017030800>)
- ❖ منتخب بورس پساکتوری شهید چمران بنیاد ملی نخبگان در سال ۱۳۹۸
- ❖ دانشجوی دکتری منتخب بنیاد ملی نخبگان در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۴
- ❖ دانشجوی منتخب مقطع دکتری در کمیته علوم اجتماعی و رفتاری در ششمین جشنواره بین الملل دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۵
- ❖ دانشجوی منتخب مقطع دکتری در کمیته علوم اجتماعی و رفتاری در جشنواره پژوهش و فناوری دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۵
- ❖ دانشجوی منتخب مقطع دکتری در سومین جشنواره آموزش و پژوهش دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۶

دوره های آموزشی، همایش های ملی و کنفرانس های بین المللی

- ✓ گواهینامه بین المللی کارگاه آموزشی مدیریت بازار و بازاریابی برگزار شده توسط گروه پژوهشی صنعتی آریانا، تیرماه ۱۳۸۹.
- ✓ گواهینامه بین المللی شرکت در کنفرانس همکاری های اقتصادی خاورمیانه برگزار شده توسط MEEA در شهر استانبول ترکیه، تیرماه ۱۳۸۹.
- ✓ گواهینامه بین المللی شرکت در کنفرانس جهانی فناوری اطلاعات برگزار شده توسط دانشگاه Bahchesehir در شهر استانبول ترکیه، مهرماه ۱۳۸۹.
- ✓ گواهینامه بین المللی شرکت در نهمین کنفرانس بین المللی APEF برگزار شده توسط دانشگاه Beijing در شهر بیجینگ چین، آذرماه ۱۳۸۹.
- ✓ گواهینامه بین المللی کارگاه آموزشی مدیریت، نوآوری و کارآفرینی، برگزار شده توسط دانشگاه شیراز، بهمن ماه ۱۳۸۹.
- ✓ گواهینامه شرکت در کارگاه آموزشی بانکداری الکترونیک، برگزار شده توسط سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی یزد، ۱۳۹۰.
- ✓ شرکت در کنفرانس سالانه بازاریابی برگزار شده توسط آکادمی علوم بازاریابی در می ۲۰۱۱ در فلوریدا، آمریکا.

- ✓ گواهینامه شرکت در همایش تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی با محوریت رویکرد علمی و فناورانه، برگزار شده توسط دانشکده مدیریت، علم و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۲۳ و ۲۴ خرداد ۱۳۹۱.
- ✓ گواهینامه شرکت در کنفرانس ملی دانشجویی کارآفرینی، برگزار شده توسط دانشگاه شاهد، ۲۰ و ۲۱ مهر ۱۳۹۱
- ✓ گواهینامه شرکت در ششمین کنفرانس بین المللی برند، برگزار شده در مرکز همایش های برج میلاد، ۲۷ و ۲۸ بهمن ۱۳۹۰

همکاری با مجلات بین المللی و داخلی

- عضو هیات تحریریه مجله Internet Research با ضریب تاثیر ۳.۸ تحت ناشر Emerald
- همکاری علمی با بیش از ۳۰ مجله معتبر بین المللی از قبیل Tourism Management، Tourism Management، Information، Internet Research، International Journal of Tourism Research، Perspectives International Journal of Contemporary Hospitality، Technology and People European Journal of، Tourism Review، Marketing Intelligence & Planning، Management Journal of Consumer، Journal of Destination Marketing and Management، Marketing Behavior، و Journal of Service Marketing و به عنوان داور و ارزیاب مقالات
- همکاری با مجله بین المللی Iranian Journal of Management Studies دانشگاه تهران (پردیس فارابی) به عنوان کمک سردبیر (Co-editor) و نیز ارزیاب مقالات
- همکاری با مجله علمی پژوهشی مدیریت کسب و کار بین المللی دانشگاه تبریز به عنوان داور و ارزیاب مقالات
- همکاری با مجله علمی پژوهشی فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران دانشگاه تهران به عنوان داور و ارزیاب مقالات

مهارت های فردی

- آشنایی با نرم افزارهای SPSS، LISREL، AMOS، UCINET، NetLogo و Vensim

پروژه های انجام شده

- همکار طرح (۱۳۹۲-۱۳۹۳)، اصلاح ساختار اقتصادی و سازمان شرکت نفت بهران.
- همکار طرح (۱۳۹۲-۱۳۹۳)، استراتژی های کسب و کار مبتنی بر سناریو
- همکار طرح (۱۳۹۲-۱۳۹۳)، پیش بینی متغیرهای کلان اقتصادی ایران و بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی
- همکار طرح (۱۳۹۳-۱۳۹۴)، طرح راهبردی و تعالی قرب قائم، قرارگاه سازندگی خاتم الانبیاء
- همکار طرح (۱۳۹۳)، تدوین برنامه استراتژیک و عملیاتی گروه فناوری اطلاعات بهستان رایان
- همکار طرح (۱۳۹۲)، بازنگری برنامه استراتژیک و عملیاتی بانک تجارت
- همکار طرح (۱۳۹۲)، آینده نگاری صنایع پتروشیمی ایران
- همکار طرح (۱۳۹۱)، مطالعه، طراحی، و پیشنهاد ساختار جدید شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی

سوابق کاری

- عضو هیات علمی گروه مدیریت بازرگانی، استادیار، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران
- مدیر گروه مطالعات اجتماعی گردشگری و مهمانداری، موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران، به مدت ۳ سال از سال ۱۳۹۸ (در حال همکاری)
- مدیر دفتر مطالعات رفتاری و روش‌های نوین سیاست پژوهی، مرکز مطالعات و بررسی‌های راهبردی، دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱
- دبیر اجرایی و عضو شورای سیاست‌گذاری همایش ملی «کاروانسرای ایران: گذشته، حال، آینده» برگزار شده توسط موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران با همکاری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، ۵ و ۶ اسفند ماه ۱۳۹۹ (موزه ملی ایران).
- مشاور رئیس هیات مدیره و مدیر عامل گروه جهانپارس از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۰، به مدت ۲ سال
- کارشناس ارشد برنامه ریزی، مدیریت برنامه ریزی و توسعه اقتصادی، شرکت تهران گسترش (قرارگاه خاتم الانبیاء) به مدت ۳ سال
- کارشناس ارشد برنامه ریزی، مدیریت برنامه ریزی و توسعه راهبردی، شرکت مهد امید آربین (قرارگاه خاتم الانبیاء) به مدت ۷ ماه
- پژوهشگر واحد برنامه‌ریزی راهبردی، پژوهشکده برنامه‌ریزی و مطالعه اقتصادی سینا، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی به مدت ۲ سال
- کارشناس برنامه ریزی، هولدینگ سیاحتی و مراکز تفریحی پارسیان، بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، به مدت ۶ ماه
- همکاری تحقیقاتی با موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی به مدت ۳ ماه

سوابق تدریس

- عنوان درس: تاکسی توریسم، دوره آموزش آزاد، مرکز علمی کاربردی سازمان تاکسیرانی شهرداری تهران، از سال ۱۳۹۳-۱۳۹۵.
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک علم و فناوری، دوره: کارشناسی ارشد آینده پژوهی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸
- عنوان درس: استراتژی‌های رسانه ای، دوره: دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پردیس البرز، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۷-۱۳۹۸
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک رسانه، دوره: کارشناسی ارشد و دکتری مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹
- عنوان درس: فضای کسب و کار در ایران، دوره: کارشناسی ارشد MBA، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹

- عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹
- عنوان درس: میراث فرهنگی در گردشگری، دوره: کارشناسی ارشد برنامه ریزی گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک رسانه، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، پردیس البرز دانشگاه تهران، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۸-۱۳۹۹
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک رسانه، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک رسانه، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، پردیس بین المللی کیش دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک بازاریابی، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰
- عنوان درس: روش تحقیق، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰
- عنوان درس: آینده پژوهی، دوره: کارشناسی ارشد MBA گرایش استراتژی، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰
- عنوان درس: آینده پژوهی، دوره: کارشناسی ارشد MBA گرایش استراتژی، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک پیشرفته، دوره: کارشناسی ارشد MBA گرایش استراتژی، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
- عنوان درس: مدیریت استراتژیک، دوره: کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
- عنوان درس: مبانی تئوری و فلسفی سیستم های اطلاعات مدیریت، دوره: کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه الزهراء، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
- عنوان درس: محیط ملی و بین المللی تجارت و گردشگری، دوره های: روزانه و مجازی کارشناسی ارشد مدیریت توریسم، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال اول سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱
- عنوان درس: پیاده سازی استراتژی، دوره های: روزانه و مجازی کارشناسی ارشد MBA، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱

-عنوان درس: مدیریت استراتژیک پیشرفته، دوره: مجازی کارشناسی ارشد MBA، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱

-عنوان درس: روش تحقیق کیفی، دوره: روزانه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، نیمسال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱

مشاوره پایان نامه کارشناسی ارشد

-تحلیل شبکه گردشگری صنعتی با استفاده از رویکرد شبکه اجتماعی (مورد مطالعه: استان اصفهان)، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پردیس البرز، اسرافیل احمدیه خانه سر، ۱۳۹۷/۱۰/۳۰.

-شناسایی پیشایندها و پسایندهای نوآوری در مدل کسب و کار: رویکرد پایداری، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، حمیدرضا بیداری، ۱۳۹۷/۱۰/۱.

-تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: شبکه اینستاگرام و دانشجویان دانشگاه تهران)، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، فاطمه عابدی، ۱۳۹۷/۱۲/۱۵.

-توسعه مدل نگهداشت نیروی انسانی در سازمان‌های رسانه‌ای (مورد مطالعه: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، سعید شیدایی، ۱۳۹۸/۱۰/۰۲.

-نقش شبکه‌های اجتماعی در پیاده سازی رویکرد بانکداری اجتماعی، دانشکده مدیریت دانشگاه الزهراء، آرزو ناعمی، ۱۳۹۸/۹/۱۴.

-بررسی اقتناع در فضای مجازی با استفاده از مدل اقتناعی احتمال موشکافی برای وب سایت وزارت بهداشت و درمان، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، شبنم امامی، ۱۳۹۹/۰۶/۱۰.

-تحلیل عوامل موثر بر تصمیم گیری مسیر شغلی (مورد مطالعه: دانشجویان مدیریت دانشگاه های دولتی شهر تهران)، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، مهسا فتاحی اردکانی، ۱۳۹۹/۱۰/۰۸.

-بررسی تاثیر اقتناع روایی بر گفتگوی میان فردی و نگرش (مورد مطالعه: مخاطبان اخبار سیمای جمهوری اسلامی ایران)، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، محمدرضا شکوریان فرد، ۱۳۹۹/۱۲/۰۱.

-شناسایی مولفه‌های تاثیرگذار محافظت از داده‌ها بر اعتماد کاربران رسانه‌های اجتماعی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، درسا مومنی خواه، ۱۳۹۹/۱۲/۰۱.

راهنمایی پایان نامه کارشناسی ارشد

-واکاوی پوشش رسانه ای اپیدمی کرونا از دیدگاه کادر بهداشت و درمان (مورد مطالعه: بیمارستان های تامین اجتماعی، شفا و امام خمینی (ره) سقز و صلاح الدین ایوبی بانه)، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، خالد فتاحی، ۱۴۰۰/۰۱/۱۸.

-نقش فناوری اطلاعات در توسعه مدل های کسب و کار SMES در دوران پاندمیک کرونا، دانشکده حسابداری و مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، علی آفتاب طلب، ۱۴۰۱/۰۲/۱۵.

-طراحی نقشه راه ریتارگتینگ در کسب و کارهای کوچک و متوسط (مطالعه موردی: شرکت یکتانت)، دانشکده حسابداری و مدیریت، پردیس فارابی دانشگاه تهران، نیلوفر فلاحي، ۱۴۰۱/۰۳/۳۱.

مشاوره رساله دکتری

-برندسازی مقصدهای گردشگری ایران در فضای مجازی با تاکید بر بازاریابی دیجیتال، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، زینب قاسم نژاد، ۱۳۹۸/۱۱/۵

راهنمایی رساله دکتری

-واکاوی راهپیمایی اربعین و طراحی الگوی اجرایی برای پوشش رسانه ای آن، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، حمید محمدی، ۱۳۹۸/۱۲/۰۸

-آینده پژوهی سازمان های خبری ایران با تاکید بر پساکرونا، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، احمد نیکنام، ۱۴۰۰/۰۱/۲۵

-طراحی الگوی چند سطحی تبلیغات دیجیتال شرکت های بیمه ای در رسانه های اجتماعی، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، اسدی، ۱۴۰۰/۰۴/۰۲