



پروفسور علی صناعی
استاد تمام و عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه اصفهان

زندگی نامه

علی صناعی، در سال ۱۳۴۴ در اصفهان چشم به جهان گشود، پدرش زنده یاد حاج بهرام صناعی (خیرین مدرسه ساز) و مادرش حاجیه خانم ملک تجار میباشند. وی تحصیلات ابتدائی خود را در دبستان ستاره صبح و تحصیلات متوسطه را در دبیرستان حکیم سنایی آغاز نمود، وی تحصیلات دانشگاهی خود را در رشته مهندسی و مدیریت بازرگانی در سال ۱۹۸۲ میلادی آغاز و در سال ۱۹۹۰ میلادی فارغ التحصیل گردید. و در سال ۱۳۷۶ ازدواج کرد که ثمره آن یک فرزند پسر به نام رضا دانشجوی مهندسی کامپیوتر دانشگاه آریزونا امریکا می باشد.

مشخصات فردی

سال و محل تولد: ۱۳۴۴/۰۱/۲۷ - اصفهان

محل خدمت: دانشکده علوم اداری و اقتصاد، گروه مدیریت

مدارک تحصیلی:

- **PhD. Marketing & Export., Loughborough University Business School, Loughborough, Leics, LE11, 3TU, UK, June 1998.**
- **M.B.A, (hons), Seattle University, Seattle, Washington, 98122, U.S.A, April 1990.**
- **BSc, Mechanical Engineering Seattle University, Seattle, Washington, 98122, U.S.A, June 1987.**
- **Diploma (hones), Skyline High School, Oakland California, USA, 1982**

مرتبہ دانشگاهی

استاد تمام: از سال ۱۳۹۱ تا کنون

H-Index: 15

زمینه های تحقیقاتی

- مدیریت فناوری اطلاعات (ITM)
- بازاریابی و صادرات، تجارت الکترونیک (تجارت نوین و آینده پژوهی)
- آموزش های الکترونیکی (مجازی)
- مدیریت صادرات و بازاریابی بین الملل

مسئولیت های اجرایی و عضویت در شوراها و کمیته ها

- رئیس پژوهشکده مدیریت دانشگاه اصفهان، ۱۳۹۰ - اسفند ۹۶
- رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران - شعبه اصفهان، مردادماه ۹۷ تا کنون
- مدیر گروه پژوهشی ITM شهریور ۱۳۸۳ - حال
- مدیر کل امور تحقیقات و ارتباط با صنعت دانشگاه اصفهان شهریور ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۶
- دبیر کل چهارده دوره کنفرانس بین المللی تجارت الکترونیک ECDC از سال ۲۰۰۶ تا کنون
- عضو و مشاور کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان ۱۳۹۱ - تا کنون
- رئیس پردیس دانشگاه اصفهان، ۱۳۹۲ - ۱۳۹۳
- رئیس دانشکده آموزشهای مجازی دانشگاه اصفهان ۱۳۸۸ - تابستان ۱۳۹۳

ترجمه و تألیف کتاب

- مدیریت بازاریابی صنعتی با رویکرد روابط تجاری (B2B)، انتشارات موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران، زمستان ۹۹
- تجارت الکترونیک، دکتر علی صنایعی، انتشارات موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران، چاپ هشتم، پاییز ۹۹
- بازاریابی به کمک علوم اعصاب، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی، بهار ۹۹
- اینترنت اشیاء، آینده بازار، دکتر علی صنایعی، انتشارات بازاریابی، پاییز ۹۸
- بازاریابی بین‌المللی پیشرفته، دکتر علی صنایعی، انتشارات بازاریابی، پاییز ۹۷
- **انقلاب صنعتی چهارم، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان، پاییز ۹۶**
- تجارت الکترونیک، دکتر علی صنایعی، انتشارات موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران، تابستان ۹۶
- ۹۶ نکته مدیریتی، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، بهار ۹۴
- تحقیقات بازاریابی نوین با نگرش مدیریتی، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ دوم، اصفهان، آذرماه ۱۳۹۴
- مدیریت بازاریابی صنعتی (B2B)، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، چاپ دوم، اصفهان، مهرماه ۱۳۹۴
- یکپارچگی سیستم‌های ERP, SCM, CRM با تأکید بر تجارت الکترونیک (ERPII)، چاپ اول ۱۳۹۴
- برندسازی در مقاصد گردشگری، دکتر علی صنایعی، انتشارات پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)، چاپ اول، ۱۳۹۳
- الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی و تأثیر آن بر صنایع کشور، اصفهان، آتروپات ۱۳۷۹
- مدیریت بازاریابی صنعتی (B2B)، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول، اصفهان، (بهمین ۱۳۹۱)
- برند الکترونیکی با نگرش مدیریتی (E-Brand)، دکتر علی صنایعی، مرکز استنادی پایگاه علوم جهان اسلام (ISC)، چاپ اول شیراز، ۱۳۹۰
- تجارت الکترونیک با نگرش مدیریتی، دکتر علی صنایعی، انتشارات دیباگران، تهران، ۱۳۹۰، چاپ دوم بهار ۹۱
- E-Business in Developing Countries انتشارات Koros Press، انگلستان، ۲۰۱۰
- E-Commerce in Developing Countries انتشارات Elips Press، دهلی نو ۲۰۰۹
- تجارت الکترونیک با رویکرد بر کشورهای در حال توسعه: چاپ دوم، انتشارات جهاد دانشگاهی، دیماه ۱۳۸۷
- تحقیقات بازاریابی با نگرش کاربردی، دکتر علی صنایعی، انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ دوم اصفهان، زمستان ۱۳۸۷
- IT برای مدیران، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان چاپ اول، اصفهان، فروردین ۱۳۸۳
- تجارت الکترونیک در هزاره سوم: چاپ سوم، اصفهان، انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان، ۱۳۸۵
- تحقیقات بازاریابی نوین با نگرش مدیریتی اصفهان، دکتر علی صنایعی، جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۰
- بازاریابی و تجارت الکترونیک، چاپ اول، اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی اصفهان دیماه ۱۳۷۹، چاپ دوم تیرماه ۱۳۸۰. چاپ سوم آبان ماه ۱۳۸۱.
- پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) و پیش‌بینی تأثیرات آن بر صنایع کشور، چاپ اول، اصفهان. نشر آتروپات، شهریور ۱۳۷۸.
- اصول بازاریابی و مدیریت بازار، چاپ سوم، تهران: نشر پرسش ۱۳۷۷.

طرح‌های پژوهشی

- ارزیابی تجربه مشتریان فولاد مبارکه اصفهان، مجری طرح، ۱۳۹۸
- کارسنجی در شرکت آب و فاضلاب استان خراسان رضوی، مجری طرح، ۱۳۹۷
- ارزیابی اثربخشی عملکرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در شهرداری اصفهان، مصوب دانشگاه اصفهان، مجری طرح، بهار ۹۴
- بررسی و تدوین شاخص‌های رقابت‌پذیری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) جهت توسعه کشور، اتاق بازرگانی و صنایع و معادن، ۱۳۹۳

- بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر صنعت، معدن و تجارت استان با رویکرد تقویت تشکل ها، مصوب صنعت، معدن و تجارت استان اصفهان، مجری طرح، ۱۳۹۳
- امکان سنجی وضعیت راه اندازی و برند سازی پرتال جامع کالاهای صنعت برق، ۱۳۹۰
- طرح بررسی فرایند کتابخانه زیرساخت فناوری اطلاعات در اخذ گواهی ایزو ۲۰۰۰۰ و استفاده از ایزو ۱۷۷۹۹ شهرداری اصفهان، ۱۳۸۷
- بررسی مزیت های نسبی صنایع نساجی استان اصفهان و چگونگی ارتقاء سطح تکنولوژی آنها با تأکید بر فناوری اطلاعات (سازمان صنایع و معادن استان اصفهان) مجری طرح، پاییز ۸۶ الی پاییز ۸۷
- امکان سنجی ایجاد کریدور علم و فناوری اصفهان، (سازمان صنایع و معادن استان اصفهان)، ۱۳۸۵
- استفاده موثر از IT برای ایجاد اشتغال با تأکید بر واقعیت‌های استانهای مختلف کشور، (وزارت کار و امور اجتماعی) مجری طرح، اسفند ۸۲ الی اسفند ۸۳
- امکان سنجی استقرار تجارت الکترونیک در صنعت و معدن (مورد مطالعه فولاد خوزستان)، شهرک علمی تحقیقاتی اصفهان، ۱۳۸۳-۱۳۸۴
- استفاده موثر از IT برای ایجاد اشتغال با تأکید بر واقعیت‌های استانهای مختلف کشور، مجری طرح مصوب وزارت کار و امور اجتماعی- ۱۳۸۱-۱۳۸۳
- بررسی بازارهای خارجی و روش حضور در آنها و مشکلات و موانع صادرات صنایع نساجی، مصوب وزارت صنایع و معادن، مجری طرح ملی، ۱۳۸۱- اسفند ۱۳۸۳
- بررسی وضعیت موجود صنایع دستی استان اصفهان و موانع صادراتی آن، مصوب وزارت صنایع، ۱۳۸۱-۱۳۸۳
- مطالعه پتانسیل تولید و صادرات نرم افزار ایران به کشورهای اتحادیه اروپا، مجری طرح مصوب دانشگاه اصفهان ۱۳۸۱-۱۳۸۲
- تاثیر نقش سرمایه گذاری خارجی در توسعه صادرات مناطق آزاد تجاری ایران، مصوب دانشگاه اصفهان، مجری طرح، ۱۳۷۹-۱۳۸۰
- مطالعه بازاریابی و تجارت الکترونیکی، مصوب انجمن مدیران صنایع اصفهان، مجری طرح، ۱۳۷۹-۱۳۸۰
- پذیرش ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) و پیش بینی تاثیرات آن بر صنایع کشور، مصوب انجمن مدیران صنایع، مجری طرح ۱۳۷۸-۱۳۷۹.
- ارزیابی پتانسیل های تجاری بین کشورهای عضو OIC، مصوب موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. مجری طرح ملی، ۱۳۷۷- آذر ۱۳۷۹
- ارزیابی مزیت های نسبی در امر صادرات غیرنفتی بین کشورهای جامعه اسلامی، مصوب دانشگاه اصفهان، مجری طرح- زمستان ۱۳۷۸.

فهرست مقالات در مجلات معتبر

- Reviewing the concept of CKM with social perspective by means of the ANN-GT approach (case study: environmental protection by the water market implementation), *Int. J. Procurement Management, Vol. 13, No. 4, 2020.*
- Ethno cultural Empathy among Frontline Hospitality and Tourism Employees, *Tourism, Culture & Communication, Vol. 19, 2019.*
- Developing an island destination brand equity model: The case of Kish Island in Iran, *Journal of Convention & Event Tourism - Decision on Manuscript ID WCET-2018-0028.*
- Designing a Model for Development of Dry Port in Iran, *Journal of New Marketing Research, Vol. 4, No. 19, winter 2016.*
- Strategies for developing senior tourism; approaches toward market segmentation using neural network, *Journal of Business Management Perspective, Vol 20, 2015.*
- Analyzing Factors Influencing Virtual Bank Acceptance as New Generation of e-Banking with a Case Study on e-Citizens, *Journal of new marketing research, Vol.5, No. 1, Spring 2015.*

- An Investigation on Customer Loyalty Model in the Chain Stores of Iran, *Journal of New Marketing Research*, Vol.3, No. 3, Autumn2013.
- Dimensions of Brand Equity in E-Services-Case of Electronic Banking Industry, *International Journal of Information... (IJISM)*, Index by EBSCO-ELSEVIER-ISC-SCOPUS-RICeST, Special Issue, April 2013
- The Influence of Service Quality on Service Loyalty Case, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, VOL.2, NO.8, 1/5/2012.
- Determining the effect of ethics on ... - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: 2012/vol.3, No.3
- An Analysis of Brand Image, Perceived Quality International Journal of Business and Management Canadian Center ... Index by EBSCO, ULRICHS: Canadian/ Mar 2012/vol.3, No.6
- International Journal of Business and Management Canadian Center.... - Index by EBSCO, ULRICHS: Canadian/ NOV 2011/vol.3, No.11
- Ranking the Key Factors affecting Customer Loyalty ... - Journal of international Marketing & Marketing Research(JIMMR) Index by EBSCO, Springer: London: 2011/vol.3 , No.3
- Determinants of Customer Loyalty Using Mobile Payment Services in Iran- *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: October 2011/vol.3, No.6
- An Investigation in to Necessary Prerequisites for Implementation of Balanced Scorecard (Case Study: Ansar Bank)- *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: October 2011/vol.3, No.6
- E- Service quality, e- satisfaction and e-loyalty from the view of Iranian users- *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: October 2011/vol.3, No.6
- Analysis of the factors affecting of Internet banking: Case study of customers of Mellat Bank in Isfahan city- *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: August 2011/vol.3, No.4
- Examining the effect of ethics on internet advertising effectiveness, case study: Niazrooz.com web site- *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: November 2011/vol.3, No.7
- Investigate the Internal and External Factors for Feasibility of the Establishment of the Electronic Commerce in the Pishgaman K vair Co - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: November 2011/vol.3, No.7
- Appraisal of Influencing Factor on Accepting Electronic Banking (A Case Study: Customers of Industry and Mine Bank) - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: December 2011/vol.3, No.8
- An Analysis of the factors Affecting Customers Satisfaction and Trust in Mobile Banking (Case Study: Branches of Bank Mellat in Isfahan) - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: November 2011/vol.3, No.7
- Analysis of Customer satisfaction among intermediaries in the B2B markets: Case Study of customers of Behpakhsh Company in Isfahan City - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: August 2011/vol.3, No.4
- Positioning of Top Four Cement Brands of Isfahan by perceptual Map - *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business (IJCRB)* Index by EBSCO, ULRICHS: London: November 2011/vol.3, No.7
- A Hybrid Technology Acceptance Approach for Using the E-CRM Information System in Clothing Industry, *International Journal of Information... (IJISM)*, Index by EBSCO, Special Issue2010.
- The Effect of Non-technical factors in B2C E-Commerce, (A case study in Iran), *Global Security, Safety, and Sustainability Communications in Computer and Information Science*, Index by ISI & Springer Vol. 92, 2010

- Selection of the Appropriate Wireless Payment Technology in Mobile Banking, *International Journal of Information... (IJISM), Index by EBSCO, Special Issue2010*
- Analyzing the Extent of Notice to Customer Attitude in the Organizational Structure..., *Communication in Computer &..., Global Security, Safety, and Sustainability45, Index by ISI & Springer*, September 2009
- CRM Implementation &... Using E-Commerce Technology, *International Journal of Information... (IJISM), Index by EBSCO, Vol 7, No. 2. January 2009*
- CRITICAL SUCCESSFUL FACTORS CONTRIBUTING TO E-COMMERCE ADOPTION AMONG IRAIAN SMES, *International Journal of Information... (IJISM), Index by EBSCO, Vol 7, January 2009*
- The Use of Integrated Method of the Fishbein's Attitude Model & Customer, *Journal of International Marketing & Marketing Research (JIMMR), Index by EBSCO, Vol 34, No. 3, January 2009*
- E-Commerce and Security Governance ..., *Communication in Computer &..., Global E-Security12, Index by ISI & Springer*, June 2008
- Mobile Customer Relationship Management ..., *Communication in Computer & Information science Global E-Security12, Index by ISI & Springer*, June 2008
- Readiness Assessment of Iran's Insurance industry, *International Journal of Information... (IJISM), Index by EBSCO, Vol,7 No. 1, November 2008*
- An Empirical Study of Consumers` Acceptance of Wireless Advertising (Acase Study of Iranian Mobile Device Users), *Journal of International Marketing & Marketing Research, Index by EBSCO, Vol, 33, No, 3, October 2008, UK.*
- DESIGNING A MODELE FOR EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF E-HRM, *Journal of Information Science & Technology*, Vol, 6, No, .2, 2008, UK.
- The Key Role of Information Security in E –Commerce, *Journal of Information Science & Technology*, Vol.5, No.1, 2007, Dubai: Turboglen, Regional Library of Science & Technology.
- Suggestions on the Successful Management of IT Projects: Middle East Market, IT & ICT Software Scene, *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol, 31, No .3, October 2006, UK.
- E-Banking Evolution in Third Millennium, *Journal of International Marketing & Marketing Research, Vol. 31. No.1, Jan- February 2006, UK*
- - The Role of CRM in E-Business: An Application Model for Pharmaceutical Industry, *Journal of International Marketing & Marketing Research, Vol. 31. No.1, Jan-Feb. 2006, UK*
- THE ROLE OF KNOWLEDGE MANEGAMANT IN CRM, *Journal of International Marketing & Marketing Research, Vol. 30. No.3, Oct 2005, UK.*
- Electronic Customer Relationship Management: a Case study of the Petrochemical Industry, Iranian, *Journal of Information Science and Technology*, Volume 2 No.2. December 2004
- Globalization & Knowledge Economy, *Journal of International Marketing & Marketing Research, Vol. 29. No.3, Oct 2004, UK.*
- Electronic Commerce & Global Marketing, *Business Law Review, February 2003, U.S.A*
- A Preliminary Study on the Effects of FDI on the Promotion of Export in Iran's EFZ. *Journal of International Selling & Sales Management*, Vole 8, No.1, spring, 2002, UK.
- Importance of exporters` awareness of the global Market opportunities for the Bushehr dates` export. *Agricultural Economics and Development*, Vol. 9, No.1, June 2001, Iran.
- Trade with Iran: Opportunities for Textile & Other Industries, *Journal of International Selling & Sales Management*, Vol.6, No.2, autumn, 2000, UK.
- Foreign Trade Among OIC Member Countries: Iran`s Case Study (1989-94), *Journal of International Marketing & Marketing Research, Vol. 25. No.2, June 2000, UK.*
- The Role of Consumer Behaviour in Developing Export Market: The case of Iran`s Hand Made Carpet, *Journal of International Selling & Sales Management*, Vol.6, No.1. February, 2000, UK.
- Islamic Countries and International Food Commodity Markets, *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol. 24, No.3, October 1999.

- Preliminary Study on Evaluating Comparative Advantages of Non-Oil Export Products between Islamic Countries, *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol. 24, No.2, June 1999
 - Marketing, Economics, and Management Style in Iran and its Competitors. *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol. 23, June 1998.
 - International Marketing: Does Iran Want to Join the GATT Club, *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol. 22, June 1997.
 - Marketing in Islamic Countries, *Journal of International Marketing & Marketing Research*, Vol.21, and October, 1996.
 - Fiber Optics: Its Economic & Marketing Specifications, *Journal of Faculty of Administrative Sciences & Economics*, University of Isfahan, Iran, October 1991.
-
- پژوهشی آمیخته در زمینه رابطه فروشنده - خریدار در بازارهای صنعتی (B2B) مورد مطالعه: زنجیره تأمین صنعت نفت ایران، فصلنامه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، ۱۳۹۹
 - مدل مفهومی یکپارچه مبتنی بر تمامیت برای ایجاد، نگهداشت و توسعه قابلیت های بازاریابی، مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر کسب و کار، فصلنامه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، پاییز ۹۹
 - بررسی اهمیت بسته بندی محصول در میزان توجه بصری مصرف کننده با استفاده از ردیاب چشمی، پژوهش های مدیریت در ایران، تابستان ۹۸
 - بررسی معیارهای خرید تلویزیون و شناسایی سبک های تصمیم گیری مشتریان در اصفهان، مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، بهار ۹۸
 - شناسایی و سنجش پیشران های کلیدی مؤثر در تعیین حس مکان مقاصد گردشگری، مطالعه موردی: شهر اصفهان، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، پاییز ۹۷
 - عوامل تأثیرگذار بر قصد خرید اجتماعی مصرف کنندگان در تجارت اجتماعی، مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران، بهار ۹۷
 - تدوین الگوی مقصد گردشگری مبتنی بر نقاط تماس گردشگر، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳۲، زمستان ۹۶
 - بررسی تأثیر ابعاد شخصیتی مایرز-بریگز بر تمایل به خرید الکترونیکی خریداران، مدیریت بازرگانی، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶
 - طراحی الگوی توسعه بندر خشک در ایران، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین دانشگاه اصفهان، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۴
 - تحلیل عوامل مؤثر بر پذیرش آموزش مجازی با تأکید بر عوامل درونی، فناوری آموزش - دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۲
 - ارائه مدل سنجش آمادگی تجارت الکترونیکی کتابخانه های دانشگاهی ایران، کتابداری و اطلاع رسانی - آستان قدس رضوی، تابستان ۱۳۹۲
 - ارتباط بین شایستگی های بازاریابی سازمان با موفقیت مدیریت پروژه در شرکت های عمرانی، فصلنامه علمی - پژوهشی چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره دهم، تابستان ۱۳۹۱
 - ارائه مدلی برای تحلیل و پیش بینی رفتار خرید مشتری ها بر اساس تئوری کارکردی نگرش... پژوهشنامه بازرگانی - شماره ۶۲، بهار ۱۳۹۱
 - طراحی مدلی برای ارزیابی استراتژی های بازاریابی اینترنتی بر جذب گردشگران... مجله کاوشهای مدیریت - شماره ششم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰
 - عوامل مؤثر بر توسعه فناوری شناسایی از طریق فرکانس های رادیویی (RFID) ... - مجله علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین - چاپ اول / شماره اول - بهار ۱۳۹۰
 - استفاده ها و سوء استفاده ها از تجارت الکترونیک - نشریه دانش، نظم (انتظامی - فارسی) - چاپ اول / شماره اول - پائیز ۱۳۹۰
 - شناسایی مزیت های رقابتی در صنعت گردشگری - مجله مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای - نمایه علمی پژوهشی ۱۳۸۹
 - انتخاب استراتژی تجارت الکترونیک با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی - مجله علمی پژوهشی شریف - ۱۳۸۹
 - ارائه مدلی برای تحلیل و پیش بینی رفتار خرید مشتریان بر اساس تئوری کارکردی نگرش (مطالعه موردی صنعت خودرو ایران) - مجله علمی پژوهشی پژوهشنامه بازرگانی - ۱۳۸۹

- بررسی تئوریک تأثیر تولید و نشر پول الکترونیک بر سودآوری ناشران. فصلنامه علمی پژوهشی بررسی‌های اقتصادی شماره ۱۳. ۱۳۸۷.

فهرست مقالات در همایش‌های علمی

- بررسی تأثیر بازاریابی ویروسی بر قصد خرید مشتری با نقش میانجی رضایت و وفاداری مشتری (مطالعه موردی: فرو شگاه اینترنتی قاتق)، شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، ۱۹ و ۲۰ آذرماه ۱۳۹۸
- The Impact of Introversion Extroversion on Online Shopping Intention, 10th International Conference of E-Commerce, Isfahan April, 2016.
- Evaluation Effects of Consumer Satisfaction and Trust on Tourism Services Loyalty, 9th International Conference of E-Commerce, Isfahan April, 2015.
- A Study of Antecedents Influencing on Trust of Customers in Electronic Purchases, 8th International Conference of E-Commerce, Mashhad April 2014
- Dimensions of Brand Equity in E-Services, Case of Electronic Banking Industry, 7th International Conference of E-Commerce, Kish April 2013
- Determine the effects of mobile technology, mobile learning on customer satisfaction and loyalty (case study: MELLAT BANK), 6th International Conference of E-Commerce, Shiraz May 2012
- Effects of ICT on marketing mix in electronic tourism shaping marketing strategies in e-tourism enterprises, 6th International Conference of E-Commerce, Shiraz May 2012
- Selection of Appropriate Wireless Payment Technology in Mobile Banking, 5th International Conference of E-Commerce, Kish September 2010
- Electronic insurance business models, 4th International Conference of E-Commerce, Malaysia November 2009
- Application of GIS in Marketing of Tourism, سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت بازاریابی، تهران بهمن ۱۳۸۷
- Electronic Insurance Security, IADIS International conference, internet 2008, Germany Octobr 2008
- Mobile Customer Relationship Management, 4th Annual International conference ICGeS 08, England 2008
- E-commerce and Security Government, 4th Annual International conference ICGeS 08, England 2008
- The Roles of Culture Gender & Experience in the Acceptance of E-Commerce...., سومین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک، اصفهان، اکتبر ۸۷، ۲۲-۲۳
- A Model of Adoption of Electronic Commerce by Small and Medium Sized, سومین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک، اصفهان، اکتبر ۸۷، ۲۲-۲۳
- From E-Commerce to V-Commerce, پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت فناوری اطلاعات، تهران ۱۳۸۷
- E-Commerce Technology –CRM Implementation, دومین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک و تجارت، تهران آبان ۸۶، جهانی
- Critical Successful Factors contributing to e-commerce, دومین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک و تجارت، تهران آبان ۸۶، جهانی
- The future of e-Government, تهران اسفند ۱۳۸۶، اولین کنفرانس بین‌المللی شهر الکترونیک
- Vendors Rating and Its Effect in E-customers with, Global e-Security, 3rd Annual International conference ICGeS 07, England April 2007
- The Key Role of Information Security in E-Commerce, Global e-Security, 2nd Annual International conference ICGeS 06, England April 2006
- The Importance of HRM & HRP in the Knowledge economy, Global e-Security, 2nd Asia Pacific Business Conference, Malaysia March 2005

- Application of ICTs in the Control of Scientific Literature in Africa, Deficits and HRP, 2nd Biennial Conference of the Academy of World Business, France 2006
- Middle East Region and Iran: IT & ICT Software Scene, 3rd World Congress for Software Quality, September 2005 Germany
- The Role of Information Technology in the E-Commerce Security, The 2nd International Conference on Customs & information Technology, Tehran, July 2005
- E-Commerce Application in The Pharmaceutical Industry, The 3rd Conference E-Commerce, Tehran, July 2005
- تهران، مجموعه مقالات سومین همایش ملی تجارت الکترونیک...، خرداد ۸۴
- تهران دیماه ۸۳، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت...، Customer Relationship Management (CRM)
- اصفهان، همایش بین المللی نقش اصفهان در توسعه علوم، فرهنگ...، Entrepreneurship and the Role of Wpmen in...، آذر ۸۵
- تحلیل عوامل مؤثر بر پذیرش آموزش مجازی با تأکید بر عوامل درونی، مجله علمی-پژوهشی فناوری آموزش-دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تابستان ۱۳۹۲
- نقش مدیریت روابط با مشتری (CRM) در کسب مزیت رقابتی بازارهای...، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران آذر ۸۵
- بررسی موقعیت و جایگاه بازار شرکت فولاد آلیاژی ایران و ارائه استراتژیهای...، مجموعه مقالات سمپوزیوم فولاد ۸۴، اصفهان-اسفند ۸۴
- بازاریابی اینترنتی و نقش آن در توسعه صادرات صنعت داروسازی ایران، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران دیماه ۸۴
- امکان سنجی استقرار تجارت الکترونیک در صنعت فولاد، مجموعه مقالات سمپوزیوم فولاد ۸۳، یزد اسفند ۸۳

راهنمایی و مشاور پایان نامه ها

- کارشناسی ارشد: ۱۷۳ مورد
- دکتری: ۲۴ مورد

جدیدترین پایان نامه های راهنمایی شده مقطع کارشناسی ارشد:

- تحلیل تأثیر پیاده سازی استراتژی بازاریابی درونگرا بر قصد خرید اینترنتی - مطالعه فروشگاه اینترنتی "سوقنا" در سوریه- ۱۳۹۹
- تأثیر هوشمندی کسب و کار و امنیت دیجیتال در گردشگری هوشمند با هدف رضایت گردشگر- ۱۳۹۸
- تحلیل تأثیر عناصر بصری و کلامی طراحی بسته بندی بر احساس مصرف کنندگان و قصد خرید آنها بر اساس رویکرد مهندسی کانسی. مورد مطالعه: مریبا- ۱۳۹۸
- تحلیل تأثیر روابط تجاری بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن نقش میانجی عملکرد برند صنعتی مورد مطالعه شرکت های تولید کننده باتری در ایران- ۱۳۹۸
- تحلیل تأثیر هوش تجاری بر کسب مزیت رقابتی با نقش میانجی نوآوری سازمانی و مدیریت ارتباط با مشتری- مورد مطالعه: بیمه ملت در اصفهان- ۱۳۹۸
- تحلیل تأثیر ابعاد نظریه استفاده و رضایتمندی و کاربران تأثیرگذار بر تشدید مصرف-کننده و قصد خرید با نقش میانجی اعتماد در استفاده از رسانه های اجتماعی - مورد مطالعه صنعت پوشاک- ۱۳۹۷

- تحلیل تأثیر ویژگی های کمپین های تبلیغاتی و درگیری ذهنی صفحات برند کالای ایرانی بر کنشگری کاربران در رسانه اجتماعی با نقش میانجی اثر بخشی تبلیغات - مورد مطالعه برند درسا- ۱۳۹۷
- تحلیل تأثیر اعتبار ادراک شده و تصویر ذهنی مقصد گردشگری در مانی بر قصد مراجعه مجدد و توصیه آن به دیگران- ۱۳۹۶
- تحلیل تأثیر شواهد و آوازه برند بر ترغیب به انتخاب مشتریان به استفاده از خدمات مراکز درمانی با نقش میانجی تصویر برند- ۱۳۹۶
- عوامل موثر بر محبوبیت برند و تأثیر آن بر نیت خرید با میانجی گری تبلیغات شفاهی- ۱۳۹۵

جدیدترین پایان نامه های راهنمایی شده مقطع دکتری:

- ارائه ی الگوی ارزش محور رابطه ی فروشنده-خریدار در بازارهای صنعتی مورد مطالعه زنجیره تامین در صنعت نفت ایران- ۱۳۹۹
- طراحی الگوی ایجاد مزیت رقابتی پایدار مبتنی بر هوش کسب و کار ، قابلیت های بازاریابی و مدیریت دانش-۱۳۹۸
- توسعه الگوی ارزش ویژه برند مقصد گردشگری بر اساس عوامل تعیین کننده حس مکان-۱۳۹۸
- توسعه آمیخته بازاریابی محصولات مالی با تمرکز بر اوراق بدهی و شناسایی اولویت های عرضه در صنایع فلزات اساسی و معدنی- ۱۳۹۸
- طراحی مدل بازاریابی عصبی به منظور جلب توجه مشتری به بسته بندی محصولات لبنی-۱۳۹۸
- طراحی الگوی استراتژی رقابتی با تمرکز بر قابلیت های سازمانی و ساختار بازار و تأثیر آن بر دیدگاه خریدار-۱۳۹۸
- طراحی الگوی مدیریت دانش مشتری در جهت تسهیل گری اجتماعی بازار اب حوضه ابریز زاینده رود-۱۳۹۸
- طراحی مدل برند مقصد گردشگری با تأکید بر نقاط تماس گردشگر (مطالعه موردی : جزیره کیش)- ۱۳۹۷
- مدل سازی نقش زیر ساخت های تجارت الکترونیک در آمیخته بازاریابی از بستر شبکه های اجتماعی و تأثیر آن بر رفتار خرید الکترونیکی (مطالعه صنعت خودروسازی)- ۱۳۹۶
- طراحی الگوی نگرش نسبت به تبلیغات در شبکه های اجتماعی- ۱۳۹۶
- ارزیابی قابلیت های پیاده سازی بندر خشک در ایران و ارائه مدلی جهت تسهیل تجارت بین الملل- ۱۳۹۵

عضویت و همکاری در مجامع علمی

- عضو انجمن تجارت جهانی و توسعه مدیریت AWBMD استرالیا ۲۰۰۴ تا کنون
- عضو کمیته تخصصی تجارت الکترونیکی شورای عالی فناوری اطلاعات کشور ۱۳۸۵ - تاکنون
- عضو هیأت مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران ۱۳۸۸ - تاکنون
- عضو مجمع خیرین مدرسه ساز در استان اصفهان (بنیانگذار دبیرستان صناعی- منطقه محروم حصه اصفهان) از سال ۱۳۸۲ تاکنون
- عضو و رئیس هیئت امناء، اولیاء و مربیان دبیرستان تیزهوشان (شهید آژده ای ۱ اصفهان) از سال ۹۳ تاکنون
- دبیر کمیسیون تجارت الکترونیک اتاق بازرگانی، صنایع و معادن اصفهان

مشارکت در هیئت تحریریه مجلات علمی

- سردبیر نشریه مطالعات رفتار مصرف کننده، دانشگاه کردستان، - ۱۳۹۵- تاکنون
- سردبیر و مدیرمسئول نشریه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین (NMRJ) - ۱۳۸۹ - ۱۳۹۸
- عضو هیئت تحریریه نشریه علمی- پژوهشی مدیریت بازرگانی - دانشگاه تهران - ۱۳۹۶- تاکنون
- عضو هیات تحریریه مجله بین‌المللی علوم، فن آوری **IJISM**، شیراز - ۱۳۹۱- تاکنون
- عضو هیئت تحریریه نشریه بین‌المللی **Electronic Commerce Research** - آمریکا- تکراس، ۲۰۰۶- تاکنون
- عضو هیئت تحریریه مجله **International Business and Entrepreneurship** مالزی، از سال ۲۰۰۹- تاکنون
- عضو هیئت تحریریه نشریه علمی - پژوهشی کاوشهای مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد- ۱۳۹۲-۱۳۹۸
- عضو هیات تحریریه مجله بین‌المللی علوم، فن آوری و توسعه- انگلستان (WRSTSD)، ۲۰۰۲- تاکنون
- عضو هیات تحریریه مجله بین‌المللی تحقیقات بازار **JIMMR**، انگلستان **EMU**، ۲۰۰۲- تاکنون

همکاری در برگزاری همایش های علمی

- دبیرکل کنفرانس، سیزدهمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر اینترنت اشیا و ارزهای دیجیتال (ECDC2019)، ۲۰۱۹، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- دبیرکل کنفرانس، دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر امنیت الکترونیکی، بانکها و تجارت (ECDC2018)، ۲۰۱۸، مونیخ آلمان
- دبیرکل کنفرانس، یازدهمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر توریسم الکترونیکی، خدمات الکترونیکی، توریسم سلامت (ECDC2017)، ۲۰۱۷، اصفهان
- دبیرکل کنفرانس، دهمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر توریسم الکترونیکی (ECDC2016)، ۲۰۱۶، اصفهان
- دبیرکل دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی، بهمن ماه ۱۳۹۴، تهران
- دبیرکل کنفرانس، نهمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر کسب و کار الکترونیکی (ECDC2015)، ۲۰۱۵، اصفهان
- دبیر علمی اولین همایش ملی آینده پژوهی و صنعت بانکداری، آبان ماه ۱۳۹۳، مشهد مقدس
- دبیر کل کنفرانس، هشتمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در حال توسعه با رویکرد بر اعتماد الکترونیکی (ECDC2014)، ۲۰۱۴، مشهد مقدس
- دبیر کل کنفرانس، هفتمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر امنیت (ECDC2013)، ۲۰۱۳، جزیره کیش
- دبیر کل کنفرانس، ششمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه با رویکرد بر بانکداری الکترونیک و بیمه الکترونیک (ECDC2012)، ۲۰۱۲، شیراز
- دبیر کل کنفرانس، پنجمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه (ECDC2010)، ۲۰۱۰، جزیره کیش
- دبیر کل کنفرانس، چهارمین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه (ECDC2009)، ۲۰۰۹، کوالالامپور، مالزی

عناوین دروس دانشگاهی

• کارشناسی ارشد:

- MBA مدیریت استراتژیک و بازاریابی دانشگاه اصفهان / دانشگاه تهران / دانشگاه علامه طباطبائی
- تجارت الکترونیک - دانشگاه اصفهان
- حکومت الکترونیک - دانشگاه اصفهان
- تحقیقات بازاریابی - دانشگاه اصفهان
- بازاریابی صنعتی - دانشگاه اصفهان
- آشنایی با کامپیوتر و شبکه اینترنت - رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه اصفهان.
- تجارت الکترونیک - دانشگاه قم، به عنوان استاد میهمان - پاییز ۱۳۸۷

دکتری:

- ✓ بازاریابی بین الملل پیشرفته - دانشگاه اصفهان - ۱۳۸۵ تاکنون
- ✓ تحقیقات بازاریابی پیشرفته - دانشگاه اصفهان - ۱۳۸۵ تاکنون
- ✓ سیاستها و سیستمهای ملی و بین المللی صنایع، دانشگاه صنعتی اصفهان - بهار ۱۳۸۳
- ✓ بازاریابی اینترنتی مقطع دکتری - دانشگاه USM مالزی به عنوان استاد میهمان - ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰

افتخارات، تشویق نامه ها و نشان ها

- تقدیرنامه رئیس دانشگاه کردستان جهت کسب رتبه " ب " به عنوان سردبیر نشریه مطالعات رفتار مصرف کننده
- برنده لوح تقدیر کتاب برتر در تجارت الکترونیک، وزیر محترم بازرگانی تیرماه ۱۳۸۳ (اولین نویسنده کتاب تجارت الکترونیک ایران)
- ثبت و اختراع بالابر الکتریکی ویژه جانبازان و معلولین ۱۳۷۹
- پژوهشگر برگزیده استان اصفهان در سال ۱۳۸۴، هفته پژوهش آذر ماه ۸۴، استانداری اصفهان
- دانشجوی نمونه دانشگاه سیاتل واشنگتن، ۱۹۹۰ میلادی - واشنگتن آمریکا

برای اطلاعات بیشتر به سایت زیر مراجعه فرمایید:

www.Drsanayei.com