

1. عضو عضو کمیته علمی نخستین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات ایران - سمنان - سمنان 1394 ← 1394
2. عضو حضور هیئت رئیسه پانل بایدها و نبایدها در معماری برند که در روز دوشنبه 93/11/6 از ساعت 9 الی 10:30 در کنفرانس بین المللی استراتژی برند برگزار گردید. ایران - تهران - تهران 1393 ← 1393
3. عضو عضو شورای سیاستگذاری اولین کنفرانس بین المللی استراتژی برند. کنفرانس در روزهای 5 و 6 بهمن 1393 در محل سالن اجلاس سران برگزار گردید. ایران - تهران - تهران 1393 ← 1393
4. عضو عضو کمیته علمی اولین کنفرانس بین المللی استراتژی برند ایران - تهران - تهران 1393 ← 1393
5. اینجانب به عنوان دبیر علمی و اجرایی همایش اجتماعی نمودن امر مبارزه با مواد مخدر، همایش مذکور را در تاریخ 2 خرداد 1394 در محل دانشکده اقتصاد برگزار نمودم. ایران - خوزستان - اهواز 1393 ← 1394

مقالات علمی چاپ شده در مجلات

1. "ارزیابی تعلق شغلی و سازمانی کارکنان و اعضای هیات علمی دانشگاه شهید چمران اهواز و تبیین ساختاری پیامدهای آن"
سارا محمدی : نویسنده اول، فرج‌الله رحیمی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
مجله نامه آموزش عالی، صفحات: 87-105، 1403
2. "تحلیل ساختاری پیش آیندهای تعلق شغلی و سازمانی اعضای هیات علمی و کارکنان دانشگاه شهید چمران اهواز"
سارا محمدی : نویسنده اول، فرج‌الله رحیمی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
آموزش عالی ایران، صفحات: 68-90، 1403
3. "شناخت، سنجش و ارزیابی عوامل موثر بر فساد اداری در بخش دولتی استان خوزستان با استفاده از مدل سه شاخگی (مطالعه ای در بین دستگاه های اجرایی منتخب)"
مهتا جودزاده : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم
پژوهش های مدیریت عمومی، صفحات: 231-262، 1402
4. "تاثیر حمایت ادراکی دانشگاه و اشتیاق کارآفرینی بر قصد کارآفرینی دانشجویان: نقش تعدیلگری نیاز به خودمختاری"
مهدی نداف : نویسنده اول، سیدجعفر موسوی : نویسنده دوم
مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، صفحات: 33-56، 1402
5. "طراحی مدل پایداری سازمانی با رویکرد نظریه داده‌بنیاد (مورد مطالعه: شرکت‌های پتروشیمی مستقر در منطقه ویژه اقتصادی ماهشهر)"
سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، فرشته شیخ قلاوند : نویسنده سوم
پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، صفحات: 155-179، 1402

6. "بهره‌گیری از مدل یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری 2 (UTAUT2) جهت تبیین روی آوردن به دوراپزشکی، شواهدی از ایران"
مهدی نداف : نویسنده اول، سیدجعفر موسوی : نویسنده دوم
سلامت کار ایران، صفحات: 538-554، 1401
7. "شناسایی و اولویت‌بندی ویژگی‌های شخصیتی زنان کارآفرین استان خوزستان با تکنیک تحلیل محتوای کیفی"
سارا محمدی : نویسنده اول، فرج‌الله رحیمی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم، توران آرغا : نویسنده چهارم
مطالعات اجتماعی-روانشناختی زنان، صفحات: 38-64، 1401
8. "مدل سازی تاثیر اکوسیستم کارآفرینی بر قصد کارآفرینی : نقش میانجی خودکارآمدی، اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی"
مهدی نداف : نویسنده اول، سارا محمدی : نویسنده دوم، سیدجعفر موسوی : نویسنده سوم
علوم مدیریت ایران، صفحات: 53-82، 1401
9. "تاثیر ادراک از معیارهای مالی و غیرمالی ارزیابی عملکرد بر انگیزش و پیامدهای رفتاری کارکنان اداره آب و فاضلاب اهواز"
حاتم خلیلی پور : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، حسنعلی سینایی : نویسنده سوم
مدیریت بهره وری، صفحات: 209-243، 1400
10. "بررسی نگرش‌های شغلی کارکنان شرکت پالایش گاز بیدبلند و ارایه راهکارهایی برای بهبود آن‌ها: یک مطالعه کیفی"
مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم
مجله مطالعات روانشناسی صنعتی و سازمانی، صفحات: 97-132، 1400
11. "تاثیر زبان انگیزشی رهبر بر پیش‌فعالی کارکنان در شرکت پتروشیمی بو علی سینا"
مهدی نداف : نویسنده اول، منظر خواجه : نویسنده دوم
مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، صفحات: 230-250، 1400
12. "طراحی مدل هوشمندی کسب‌وکار با رویکرد داده‌بنیاد"
فرج‌الله رحیمی : نویسنده اول، محمدحسن بقالی نژاد شوشتری : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، صفحات: 247-272، 1399
13. "تاثیر هوش هیجانی و هوش فرهنگی بر مقاومت کارکنان در برابر تغییر با میانجی گری سرمایه روانشناختی"
سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، سارا روشن : نویسنده سوم
فصلنامه پژوهشهای روانشناسی اجتماعی، صفحات: 119-140، 1399
14. "تبیین نقش میانجی دوسوتوانی -سازمانی (اکتشاف و بهره‌برداری) در تاثیر رهبری تحول‌گرا بر هوشیاری -کارآفرینانه (مورد مطالعه: یکی از شرکتهای تابعه شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب)"
سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، فاطمه موسوی : نویسنده سوم
اکتشاف و تولید نفت و گاز، صفحات: 19-28، 1399
15. "واکاوی عوامل موثر بر رفتار استفاده مصرف کننده از فناوری خرید اینترنتی براساس نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از تکنولوژی UTAUT2 : مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه دیجی کالا در استان خوزستان"

- کوثر مجدم : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، سارا محمدی : نویسنده سوم
تحقیقات بازاریابی نوین، صفحات: 115-136، 1398
16. "تأثیر فرهنگ سازمانی بر خودکارآمدی کامپیوتری و رفتار اشتراکی دانش کارکنان (مورد مطالعه: سازمان تامین اجتماعی)"
حسین خنیفر : نویسنده اول، حاتم خلیلی پور : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
مدیریت اطلاعات، صفحات: 70-96، 1398
17. "تبادل اجتماعی سازمان و رفتار کاری نوآورانه: تاکید بر نقش میانجی اشتیاق شغلی"
مهدی نداف : نویسنده اول، علی مهرابی : نویسنده دوم، جهانگیر سالاروند : نویسنده سوم
مدیریت نوآوری در سازمانهای دفاعی، صفحات: 129-154، 1398
18. "طراحی و تبیین مدل دوسطحی از تأثیر هوش هیجانی بر اعتماد و اثر آن بر فرهنگ همکاری و خلاقیت فردی (مورد مطالعه: مربیان و کارآموزان مراکز دولتی و آزاد سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای شهرستان اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، فرج‌الله رحیمی : نویسنده دوم، زهرا غلامی : نویسنده سوم
مجله علوم تربیتی، صفحات: 119-136، 1398
19. "طراحی مدل بومی شناخت، سنجش و آسیب شناسی فرهنگ بهره‌وری (مطالعه‌ای در شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب)"
مهتا جود زاده : نویسنده اول، نورمحمد یعقوبی : نویسنده دوم، سید علیقلی روشن : نویسنده سوم، مهدی نداف : نویسنده چهارم
مدیریت بهره‌وری، صفحات: 37-76، 1398
20. "مدلسازی عوامل بروز رفتار غیرکارکردی مشتریان نمایندگی‌های شرکت‌های خودروسازی ایران-خودرو و سایپا در کلانشهر اهواز"
مهدی نداف : نویسنده اول، شهناز نخیلی کوتی : نویسنده دوم، ادريس محمودی : نویسنده سوم
راهبردهای بازرگانی، صفحات: 77-92، 1397
21. "بررسی تأثیر آزار جنسی و استرس شغلی بر بروز رفتار غیر کارکردی با توجه به نقش واسطه‌ای فرسودگی شغلی (مورد مطالعه: کارکنان زن شاغل در بخش بهداشت و درمان استان خوزستان)"
مهدی نداف : نویسنده اول، نازنین مکوندی : نویسنده دوم، کورش زارع : نویسنده سوم
زن و جامعه، صفحات: 253-274، 1397
22. "تبیین الگوی عوامل تعیین‌کننده دوسوتوانی رفتاری کارکنان و پیامدهای آن (یک رویکرد چندسطحی)"
فرج‌الله رحیمی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم
فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، صفحات: 57-79، 1397
23. "ارایه چارچوب بومی معماری فرهنگ بهره‌وری در شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب"
مهتا جود زاده : نویسنده اول، نورمحمد یعقوبی : نویسنده دوم، سید علیقلی روشن : نویسنده سوم، مهدی نداف : نویسنده چهارم
مدیریت منابع انسانی در صنعت نفت، صفحات: 103-136، 1397
24. "بررسی تأثیر قابلیت‌های شرکت و ارزش‌های مشارکتی بر ارزش ویژه برند صنعتی (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدی شهرک‌های صنعتی استان بوشهر)"

- مهدی نداف : نویسنده اول، منظر خواجه : نویسنده دوم
کاوش های مدیریت بازرگانی، صفحات: 213-232، 1397
25. "بررسی نقش میانجی ابعاد کیفیت رابطه در تاثیر شخصی سازی خدمات و قدردانی مشتری بر ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: شرکت ایرانسل)"
مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، سحر تیرانداز : نویسنده سوم
نشریه مدیریت بازرگانی، صفحات: 207-228، 1397
26. "بررسی پویایی های گروهی موثر بر تعارض کار-خانواده و تاثیر آن بر تنیدگی شغلی و قصد جابجایی (مورد مطالعه: کارکنان شرکت آبفای کلانشهر اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، ارغوان بهجو : نویسنده دوم، فرج الله رحیمی : نویسنده سوم
فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، صفحات: 106-125، 1396
27. "تاثیر معیارهای مالی و غیرمالی ارزیابی عملکرد بر انگیزش کارکنان برای مشارکت در تعیین هدف و عملکرد شغلی"
حاتم خلیلی پور : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، حسنعلی سینایی : نویسنده سوم
چشم انداز مدیریت دولتی، صفحات: 127-153، 1396
28. "بررسی عوامل موثر بر تسهیم دانش و تاثیر آن بر عملکرد فرد در صنعت مالی و بانکداری"
حسنعلی سینایی : نویسنده اول، حمیده فریسات : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
پژوهشنامه ی مدیریت اجرایی، صفحات: 143-168، 1396
29. "بررسی تاثیر مربیگری سازمانی بر رفتارهای غیرمولد فردی در محیط کار: نقش میانجی جو سازمانی مثبت"
آذین اسماعیلی : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
پژوهش های مدیریت در ایران، صفحات: 1-15، 1396
30. "حاشیه بازاریابی گردو استان همدان (مطالعه موردی شهرستان تویسرکان)"
رضا صالحی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم
تحقیقات اقتصاد کشاورزی، صفحات: 229-248، 1396
31. "الگوی چندسطحی پیشایندها - پیامدهای خودکارآمدی کارکنان"
فرج الله رحیمی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، جابر ظفرپور امیر آباد : نویسنده سوم
پژوهشهای مدیریت منابع انسانی، صفحات: 1-26، 1396
32. "بررسی تاثیر عدالت سازمانی بر سلامت روانی کارکنان از طریق بخشودگی میان فردی (مطالعه موردی: شرکت نورد و لوله اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، هدی پورزارع : نویسنده دوم، مژگان السادات باقری : نویسنده سوم
پژوهشنامه مدیریت تحول، صفحات: 115-134، 1396
33. "تبیین تاثیر اعتماد و سلامت سازمانی بر مقاومت کارکنان در برابر تغییر در سازمان های دولتی با توجه به نقش میانجی تعهد سازمانی (مورد مطالعه: شهرداری اهواز)"
سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، سارا صفریان : نویسنده سوم
مدیریت دولتی، صفحات: 85-106، 1396

34. "سازگاری ارزشی برند خدمات و مشتری، کیفیت تعامل و رفتار شهروندی مشتری" مهدی نداف : نویسنده اول، پریسا قنبری عدیوی : نویسنده دوم، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده سوم پژوهشنامه مدیریت بازاریابی، صفحات: 22-42، 1395
35. "مدل سازی ساختاری از تاثیر سکوت سازمانی و قلدری در تمایل کارکنان به جابه جایی (مورد مطالعه: منتخبی از سازمان های دولتی در کلان شهر اهواز)" مهدی نداف : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، زهرا هادی زاده : نویسنده سوم دو فصلنامه پژوهشهای روان شناختی در مدیریت، صفحات: 123-144، 1395
36. "بررسی نقش رفتارهای روابط عمومی در عملکرد روابط عمومی و اعتماد اجتماعی (مورد مطالعه: بانک های استان خوزستان)" مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، زینب مسعودی : نویسنده سوم توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، صفحات: 199-222، 1394
37. "بررسی و شناسایی عوامل موثر بر شکل گیری و بروز سوء رفتار کارکنان در رابطه با مردم و ارباب رجوع و ارایه راهکارهای پیشنهادی (مورد مطالعه: پرسنل نیروی انتظامی استان خوزستان)" مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم، حکیم عبدالهی : نویسنده سوم فصلنامه دانش انتظامی خوزستان، صفحات: 63-86، 1394
38. "نقش ویژگیهای روانشناختی در رفتار سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران" مهدی نداف : نویسنده اول، حسنعلی سینایی : نویسنده دوم، هاجر دزفولی : نویسنده سوم پژوهش های روان شناختی در مدیریت، صفحات: 9-29، 1394
39. "تبیین رابطه فشار کاری و عدالت ادراکی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان ناجا" مهتا جودزاده : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، ولی مریدی : نویسنده سوم فصلنامه منابع انسانی ناجا، صفحات: 33-54، 1394
40. "بررسی نقش ویژگی های روانشناختی در رفتار سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران" مهدی نداف : نویسنده اول، حسنعلی سینایی : نویسنده دوم، هاجر دزفولی : نویسنده سوم پژوهش های روان شناختی در مدیریت، صفحات: 9-29، 1394
41. "بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی با رفتار مصرف کننده: مطالعه موردی برند تلفن همراه نوکیا" مهتا جودزاده : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده سوم، سیداسماعیل هاشمی : نویسنده چهارم دست آوردهای روان شناختی، صفحات: 245-268، 1394
42. "ارائه الگویی برای تبیین چالشهای جهانی شدن" مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم بررسی های بازرگانی، صفحات: 1-21، 1392
43. "بررسی و رتبه بندی عوامل آمیخته گردشگری" مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم مدیریت جهانگردی، صفحات: 18-20، 1391

44. "بررسی و رتبه بندی عوامل آمیخته گری (قسمت اول)"
مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم
مدیریت جهانگردی، صفحات: 18-20، 1391
 45. "بررسی و رتبه بندی عوامل آمیخته گری (قسمت دوم)"
مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم
مدیریت جهانگردی، صفحات: 30-33، 1391
 46. "تبیین رفتار نیروهای جهانی شدن بر سیاست گذاری بازرگانی خارجی ایران"
محمود مولانژاد : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، بهروز موسی زاده : نویسنده سوم
مطالعات مدیریت راهبردی، صفحات: 69-88، 1389
 47. "شناسایی عوامل کلیدی توسعه فناوری بخش غیر دولتی در ایران"
مهدی نداف : نویسنده اول، عباس ابراهیمی : نویسنده دوم، علی جمالی : نویسنده سوم
پژوهش نامه بازرگانی، صفحات: 195-233، 1389
 48. "The relationship between financial and non-financial measures, organizational justice, and employee satisfaction"
Mohammad Hakkak : First author, Mehdi Nadaf : second author, Third author
International Journal of Human Capital in Urban Management, pp.403-418, 2023
 49. "Designing a Questionnaire to Measure Factors Affecting Utilization of Services for Diabetics in Health Centers Based on Social Marketing Model"
efat jahanbani : First author, Monire Davoodi : second author, Farzad Faraji-Khiavi : Third author, Mehdi Nadaf : Fourth author
Health technology assessment in action, pp.1-7, 2021
 50. "The Effect of cognitive and affective factors on the attitude and intention to purchase a new high-tech product"
Farajallah Rahimi : First author, Mehdi Nadaf : second author, elham ghanbari : Third author
World of Sciences Journal, pp.186-201, 2013
- مقالات علمی ارائه شده در همایش‌ها
1. "بررسی تاثیر اقدامات باشگاه مشتریان بر ترجیح برند با نقش میانجی هویت برند و ارزش ویژه برند (مورد مطالعه: باشگاه مشتریان اسنپ)"
مهدی نداف : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، میلاد راهبان : نویسنده سوم
نومین همایش ملی و اولین همایش بین المللی توسعه اجتماعی، 1402
 2. "شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: کسب و کارهای زنان سرپرست خانوار تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی در استان خوزستان)"

- مهدی نداف : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، محمد کیاست فرد : نویسنده سوم
سومین همایش ملی و دومین همایش بین المللی پایداری کسب و کار، 1401
3. "بررسی رابطه مداخله منابع انسانی بر تاب آوری مدیران زن"
فرج الله رحیمی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، مارال احمدی ارپناهی : نویسنده سوم
سومین همایش ملی و دومین همایش بین المللی پایداری کسب و کار، 1401
4. "بررسی نقش حمایت خانواده و حمایت دانشگاه در خلاقیت ادراکی و اثر این متغیر بر قصدکارآفرینی با واسطه متغیرهای نگرشی و انگیزشی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه-های اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، ناهید رشیدی اوندی : نویسنده سوم
دومین همایش ملی و اولین همایش بین المللی پایداری کسب و کار، 1400
5. "آزمون مدل سرمایه کارآفرینانه سازمانی"
مهدی نداف : نویسنده اول، محمدمهدی نیک آبادی : نویسنده دوم، فرج الله رحیمی : نویسنده سوم
پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1399
6. "بررسی تاثیر اخلاق‌گرایی ادراکی برند خدمات بر ارزش ویژه برند از طریق نقش واسطه تصویر برند (مورد مطالعه: مشتریان بانک‌های برتر شهر اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، نسرين مرادی : نویسنده دوم، سارا محمدی : نویسنده سوم
پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1399
7. "بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد شغلی فروشنده با تحلیل نقش میانجی مهارت‌های ارتباطی فروشنده"
مریم میررضائی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، ادریس محمودی : نویسنده سوم
پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1399
8. "بررسی تاثیر حمایت خانواده و حمایت دانشگاه بر خلاقیت ادراکی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه های اهواز)"
ناهید رشیدی اوندی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، فرج الله رحیمی : نویسنده سوم
چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1398
9. "UTAUT2 بررسی عوامل موثر بر رفتار خرید اینترنتی طبق نظریه"
کوثر مجدم : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، سارا محمدی : نویسنده سوم
چهارمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1398
10. "تبیین تاثیر شایستگی های مدیریتی و دلبستگی شغلی بر هویت سازمانی با توجه به نقش میانجی اعتماد سازمانی"
سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، مهسا عظیمیان : نویسنده سوم
چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی، 1398
11. "بررسی تاثیر سازگاری ارزشی فرد - سازمان با واسطه حمایت سازمانی ادراکی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد شغلی"
مهدی نداف : نویسنده اول، سارا محمدی : نویسنده دوم، پریسا درخشنده : نویسنده سوم
سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1397

12. "شناسایی، ارزیابی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر صادرات خدمات مالی و اعتباری به کشورهای منطقه از دیدگاه کارشناسان و خبرگان مرتبط (یک رویکرد فازی)"
 مهدی نداف : نویسنده اول، هدا شریفی : نویسنده دوم، حسنعلی سینایی : نویسنده سوم، رحیم قاسمیه : نویسنده چهارم
 سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1397
13. "بررسی پیش‌آیندها و پیامدهای کیفیت رابطه کارمند-مشتری در خدمات بانکی و اعتباری"
 مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، شیوا اله دینی : نویسنده سوم
 سومین کنفرانس ملی سالانه اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1397
14. "بررسی هوش هیجانی و رابطه آن با مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات سازمانی"
 سارا محمدی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، سارا روشن : نویسنده سوم
 اولین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت در ایران، 1396
15. "بررسی عوامل موثر بر صادرات خدمات مالی و اعتباری در شرایط اقتصاد مقاومتی در ایران"
 شریفی - هدا : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، حسنعلی سینایی : نویسنده سوم، رحیم قاسمیه : نویسنده چهارم
 سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی، 1396
16. "بررسی رابطه میان آموزش و تناسب شخص-شغل با عملکرد شغلی"
 صغری قنواتی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، حسنعلی سینایی : نویسنده سوم
 سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی، 1396
17. "بررسی رابطه کیفیت ادراکی خدمات با رفتار وفادارانه به برند با توجه به نقش واسطه اعتبار ادراکی تبلیغات (مورد مطالعه: مشتریان بانکهای خصوصی تجاری برتر کلانشهر اهواز)"
 مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، چاهوشی زاده-محمدامین : نویسنده سوم
 دومین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، 1396
18. "عنوان مقاله: بررسی تاثیر ارزش های شخصی بر وفاداری مشتری با نقش میانجیگر رضایت در صنعت بانکداری"
 ادریس محمودی : نویسنده اول، فریبا خورشیدوند : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم، محمد آیتی مهر : نویسنده چهارم
 چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، 1395
19. "بررسی تاثیر جو سازمانی مثبت بر از خود بیگانگی شغلی با نقش میانجی قلدری در محل کار (مورد مطالعه: شرکت های پتروشیمی منطقه ویژه اقتصادی ماهشهر)"
 فرج الله رحیمی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، آذین اسماعیلی : نویسنده سوم
 چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری، 1395
20. "بررسی تاثیر انواع برونسپاری تدارکات بر عملکرد شرکت در منطقه پتروشیمی ماهشهر"
 مرتضی فراهانی علوی : نویسنده اول، ادریس محمودی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم، محمد آیتی مهر : نویسنده چهارم
 اولین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و صنایع ایران، 1395

21. "بررسی رابطه نگرش به یادگیری و تسهیم با رفتار تسهیم دانش در صنعت بانکداری و مالی"
حمیده فریسات : نویسنده اول، حسنعلی سینایی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم
کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری، 1395
22. "بررسی تاثیر ویژگی-های انگیزشی شغل بر عملکرد فردی با نقش میانجی خودکارآمدی فردی"
فرج الله رحیمی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم، جابر ظفرپور امیر آباد : نویسنده سوم
کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری، 1395
23. "بررسی رابطه میان قابلیت یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی و نوآوری بازاریابی با مزیت رقابتی پایدار
(مورد مطالعه: بنگاه های اقتصادی استان خوزستان)"
مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، نسیم نیک فرجام : نویسنده سوم
نخستین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت - هوش تجاری و سازمانی، 1395
24. "بررسی پیام های تبلیغاتی محیطی در شهر اهواز با نگاهی به انگاره های دینی"
مهدی نداف : نویسنده اول، مهتا جودزاده : نویسنده دوم
نخستین کنفرانس ملی تبلیغات محیطی در ایران، 1394
25. "بررسی رابطه عوامل روانشناختی و رفتاری با پتانسیل کارآفرینی(مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های کلان
شهر اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، سعید جعفری نیا : نویسنده دوم، غلامی-طیبه : نویسنده سوم
اولین همایش علمی پژوهشی یافته های نوین علوم مدیریت، کارآفرینی و آموزش ایران، 1394
26. "بررسی نقش رفتارهای مالی در موفقیت تحصیلی و رضایتمندی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان
تحصیلات تکمیلی دانشگاه-های کلان شهر اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، عبدالحسین نیسی : نویسنده سوم، صابری
زاده - جهانگیر : نویسنده چهارم
چهارمین کنفرانس ملی مدیریت و حسابداری، 1394
27. "بررسی رابطه بین ویژگیهای روانشناختی و اقدامات سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران"
مهدی نداف : نویسنده اول، حسنعلی سینایی : نویسنده دوم، هاجر دزفولی : نویسنده سوم
همایش سراسری مباحث کلیدی در علوم مدیریت و حسابداری، 1394
28. "بررسی تاثیر عوامل رفتاری و نگرشی سرمایه-گذار بر رضایت از سرمایه-گذاری و تصمیم به
سرمایه-گذاری مجدد (مورد مطالعه : سرمایه-گذاران زمین و مسکن کلانشهر اهواز)"
مهدی نداف : نویسنده اول، فرج الله رحیمی : نویسنده دوم، اسلام فاخر : نویسنده سوم، بارانی - برزین : نویسنده
چهارم
کنفرانس بین المللی عمران، معماری و توسعه اقتصاد شهری، 1394
29. "بررسی رابطه میان سازگاری ارزشی برند خدمات- مشتری، کیفیت تعامل و رفتار شهروندی مشتری در
بانکهای کلان شهر اهواز"
مهدی نداف : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، پریسا قنبری عدیوی : نویسنده سوم
اولین همایش ملی بازاریابی، فرصتها و چالشها، 1393

30. "بررسی رابطه میان بازارگرایی و نوآوری سازمانی در شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات IT در اهواز"
مهدی نداف : نویسنده اول، ایمان شریفی : نویسنده دوم، سیروس کراهی مقدم : نویسنده سوم
اولین همایش ملی مدیریت بازرگانی با محوریت کسب و کارهای کارآفرینانه و اقتصاد دانش بنیان، 1392
31. "نقش معنویت سازمانی مبتنی بر ارزش های اسلامی در سلامتی و پیشگیری از بروز فساد اداری"
مهتا جودزاده : نویسنده اول، عبدالمحمد مهدوی : نویسنده دوم، حبیب الله سالارزهی : نویسنده سوم، مهدی نداف : نویسنده چهارم
همایش قانون ارتقاء سلامت نظام اداری و مقابله با فساد، 1392
32. "تجزیه و تحلیل شبکه غیر رسمی درون سازمان (مطالعه موردی: شرکت آویسا لوله)"
روزبه مددی : نویسنده اول، مهدی نداف : نویسنده دوم
دومین کنفرانس مدیریت کارآفرینی و توسعه اقتصادی، 1392
33. "بررسی رضایتمندی مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیکی با استفاده از مدل EUCS"
مهتا جودزاده : نویسنده اول، عبدالهادی درزیان عزیزی : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم، شیرین بنی : نویسنده چهارم
چهارمین کنفرانس بین المللی بازیابی خدمات بانکی، 1391
34. "رابطه بین سرمایه اجتماعی و اقدامات مدیریت دانش در سازمان آب و برق خوزستان"
علیرضا بخشی زاده : نویسنده اول، نرگس خراسانی فرد : نویسنده دوم، مهدی نداف : نویسنده سوم، سعید جعفری نیا : نویسنده چهارم
چهارمین کنفرانس مدیریت دانش، 1390

پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد

1. بررسی تاثیر اشتیاق، کنجکاوی و خود کارآمدی کار آفرینی دیجیتال بر قصد کار آفرینی دیجیتال با نقش میانجی هوشیاری کار آفرینی و نوآوری دیجیتال
سیداحمد موسوی 782
2. تاثیر حمایت سازمانی ادراکی بر ماندگاری کارکنان با نقش واسطه ای تبادل رهبر-عضو، وابستگی کاری خلاقانه و احساس انرژی
حسین ارشاد 781
3. تاثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی اشتیاق و هوشیاری کارآفرینی
صدیقه کریم زاده باردئی 781
4. بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی بر قصد کارآفرینی با نقش میانجی خودکارآمدی و اشتیاق کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های کلان شهر اهواز).
بهار علیخانی 780
5. بررسی تاثیر محتوای خلاقانه و هیجانات مثبت بر تعهد عاطفی، اهداف تعاملی و خریدهای برنامه‌ریزی نشده کاربران ایرانی اینستاگرام
سیما عزیزی فرد 780

6. بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی حمایت گرا و عملکرد رهبری بر رضایت شغلی کارکنان سازمان مدیریت شعب بانک ملت استان خوزستان با نقش واسطه ای اشتیاق کاری و اعتماد در سازمان
مریم سواری 780
7. شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر پایداری کسب و کارهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه: کسب و کارهای زنان سرپرست خانوار تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی در استان خوزستان)
محمد کیاست فرد 780
8. بررسی تاثیر اقدامات باشگاه مشتریان بر ترجیح برند با نقش میانجی هویت برند و ارزش ویژه برند (مطالعه موردی باشگاه مشتریان اسنپ)
میلاد راهبان 780
9. بررسی تاثیر اکوسیستم کارآفرینی بر خودکارآمدی و قصد کارآفرینی با نقش میانجی هوشیاری و اشتیاق کارآفرینی
سیدجعفر موسوی 779
10. بررسی پیشایندها و پیامدهای اشتیاق مشتری (مورد مطالعه: مشتریان شعب بانک تجارت اهواز)
مبینا موری 779
11. بررسی تاثیر هوش هیجانی بر عملکرد شغلی فروشنده با تحلیل نقش میانجی اشتیاق شغلی و مهارت های ارتباطی فروشنده
مریم میررضائی 778
12. مدلسازی عوامل سرمایه کارآفرینانه سازمانی در صنعت پتروشیمی و مقایسه تطبیقی میان شرکت های پتروشیمی آبادان و پتروشیمی شیراز
محمد مهدی نیک آبادی 778
13. بررسی تاثیر اخلاق گرایی ادراکی برند خدمات بر ارزش ویژه برند از طریق میانجی تصویر برند و منافع تشخیصی برند (مورد مطالعه: مشتریان بانک های برتر شهر اهواز)
نسرین مرادی 778
14. بررسی تاثیر انواع حمایت ها بر خلاقیت ادراکی و تاثیر این متغیر بر قصد کارآفرینی با واسطه متغیرهای نگرشی و انگیزشی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های اهواز)
ناهید رشیدی اوندی 777
15. بررسی عوامل موثر بر انگیزه مشتریان در خرید آنلاین براساس «تئوری جامع پذیرش و استفاده از تکنولوژی» (2UTAUT) مورد مطالعه: مشتریان سایت دیجی کالا در استان خوزستان
کوثر مجدم 777
16. بررسی اثر میانجی تعهد سازمانی و استرس نقش در رابطه ارتباطات داخلی با رفتارهای فرا اجتماعی (مطالعه موردی: کارکنان کادر درمانی بیمارستان های اهواز)
رعنا عبدالله نژاد 776

17. بررسی تاثیر تناسب فرد- سازمان با واسطه حمایت سازمانی ادراکی و رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد شغلی (مورد مطالعه: کارکنان پالایشگاه گاز بید بلند)

پریسا درخشنده 775

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر تناسب فرد-سازمان بر عملکرد شغلی با نقش واسطه حمایت سازمانی ادراکی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان شرکت پالایشگاه بید بلند اجرا شد. از جامعه آماری پژوهش 302 نفر از کارکنان به روش انتخاب تصادفی و به صورت تسهیم به نسبت به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌های پژوهش، از پرسشنامه‌های تناسب فرد- سازمان، کریستوف (1996)، حمایت سازمانی ادراکی آیزنبرگر و همکاران (1999)، رفتار شهروندی سازمانی کانونسکی و ارگان (1996) و عملکرد شغلی کوپمنز و همکاران (2012) استفاده شد. همچنین جهت افزایش روایی پرسشنامه‌ها از نقطه نظرات اساتید رهنما و مشاور این پژوهش بهره‌مند گردید. از روش آلفای کرونباخ جهت تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد.

در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها، از طریق روش‌های تحلیل آماری توصیفی که شامل جداول و نمودارها، شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی، فراوانی‌ها و ... که بیشتر در تحلیل تک متغیره مورد استفاده قرار می‌گیرد و در تحلیل روابط میان متغیرها از ضریب همبستگی دومتغیره پیرسون و مدل سازی معادلات ساختاری که از طریق نرم افزار Amos Graphic و SPSS انجام شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که تناسب فرد - سازمان بر حمایت سازمانی ادراکی تاثیر معناداری دارد و تناسب فرد- سازمان از طریق حمایت سازمانی ادراکی بر رفتار شهروندی سازمانی اثر می‌گذارد. همچنین حمایت سازمانی ادراکی بر رفتار شهروندی سازمانی تاثیر مثبتی دارد و حمایت سازمانی ادراکی از طریق رفتار شهروندی سازمانی بر عملکرد شغلی تاثیر می‌گذارد و در نهایت رفتار شهروندی سازمانی نیز تاثیری معنادار و مثبتی بر عملکرد شغلی دارد.

18. تاثیر آموزش و فناوری روی عملکرد شغلی و قصد جابجایی با واسطه تناسب فرد-شغل (مورد مطالعه: کارکنان بانک تجارت استان خوزستان)

صغری قنوازی 775

19. شناسایی و ارزیابی عوامل موثر بر صادرات خدمات مالی و اعتباری به کشورهای منطقه از دیدگاه کارشناسان و خبرگان مرتبط (یک رویکرد فازی)

هدا شریفی 775

امروزه بسیاری از کشورها در پی بحران‌های اقتصادی به اهمیت قدرت مالی و استفاده از فرصت‌های صادرات خدمات مالی، پی برده‌اند. افزایش صادرات خدمات مالی در حال حاضر یکی از مهمترین اقدامات توسعه‌ای است که در کشورهای جهان در حال انجام می‌باشد و به عنوان یک منبع مهم درآمدی تلقی می‌شود. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر صادرات خدمات مالی و اعتباری از دیدگاه کارشناسان و خبرگان انجام شده است. جهت دستیابی به هدف اصلی، پس از مطالعه مقالات مرتبط و مصاحبه با کارشناسان و متخصصان، 20 شاخص به عنوان شاخص‌های موثر بر صادرات خدمات مالی و اعتباری حاصل شد. در مرحله اول پس از قرار دادن شاخص‌ها در پرسشنامه‌ها و توزیع آن، از روش تحلیل عاملی اکتشافی جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده گردید. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که چهار عامل به عنوان عامل اصلی شناسایی شدند. این عوامل با توجه به ادبیات تحقیق و ویژگی‌های مشترک آن‌ها نام‌گذاری و در نهایت تمام متغیرهای تحقیق زیر گروه هر یک از این چهار عامل اصلی قرار گرفتند و در چهار دسته طبقه‌بندی شدند. در مرحله بعد برای تعیین میزان اهمیت شاخص‌ها و غربال مهم‌ترین شاخص‌های شناسایی شده، از تکنیک دلفی با رویکرد فازی استفاده شد که از میان عوامل موجود، 13 عامل عنوان

مهم‌ترین عوامل را به خود اختصاص دادند. در مرحله آخر برای وزن دهی و رتبه‌بندی عوامل از تکنیک سوآرا بهره گرفته شد که در نتیجه مهم‌ترین عامل‌ها به ترتیب عبارت است از: ثبات اقتصاد کلان، تنش‌های سیاسی و روابط خارجی، بوروکراسی اداری در بخش دولتی، مقررات مالیاتی کشور، نرخ مالیات، پیچیدگی بازار مالی، مقررات مبادلات اوراق بهادار، میزان آزادی در جریان سرمایه، توسعه زیر ساخت‌های فناوری، قدرت محافظت از سرمایه‌گذار، سلامت مالی بانک‌ها، سلامت اداری و اقتصادی در بخش دولتی و در آخر قوانین حقوق مالکیت.

20. بررسی نقش میانجی اشتیاق شغلی در رابطه بین تبادل اجتماعی سازمان با رفتار کاری نوآورانه (مطالعه

موردی: شرکت گروه ملی صنعتی فولاد ایران)

جهانگیر سالاروند 774

تحقیق حاضر باهدف بررسی نقش میانجی اشتیاق شغلی در رابطه بین تبادل اجتماعی سازمان و رفتار کاری نوآورانه صورت گرفته است. بر اساس ادبیات موضوع، تبادل رهبر-عضو و حمایت سازمانی ادراک‌شده به عنوان تبادل اجتماعی سازمان با کارکنان در نظر گرفته شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت صنعتی گروه ملی فولاد ایران است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد 310 نفر از کارکنان این سازمان به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. ابزار پژوهش پرسشنامه است. میزان پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ 0/97 محاسبه شده که از اعتبار لازم برخوردار است، همچنین روایی پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور تایید شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده که از طریق نرم‌افزارهای spss و pls انجام شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که تبادل رهبر-عضو و حمایت سازمانی ادراک‌شده تأثیر مثبت و معناداری هم بر رفتار کاری نوآورانه و هم بر اشتیاق شغلی دارند و اشتیاق شغلی نیز تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار کاری نوآورانه دارد. نتایج تحقیق همچنین نقش میانجی اشتیاق شغلی را در رابطه بین تبادل اجتماعی سازمان و رفتار کاری نوآورانه به عنوان میانجی جزء(ناقص) نشان می‌دهند.

21. بررسی عوامل موثر بر بروز رفتار غیرکارکردی مشتری (مورد مطالعه: مشتریان نمایندگی های خدمات پس از

فروش شرکت های خودرو سازی در شهر اهواز)

شهناز نخیلی کوتی 774

<p>در سال‍های اخیر رفتار مشتریان در حوزه بازاریابی کانون توجهات زیادی بوده است. اگرچه بسیاری از مطالعات تصور می‍کنند مشتریان همیشه به شیوه‍ی خوب و کارکردی در طول فرآیند مبادلات رفتار می‍کنند، شواهدی وجود دارد که نشان می‍دهد که مشتریان گاهی به شکل منفی و غیرکارکردی رفتار می‍کنند. رفتار غیرکارکردی مشتری، به رفتارهایی اشاره دارد که مشتری در آنها تمدا هنجارها و قوانین نانوشته متعارف را زیر پا می‍گذارند و کارهای منفی انجام می‍دهند و به این ترتیب مشکلاتی را برای سازمان‍ها، کارکنان و حتی دیگر مشتریان به وجود می‍آورند و از این رو هزینه‍های گزافی را برای آن‍ها به بار می‍آورند. از آنجا که مطالعات اندکی این جنبه از رفتارهای مشتریان را مورد توجه قرار داده‍اند، هدف از این تحقیق شناخت و بررسی عوامل موثر بر بروز رفتارهای غیرکارکردی مشتریان است. بر اساس مبانی نظری پژوهش عواملی از جمله نارضایتی از خدمات، آشفتگی فضای ارائه خدمات و خصوصیت اشکال‍تراشی در بروز چنین رفتارهایی از مشتریان موثر هستند. نمونه آماری این پژوهش مشتریان نمایندگی‍های خدمات پس از فروش شرکت‍های خودرو سازی(ایران خودرو و سایپا) در کلانشهر اهواز است. داده‍های مورد نظر با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‍ها با استفاده از

نرم افزارهای SPSS و AMOS انجام گردید. نتایج آزمونهای آماری نشان داد، آشفتگی فضای ارائه خدمات بر نارضایتی از خدمات تاثیرگذار است ولی بر بروز رفتار غیرکارکردی تاثیری ندارد. همچنین خصوصیت اشکال تراشی هم در ارزیابیهای فرد از فضای ارائه خدمات و هم بر بروز رفتار غیرکارکردی تاثیرگذار است. از طرفی دیگر نارضایتی از خدمات تاثیری بر بروز رفتار غیرکارکردی مشتریان ندارد.

22. بررسی تاثیر آزار جنسی و استرس شغلی بر بروز رفتار غیرکارکردی کارکنان با توجه به نقش واسطه ای تنیدگی شغلی (مورد مطالعه: کارکنان بخش بهداشت و درمان استان خوزستان) نازنین مکوندی 774

امروزه آزار جنسی زنان در محیط کار و فقدان امنیت روانی، سلامت محیط کار را به خطر می اندازد و این مساله در بسیاری از کشورها وجود دارد. دیدگاه غالب جامعه مقصر دانستن قربانی در بروز چنین حوادثی است. این پدیده عاملی ناشناخته درون سازمان است که بر منابع انسانی و بویژه زنان تاثیرات منفی زیادی دارد و کارایی سازمان را تا حد زیادی کاهش می دهد این رفتار سبب بروز مشکلات بسیاری اعم از روحی و روانی برای کارکنان بویژه زنان شاغل در سازمان ها می شود به همین منظور پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر آزار جنسی و استرس شغلی بر بروز رفتار غیرکارکردی کارکنان با در نظر گرفتن نقش واسطه ای تنیدگی شغلی در میان زنان شاغل در بیمارستان های سطح استان خوزستان انجام شده است. در این راستا پرسشنامه ای شامل 41 سوال بین 270 نفر از خانم های شاغل در چهار بیمارستان در شمال، مرکز و جنوب استان توزیع شد، پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کاربردی است، از لحاظ روش (نحوه گردآوری داده ها) از نوع پژوهش میدانی و توصیفی (غیر آزمایشی) است که به صورت همبستگی انجام شده است، روش گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر با استفاده از ابزارهای پرسشنامه، بررسی اسناد و مدارک و داده ها و مصاحبه (در صورت لزوم) است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از دو روش تحلیل مدل معادلات ساختاری و همبستگی دو متغیری استفاده شده است، مدل مورد بررسی دارای 9 فرضیه اصلی و 5 فرضیه فرعی بود که پس از بررسی و تجزیه و تحلیل داده ها فرضیه های شماره 3، 4 و 9 اصلی تایید نشدند ولی سایر فرضیه ها تایید شدند.

23. بررسی تاثیر پویایی گروهی بر قصد جابجایی و تنیدگی شغلی با نقش واسطه ای تعارض کار خانواده (مورد مطالعه: کارکنان شرکت آب و فاضلاب اهواز) ارغوان بهجو 774

هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر پویایی گروهی بر قصد جابجایی و تنیدگی شغلی با نقش واسطه ای تعارض کار خانواده (مورد مطالعه: کارکنان شرکت آب و فاضلاب اهواز) است. این پژوهش، الگویی از روابط بین متغیرها را ارائه می دهد. نمونه پژوهش حاضر شامل 301 نفر از کارمندان شرکت آب و فاضلاب اهواز است که به روش (تصادفی) انتخاب شده اند. ارزیابی الگوی پیشنهادی از طریق معادلات ساختاری SEM و با استفاده از نرم افزار SPSS ویرایش 19 و AMOS ویرایش 18 انجام گرفته است. در این پژوهش از 11 فرضیه استفاده شده است. یافته ها نشان می دهد تعارض نقش و زمانبندی کار به طور معنی داری بر تعارض کار خانواده تاثیر می گذارد و منجر به تنیدگی شغلی و قصد جابجایی می گردد.

24. بررسی تاثیر ویژگی های تیم بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی تعهد به سیاست های تیم محوری سازمان (مورد مطالعه: کارکنان مراکز بهداشتی درمانی شهری اهواز)

بهاره نویدی فر 774

25. بررسی تاثیر خودکارآمدی، مشغولیت و محیط خدمت گرایی سازمان بر رفتار مشتری مداری کارکنان (مورد مطالعه: ده شرکت برتر بیمه در شهرستان های استان خوزستان)

خدیجه خلیفه 773

یکی از عوامل مهم در فرایند ارتباطات به ویژه در سازمان های خدماتی، کارکنان ارائه دهنده خدمات می باشند. از سوی دیگر، صاحب نظران بر این باورند که رفتار و شیوه ارتباط برقرار کردن افراد تحت تاثیر دو دسته از عوامل محیطی و فردی است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر خود کارآمدی، مشغولیت و محیط خدمت گرایی سازمان بر رفتار مشتری مداری (COB) کارکنان در شرکت های بیمه در هفت شهرستان استان خوزستان می باشد. مدل تحقیق حاضر با اقتباس از مدل پیمپاکورن و پترسون (۲۰۱۰) تهیه شده است. این مدل شامل چهار تیلو غشم، یدماراک دوخ ریغتم یسررب هیضرف جنپ اب یلدم بلاق رد هک تسا نانکراک یرادم یرتشم راتفر و نامزاس بیارگ تمدخ طیحم، نانکراک تیعمج یاهریغتم یسررب یارب یقیصوت رامآ ادتبا، هدش پروآ عمج یاه هداد لیلحت و هیزجت یارب قیقحت نیا رد دش زا یریگ هزادنا یاه لدم طباور یرادانعم نومزآ یارب هک یطابنتسا رامآ سپس و هدش هتفرگ راک هب شهوپ یتخاناش قباطم. تسا هدش هداقتسا یراتخاس تالدا عم یزاس دم زا قیقحت یاه یسررب یسررب روظنم هب سپس و یدییات یلماع لیلحت هب یدماراک دوخ ریثات نینچمه و یرادم یرتشم راتفر رب نانکراک تیلو غشم و یدماراک دوخ ریثات، شهوژپ جیاتن یرادم یرتشم راتفر رب نامزاس بیارگ تمدخ طیحم ریثات اما دش دییات یرادم یرتشم راتفر رب نانکراک تیلو غشم هطساو دش دییات یرادم یرتشم راتفر رب نامزاس بیارگ تمدخ طیحم هطساو هب یدماراک دوخ ریثات نینچمه و

26. بررسی تاثیر اعتبار ادراکی برند بر وابستگی هیجانی، تعهد و وفاداری رفتاری به برند (مورد مطالعه: مشتریان شرکت های برتر بیمه در شهرهای بزرگ استان خوزستان)

زهره سعیدی 773

اعتبار ادراکی برند به عنوان با ارزش ترین دارایی ناملموس هر شرکت به دلیل مزیت های فوق العاده ای که ایجاد می کند، نقش مهمی در موفقیت شرکت ها و برقراری ارتباط موثر با مشتری دارد. لذا، ایجاد و حفظ موقعیت مناسب آن در اذهان مشتریان جهت تاثیر در تصمیم گیری، قصد خرید، تعهد و وفاداری آنها یکی از اهداف بزرگ بازاریابان به شمار می رود. این پژوهش با هدف بررسی تاثیر اعتبار ادراکی برند بر وابستگی هیجانی، تعهد و وفاداری رفتاری به برند در استان خوزستان انجام شده است. پژوهش حاضر، بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری آن را مشتریان شرکت های برتر بیمه در شهرهای بزرگ استان خوزستان تشکیل می دهند، که برتر بودن این شرکتها با استناد به رتبه بندی شرکت های بیمه ایرانی توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال 1393 (IM100) است. طبق محاسبات، تعداد 384 نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی خوشه ای انتخاب شده اند برای بررسی ویژگی های جامعه مورد مطالعه، از شاخص های آمار توصیفی و با توجه به مدل پیشنهادی برای تایید یا رد فرضیه ها از شاخص های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و مدلسازی معادلات ساختاری) و از نرم افزارهای SPSS 22 و AMOS 18 استفاده شده است. در این پژوهش، تمامی فرضیه های مطرح شده، جز تاثیر مستقیم اعتبار ادراکی برند بر وفاداری رفتاری به برند، تایید شدند.

27. بررسی رابطه میان قابلیت یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی و نوآوری بازاریابی با مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: بنگاه های اقتصادی استان خوزستان)

نسیم نیک فرجام 773

تحقیق حاضر با هدف بررسی روابط میان متغیرهای قابلیت یادگیری سازمانی، نوآوری سازمانی، نوآوری بازاریابی و مزیت رقابتی پایدار در سازمان ها صورت گرفته است. این تحقیق بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده ها، از نوع توصیفی است و چون به بررسی روابط میان متغیرها می پردازد، لذا از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری آن را بنگاه های اقتصادی فعال در استان خوزستان که حداقل 100 نفر پرسنل دارند، تشکیل می دهد. بدین منظور تعداد 220 پرسشنامه بین مدیران عالی و میانی 70 بنگاه اقتصادی توزیع گردید. برای بررسی ویژگی های جامعه مورد مطالعه، از شاخص های آمار توصیفی و با توجه به مدل پیشنهادی برای تایید یا رد فرضیه ها از شاخص های آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و مدل سازی معادلات ساختاری) و از نرم افزارهای SPSS 22 و AMOS 18 استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین قابلیت یادگیری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار، قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری سازمانی، قابلیت یادگیری سازمانی و نوآوری بازاریابی و نیز نوآوری بازاریابی با مزیت رقابتی پایدار، رابطه ی مثبت و معنی داری وجود دارد ولی بین دو متغیر نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی پایدار، رابطه ی معنی داری وجود ندارد.

28. بررسی رابطه کیفیت ادراکی خدمات با رفتار وفادارانه به برند با توجه به نقش واسطه اعتبار ادراکی تبلیغات. (مورد مطالعه: مشتریان بانکهای خصوصی تجاری برتر کلانشهر اهواز)

چاهوشی زاده-محمدامین 772

از آنجا که برقراری روابط با مشتریان به نحوی که آنان درک مناسبی از کیفیت خدمات ارایه شده بانکی داشته باشند و در آینده به آن وفادار باقی بمانند، بسیار حایز اهمیت می باشد، آنچه که در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است، بررسی رابطه ای است که در آن، کیفیت ادراکی خدمات میتواند باعث ایجاد وفاداری به بانکی خاص در میان مشتریان شود. همچنین در این میان نقش واسطه ای اعتبار ادراکی تبلیغات در نظر گرفته شده است. جامعه آماری شامل مشتریان بانکهای تجاری برتر خصوصی در کلانشهر اهواز می باشد، که برتر بودن این بانکها با استناد به رتبه بندی شرکتهای برتر ایرانی توسط سازمان مدیریت صنعتی در سال 1392 (IMI-100) است. طبق محاسبات، تعداد 384 نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی طبقه ای انتخاب شده اند. این رساله به روش توصیفی (غیرآزمایشی) انجام شده است. قلمرو زمانی تابستان و پاییز 1393 و قلمرو مکانی کلانشهر اهواز می باشد. این مطالعه از نوع کاربردی می باشد و جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شده که برای پایایی آن، داده های اخذ شده 30 نفر از پاسخگویان که به صورت پیش آزمون جمع آوری گردید، میزان آلفای کرونباخ برای هریک از متغیرهای تحقیق و کل پرسشنامه بیش از 0.7 بود. همچنین داده ها نرمال بوده و برای محاسبات آنها از آزمون های پارامتریک استفاده گردید. جهت تجزیه تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS، و از ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی همبستگی بین متغیرهای تحقیق بهره گرفته، و در ادامه برای تکمیل تحلیل ها و تدوین مدل، از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج به دست آمده گواه بر تایید فرضیات پژوهش دارد و روابط مستقیم و غیرمستقیم متغیرها نشان می دهد که میان کیفیت ادراکی خدمات، اعتبار ادراکی تبلیغات و رفتار وفادارانه به برند رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

29. بررسی رابطه عوامل روانشناختی و رفتاری دانشجویان و پتانسیل کارآفرینی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های کلان شهر اهواز)
غلامی-طیبه 772

جهانی شدن و شرایط رقابتی بوجود آمده از مسائلی هستند که جوامع ناگزیر از پذیرش آن می باشند و انهایی موفق خواهند بود که توان سازگاری و رقابت را در خود ایجاد نمایند. گفته می شود که میزان بیکاری از جمله مواردی است که کاهش و یا افزایش آن ارتباط مستقیم با توان رقابتی جوامع در محیط جهانی دارد. امروزه بسیاری از مدیران و سیاست گذاران کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، برای غلبه بر بحران بیکاری، کارآفرینی را پیشنهاد کرده اند. بنابراین در این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که عوامل روانشناختی و رفتاری چه رابطه ای با پتانسیل کارآفرینی دانشجویان دانشگاه های کلان شهر اهواز دارند؟ روش تحقیق در این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده توصیفی- همبستگی است. جامعه این پژوهش دانشجویان دانشگاه های کلان شهر اهواز است و با استفاده از روش نمونه گیری شبه تصادفی طبقه ای 410 پرسشنامه میان دانشجویان توزیع شد. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی در قالب نرم افزارهای SPSS و AMOS استفاده شده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که تمایل به ریسک پذیری و خلاقیت رابطه معنی داری با پتانسیل کارآفرینی دارند.

30. بررسی نقش رفتار مالی در موفقیت تحصیلی و رضایت از زندگی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه های کلان شهر اهواز)
صابری زاده - جهانگیر 772

کشور ایران در سال ۷۰های اخیر شاهد افزایش و رشد کمی دانشجویان تحصیلات تکمیلی بوده اما تاثیرهای این افزایش در وضعیت زندگی فردی دانشجویان و آینده کشور هنوز به طور کامل مشخص نیست. یکی از اهداف آموزش عالی جامعه، افزایش عملکرد تحصیلی، بهبود شرایط تحصیل و ارتقا سطح کلی رضایت از زندگی دانشجویان است اما عوامل مرتبط با این مقوله ها، به طور همه جانبه بررسی نشده اند و بسیاری از این ابعاد ناشناخته باقی مانده اند. از جمله این عوامل می توان به وضعیت مالی دانشجویان اشاره نمود که به طور کلی با رفتارهای مالی و رضایت مالی ایشان همراه است. این نکته هنگامی اهمیت بیشتری می یابد که به طور ویژه، به نظر می رسد دانشجویان تحصیلات تکمیلی، بیشتر دغدغه های مالی دارند. بنابراین هدف این مطالعه بررسی نقش رفتارهای مالی در موفقیت تحصیلی و رضایت-مندی دانشجویان تحصیلات تکمیلی انتخاب گردید. تحقیق حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و بر اساس ماهیت و نحوه گردآوری داده ها از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه مورد مطالعه این تحقیق کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه های کلان شهر اهواز می باشد که یک نمونه 385 نفری از آنها بررسی گردید. ابزار گردآوری داده در تحقیق پرسشنامه بود. پایایی این پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ و با مقدار 0/860 مورد تایید قرار گرفت. داده های گردآوری شده با استفاده از رویکرد دو مرحله ای روش مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار AMOS16 تجزیه و تحلیل شدند. یافته های مطالعه نشان دادند که مدل پیشنهادی تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار است و مطابق نتایج رضایت مالی و رضایت تحصیلی با رضایت از زندگی مرتبط بودند. همچنین ارتباط عملکرد تحصیلی با رضایت تحصیلی و موقعیت مالی با رضایت مالی تایید شد. اما ارتباط معناداری بین رفتارهای مثبت مالی با رضایت مالی و عملکرد تحصیلی دانشجویان و بین موقعیت مالی و عملکرد تحصیلی یافت نشد.

31. بررسی رابطه مشتری گرایی کارکنان در تماس میهمانان با شکل گیری نگرشها و رفتار ماندگاری گردشگران و مشتریان (مورد مطالعه: هتلها و مراکز اقامتی برتر استان خوزستان)

فرجی - شیرین 772

در سازمانهای خدماتی کارکنان خط مقدم، اولین ارائه دهنده خدمات بوده و اثر مهمی بر رضایت مشتری و کیفیت خدمات ارائه شده می گذارند. مشتری گرایی کارکنان خدماتی سبب می شود خدمات با کیفیت بهتر، رضایت مشتری بیشتر و در نهایت رابطه ای بلندمدت با مشتری ایجاد گردد. برای افرادی که به عنوان کارکنان هتلها و استراحتگاهها خدمت می کنند، داشتن رفتاری دوستانه و مشتری گرایی، عاملی مهم برای موفقیت است. پس در این پژوهش به بررسی رابطه مشتری گرایی کارکنان در تماس میهمانان در صنعت هتلداری (مهمان نوازی) به عنوان یکی از صنایع خدماتی پرداخته شده است. روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق میهمانان زن و مرد هتلهای دو ستاره به بالای استان خوزستان می باشد و 384 پرسشنامه میان آنان توزیع شده است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آن 0.845 محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته ها حاکی از آن است که رابطه معناداری میان مشتری گرایی کارکنان خدماتی و رفتار ماندگاری وجود دارد. مشتری گرایی کارکنان با رضایت، رضایت و تعهد با رفتار ماندگاری رابطه معنی داری دارد ولی تعهد و مشتری گرایی کارکنان رابطه معنی داری ندارند.

32. بررسی نقش هیجانات در پاسخ رفتاری مشتریان به محرک های ادراکی آمیخته خدمات در صنعت خدمات

آرایشی و پیرایشی.

صالحی قلعه سفید - مریم 772

چکیده:

با توجه به نقش بسیار مهم خدمات در اقتصاد مدرن، مدیران کسب و کارها، تلاش های گسترده ای را به سوی فهم چگونگی درک مشتریان از آمیخته خدمات، و نیز چگونگی تبدیل این ادراکات به برانگیخته شدن هیجانات مشتریان و پاسخ های رفتاری آن ها انجام داده اند. این پژوهش به بررسی نقش هیجانات در پاسخ رفتاری مشتریان به محرک های ادراکی آمیخته خدمات در صنعت خدمات آرایشی و پیرایشی می پردازد. روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان سالن های زیبایی برتر کلان شهر اهواز می باشد و با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای 406 پرسشنامه میان مشتریان جوان این سالن های زیبایی توزیع شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از آزمون همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. یافته ها حاکی از آن است که ارتباط معناداری بین متغیرهای استنباط ادراکی آمیخته خدمات، هیجانات و تمایلات رفتاری وجود دارد. علاوه بر این، استنباط ادراکی آمیخته خدمات و تمایلات رفتاری به صورت غیر مستقیم از طریق هیجانات با هم ارتباط دارند. همچنین هیجانات مثبت با تمایلات رفتاری مطلوب و هیجانات منفی با تمایلات رفتاری نامطلوب به طور معناداری مرتبط اند.

33. بررسی تاثیر عوامل نگرشی سرمایه گذار بر رضایت از سرمایه گذاری و تصمیم به سرمایه گذاری مجدد (مورد مطالعه: سرمایه گذاران زمین و مسکن کلانشهر اهواز)

بارانی - برزین 772

با توجه به اهمیت بخش مسکن در اقتصاد کشور و همچنین افزایش روزافزون سرمایه گذاری در حوزه زمین و مسکن، این مطالعه با توجه به مطالعه شیم، لی و کیم (2008) به بررسی عوامل نگرشی سرمایه گذار زمین و مسکن و تاثیر آن بر رضایت از سرمایه گذاری و تصمیم به سرمایه گذاری مجدد می پردازد. جهت بررسی این آثار و کشف روابط از مدل همبستگی پیرسون و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که متغیرهای سودآوری سرمایه گذاری و نقدینگی سرمایه گذاری، رابطه معناداری با رضایت از سرمایه گذاری داشته و همچنین متغیر رضایت از سرمایه گذاری نیز رابطه معناداری با تصمیم به سرمایه گذاری مجدد دارد. نتایج حاصل از این مطالعه، به درک کلی از سرمایه گذاری در زمین و مسکن در کلانشهر اهواز به عنوان مرکز استان استراتژیک خوزستان کمک کرده و تجزیه و تحلیل تجربی مفیدی از نمونه سرمایه گذاری های انجام شده در این کلانشهر ارائه می دهد.

34. بررسی رابطه میان رفتارهای مدیریت روابط عمومی با عملکرد روابط عمومی و عملکرد روابط عمومی با اعتماد اجتماعی در بانکهای استان خوزستان

زینب مسعودی 771

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه میان رفتارهای مدیریت روابط عمومی با عملکرد روابط عمومی و عملکرد روابط عمومی با اعتماد اجتماعی بود. نمونه-ی مورد مطالعه در این پژوهش شامل 115 مدیر و کارشناس روابط عمومی و 300 نفر از مشتریان بانک بودند که به روش نمونه-گیری تصادفی طبقه-ای از بین بانک-های استان خوزستان انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل پرسشنامه-ی رفتارهای مدیریت روابط عمومی، پرسشنامه-ی عملکرد روابط عمومی، و پرسشنامه-ی اعتماد اجتماعی بودند. تحلیل داده-ها از طریق تحلیل همبستگی، تحلیل رگرسیون، آزمون T مستقل و الگویابی معادلات ساختاری (SEM) و با استفاده از نرم-افزار SPSS و AMOS انجام شد. مدل-ارزیابی شده در نمونه پژوهش از شاخص-های برازندگی قابل قبولی برخوردار بود. نتایج پژوهش نشان داد که میان رفتارهای مدیریت روابط عمومی و عملکرد روابط عمومی رابطه-ی معنی-داری وجود دارد. هم-چنین نتایج نشان دادند که میان عملکرد روابط عمومی و اعتماد اجتماعی رابطه-ی معنی-داری وجود دارد. نتایج به دست آمده از این پژوهش به تفصیل مورد بحث قرار گرفته است.

35. بررسی رابطه ی میان سازگاری ارزشی برند خدمات- مشتری، کیفیت تعامل بر رفتار شهروندی مشتری در بانک های کلان شهر اهواز

پریسا قنبری عدیوی 771

ارزش-ها، یکی از لایه-های فرهنگی بسیار تاثیرگذار بر رفتار افراد هستند و از آن-جایی که عمدتاً آموخته می-شوند و حالت پایدار و مطلق به خود می-گیرند، ممکن است از مهم-ترین تعیین-کننده-های انتخاب-ها و تصمیم-های خرید باشند. در تحقیق حاضر به بررسی رابطه میان سازگاری-ارزشی برند خدمات- مشتری با رفتار شهروندی و دو بعد کیفیت تعامل شامل رضایت و تعهد عاطفی پرداخته شده است. سازگاری ارزشی برند خدمات- مشتری به مثابه-ی پیشایندهی از رفتار شهروندی مشتری در نظر گرفته شده است که با کیفیت تعامل برقرار شده میان فرد و سازمان خدماتی نیز در ارتباط است و از آن طریق هم می-تواند بر رفتار تاثیر داشته باشد. از سوی دیگر، رفتار شهروندی مشتری از جمله مفاهیم نسبتاً نوینی است که بسیار مطلوب سازمان-ها بوده و بر رفتار دیگر گروه-های مشتریان بسیار تاثیر-گذار است. این تحقیق از نوع کاربردی با ماهیت توصیفی و همبستگی است. در تحقیق حاضر، با استفاده از ابزار پرسشنامه، رابطه میان این متغیرها در نمونه-ای شامل 386 نفر از مشتریان بانک-های کلان-شهر اهواز بررسی گردید. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده-ها که با استفاده از روش همبستگی و معادلات ساختاری انجام شد، نشان داد که سازگاری

ارزشی برند خدمات- مشتری با رفتار شهروندی مشتری و کیفیت تعامل شامل رضایت و تعهد عاطفی، رابطه مثبت و معناداری دارد. به- علاوه سازگاری ارزشی از طریق کیفیت تعامل نیز، با رفتار شهروندی مشتری رابطه دارد.

36. بررسی رابطه بین ویژگی های روانشناختی و اقدامات سرمایه گذاران در بورس اوراق بهادار تهران
هاجر دزفولی 770

37. بررسی فرآیند تصمیم گیری عقلایی سرمایه گذار فردی و رابطه آن با تورش های رفتاری در بورس اوراق بهادار تهران
محمد سطوت پیکانی 770

38. پیشایندها و پیامدهای شخصیت ادراکی برند: مورد مطالعه تلفن همراه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز
مهتا جودزاده 770

کتابهای تألیفی و تصنیفی

1. "برنامه ریزی استراتژیک به زبان ساده"
قاسمی - نادر : مترجم اول، مهدی نداف : مترجم دوم
انتشارات پژوهندگان راه دانش، ایران - خوزستان - اهواز، 773، شابک: 9786003450714

2. مبانی اخلاق حرفه ای و کسب و کار

نویسنده مهدی نداف

انتشارات مهرگان قلم

3. آموزش مهارت های حرفه ای مدیریت

نویسنده مهدی نداف

انتشارات مهربان