



"دکتر حسین وظیفه دوست"

- ✓ متولد ۱۳۴۵/۶/۱ - نیشابور
- ✓ کد ملی: ۱۰۶۱۲۸۲۲۴۴
- ✓ شماره شناسنامه: ۲۸۸
- ✓ شماره تماس: ۰۹۱۲۵۱۸۲۷۰۰
- ✓ دکتری تخصصی (PHD) مدیریت بازرگانی
- ✓ استاد تمام و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- ✓ رئیس انجمن مدیریت اجرایی ایران
- ✓ مدیر علمی مقطع دکتری کارآفرینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- ✓ مدیر علمی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- ✓ مدیر علمی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- ✓ مدیر علمی دوره DBA سازمان مدیریت صنعتی - خراسان رضوی
- ✓ مدیر علمی دوره عالی مدیریت بازرگانی سازمان مدیریت صنعتی - خراسان رضوی

❖ برخی از سوابق اجرایی در استان خراسان و نیشابور

- ✓ رئیس دانشگاه آزاد اسلامی نیشابور
- ✓ عضو هیات علمی پاره وقت دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور
- ✓ عضو هیات مدیره سازمان مدیریت صنعتی شرق و قائم مقام هیات عامل
- ✓ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی مشهد و مدیر گروه مدیریت دولتی
- ✓ مدیر عامل شرکت ایزوگام طوس
- ✓ رئیس هیات مدیره موسسه توسعه علم و صنعت ادیب
- ✓ رئیس هیات موسسه توسعه علوم مدیریت ادیب
- ✓ رئیس هیات موسسه آموزشی خرد خراسان
- ✓ رئیس هیات موسسه آموزش و پژوهش صنایع ایران (مشهد و نیشابور)
- ✓ رئیس هیات مرکز آموزش اتاق بازرگانی

❖ برخی از سوابق اجرایی در سطح کشور

- ✓ رییس ستاد تسهیلات نوروژی سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کل کشور
- ✓ مدیر کل تدوین استانداردهای فنی سازمان میراث فرهنگی کشور
- ✓ مدیر گروه جهانگردی و هتلداری واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی

- ✓ دبیر کل شورای منطقه ۸ دانشگاههای آزاد اسلامی (مسئولیت استانهای تهران-قم و قزوین)
- ✓ معاون اداره اعزام دانشجو-وزارت فرهنگ و آموزش عالی
- ✓ رئیس مرکز آموزش بازرگانی استان البرز
- ✓ رئیس هیات مدیره انجمن علمی بازاریابی کشور
- ✓ رئیس هیات مدیره قند پیرانشهر
- ✓ عضو هیات مدیره صندوق ضمانت سرمایه گذاری کشور
- ✓ مشاور ایرانی سازمان اکو
- ✓ مدیریت دوره های مدیریت اجرایی
- ✓ مدیر کل امور اداری بنیاد شهید - دانشگاه شاهد
- ✓ مشاور ارشد بانک شهر
- ✓ مشاور ارشد مجموعه های اسپارلوس
- ✓ مشاور شرکت بنیس روستا
- ✓ مشاور شرکت پبله وران
- ✓ مشاور شرکت پایور پلاستیک
- ✓ مشاور شرکت بارثاوا
- ✓ مشاور شرکت سه نان
- ✓ مشاور شرکت موسسه مطالعات وزارت بازرگانی
- ✓ مشاور شرکتهای بزرگ تولیدی و بازرگانی کشور و استان خراسان
- ✓ مشاور فدراسیون تنیس کشور
- ✓ عضویت در ستاد جذب سرمایه گذاری استان تهران
- ✓ عضویت در ستاد تحول اداری استان تهران

❖ برخی از سوابق اجرای پروژه

- ✓ طرح تحقیقاتی ارائه الگویی جهت توسعه صادرات زعفران ایران
- ✓ بررسی علل گرایش جوانان به تحصیل در دانشگاه آزاد اسلامی - دفتر مطالعات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
- ✓ طرح دستیابی به فرصتهای درآمد زایی جهت فولاد خوزستان
- ✓ مزیت سنجی تاسیس انبارهای عمومی - موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی
- ✓ بررسی علل انحلال و یا رکود شرکتهای تعاونی در استان خراسان رضوی

❖ عضویت در انجمن ها

- ✓ عضو انجمن علوم مدیریت ایران
- ✓ عضوانجمن مشاوران ایران
- ✓ عضو و موسس انجمن علمی بازاریابی ایران
- ✓ رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران
- ✓ رئیس انجمن مدیریت اجرایی ایران

❖ برخی از مقالات منتشر شده در مجلات علمی پژوهشی و ISI

- ۱- ارزیابی خصوصیات ویژه شرکت و عوامل محیطی بر عملکرد بازاریابی شرکتهای صنایع غذایی صادر کننده کالا در استان خراسان (بصیرت - علمی - پژوهشی)
- ۲- ERP ابزاری سریعتر و قابل اعتماد تر برای پیشبرد هوش تجاری در سازمانها (مدیریت کسب و کار - علمی پژوهشی)
- ۳- شناسایی عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده در استفاده از خدمات بانکی (اقتصاد و تجارت نوین - علمی پژوهشی)
- ۴- تاثیر هوشمندی رقابتی بر سازمانهای تجاری کوچک و متوسط در حال تغییر (اقتصاد و تجارت نوین - علمی پژوهشی)
- ۵- بررسی تاثیر میزان هوش هیجانی بر قابلیتهای مدیریت (مدیریت فرهنگی - علمی پژوهشی)
- ۶- پیامدهای الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی در حوزه صنایع غذایی ایران (مدیریت بازاریابی علمی پژوهشی)
- ۷- تبیین میزان رضایت مشتریان از طراحی محصول شرکت تولید سن سون باتاثیر پذیری از مدل کانو (مدیریت بازاریابی - علمی پژوهشی)
- ۸- بررسی تاثیر توریسم تاریخی - فرهنگی بر توسعه پایدار شهری همدان (پژوهشنامه علوم اجتماعی گرمسار- علمی پژوهشی)
- ۹- آثار برپایی نمایشگاههای تجاری بین المللی بر توسعه صادرات غیر نفتی ایران (بررسیهای بازرگانی - علمی پژوهشی)
- ۱۰- بررسی عملکرد سیاستهای دولت بر روی صادرات شرکتها (بصیرت - علمی پژوهشی)

۱۱- طراحی الگوی ارزیابی کیفیت مراقبت های درمانی ادراک شده از دیدگاه مصرف کنندگان خدمات در بیمارستان های خصوصی استان تهران و رتبه بندی این بیمارستانها بر مبنای الگوی طراحی شده (بصیرت - علمی پژوهشی)

۱۲- بررسی نقش خصوصیات کیفی محصولات غذایی سنتی (بااسم حمایت شده از مبداء) بر رفتار مصرف کننده (مدیریت بازاریابی - علمی پژوهشی)

۱۳- ارزیابی تاثیر ادراک کیفیت خدمات بر رضایت مشتری (مبتنی بر مدل کیفیت خدمات گرون روز) در خدمات بانکی ارائه شده در بانکهای استان خراسان رضوی (پژوهشگر فصلنامه مدیریت - علمی پژوهشی)

۱۴- بررسی میزان اهمیت شاخصهای کیفیت زندگی شهری تهران از دیدگاه مدیران و متخصصان مدیریت شهری (مطالعات مدیریت شهری - علمی پژوهشی)

۱۵- تبیین میزان رضایت مشتریان از طراحی محصول شرکت تولید سن سون با تاثیر پذیری از مدل کانو

۱۶- شناسایی موانع توسعه سیستم های اطلاعاتی جغرافیایی در حوزه خدمات شهری و ارائه راهکارهایی اجرایی

۱۷- بررسی تاثیر استراتژی توسعه نام تجاری بر جایگاه ذهنی شرکت های خدماتی

۱۸- بازاریابی شایعه با استفاده از بازاریابی ویروسی

۱۹- تاثیر سن و جنس بر رضایت شغلی کارکنان

۲۰- هوش هیجانی عاملی در جهت موفقیت تیم و رهبر تیم

۲۱- رابطه بین مدیریت و توسعه بازار با تاکید بر سیاست های تجاری برنامه پنجم توسعه

۲۲- حلقه مفقوده اعتماد در مدیریت بحران

۲۳- مشارکتهای مردمی و نقش آن در توسعه مدیریت شهری

۲۴- تحقیقی در مورد عملکرد چند رنگ مختلف در اگهی اینترنتی و رنگ پس زمینه صفحات وب در شرایط معین

۲۵- Bench marking و سازمانهای آینده

۲۶- بررسی تاثیر برند خدماتی بر وفاداری مشتریان

۲۷- استفاده از ظرفیتهای ابزار مشتقه در تامین مالی موسسات و شرکتها

۲۸- رابطه استراتژی چابکی ، سازمان چابک و نیروی کار چابک در اورژانس بیمارستانهای دانشگاه علوم

پزشکی تهران

- ۲۹- عوامل موثر بر خرید تفننی محصول جدید با درگیری پایین
- ۳۰- طراحی مدلی جهت تبیین وفاداری مشتریان خدمات بانکی در استان گیلان
- ۳۱- تجارت الکترونیک و توریسم درمانی در عصر دیجیتال
- ۳۲- بررسی تاثیر استراتژی تعمیم برند بر تصویر آن در حوزه محصولات تند مصرف و خدمات
- ۳۳- بررسی علل گرایش جوانان به تحصیل در دانشگاه آزاد
- ۳۴- تعیین عوامل اثر گذار بر ارزش ویژه نام و نشان تجاری در صنعت شکلات ایران
- ۳۵- شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان پردرآمد مورد مطالعه: خریداران آپارتمان در شهر تبریز
- ۳۶- بررسی رابطه بین مصرف منزلت گرا و عوامل اجتماعی
- ۳۷- بررسی رابطه بین رضایت مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده در صنعت بانکداری خصوصی ایران)
- تجزیه و تحلیل بر اساس مدل تلفیقی سروکوال)
- ۳۸- بررسی ادراک مشتری از کیفیت خدمات الکترونیکی در فروشگاههای به هنگام (online)
- ۳۹- آزمون تاثیر عوامل حاکمیت شرکتی بر رتبه اعتباری در قالب مدل امتیاز بازار نوظهور مورد مطالعه
- بورس اوراق بهادار تهران
- ۴۰- تاثیر فرهنگ سازمانی ساختار سازمانی و انگیزش کارکنان بر پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان
- ۴۱- بررسی اثر منابع شرکت بر عملکرد نمایشگاه تجاری در استان خراسان رضوی
- ۴۲- بررسی رابطه جمع گرایی با عدالت سازمانی
- ۴۳- بررسی تاثیر استفاده از ظرفیتهای سازمانی برای افزایش ارزش مشتری در مدیران و کارشناسان بازاریابی
- بانک سپه
- ۴۴- بررسی عملکرد سیاستهای دولت بر روی صادرات شرکتها
- ۴۵- تاثیر عناصر آمیخته بازاریابی بر فروش باتری استارتر سبک در شهر تهران
- ۴۶- تعیین عوامل تاثیر گذار روی ارزش ویژه و نشان تجاری در صنعت شکلات ایران
- ۴۷- بررسی تاثیر استراتژی تعمیم برند بر تصویر آن در حوزه محصولات تند مصرف و خدمات
- ۴۸- بررسی رابطه مدیریت ارتباط با مشتری شرکت های تجهیزات پزشکی تهران

۴۹- **S.E.T** for evaluation and ranking Banks from viewpoint of customers

- ۵۰- The effect of brand extension strategies on brand image: An integrative model and research propositions
- ۵۱- y generation , combination generation and perceptions differentials from brand component in Iranian chain restaurants
- ۵۲- Ranking the influence factors on customers satisfaction using Fuzzy Technique in Banks
- ۵۳- Customer satisfaction model in product planning
- ۵۴- social marketing , green marketing the extension of marketing concept
- ۵۵- The Role of social Responsibility in Ggreen Marketing & Its Effects Health & Environment in Iran
- ۵۶- evaluation of intermediaries channels dissatisfaction of food stuff distribution system in Iran
- ۵۷- challenges facing women entrepreneurship in Iran
- ۵۸- effect of employees customer orientation on customersatisfaction. Commitment and loyalty in hotel industry
- ۵۹- A study on the effects of formal and informal learning on qualifications required for the profession of financial analysis
- ۶۰- Designing a model for explaining customer loyalty towards banking services in Iran
- ۶۱- Social responsibility in environmental marketing planning of petro chemical companies
- ۶۲- Using rational and emotional appeals in online advertisements for muslim customers
- ۶۳- The role of perceived enjoyment and social influences upon how users participate in and respond to advertising in online social networks
- ۶۴- The relationship between staff s general health and job engagement in the Islamic azad university hamedan branch
- ۶۵- Need for uniqueness and it s relationship with status consumption
- ۶۶- An investigation of relationship between bank service quality dimensions based on BSQ model and customers satisfaction case study refah bank Tehran city
- ۶۷- The effect of service brand communications on consumer response
- ۶۸- Examining the relationship between pricing strategies and marketing activities customer relationship management customer services and effectiveness of promotion activitie
- ۶۹- Studying the effect of brand community on making a commitment to a brand
- ۷۰- Evaluated the relationship between sensory marketing with customer satisfaction in hotel

- ۷۱- Factors affecting knowledge management in the ministry of communications and information technology
- ۷۲- Evaluation the impact of different facets of brand on brand performance and international marketing
- ۷۳- Social responsibility in environmental marketing planning of petro chemical companies
- ۷۴- Key determinants of service quality and self service technologies in Iranian banking
- ۷۵- Studying relationship between components of individual characteristics and entrepreneurship success of organization in Tehran Samsung authorized service center
- ۷۶- The impact of social media on firm performance as a new marketing strategy tool in iran high tech and fragrance industry
- ۷۷- The role of brand personality in consumer s decision making; a review of the literature
- ۷۸- Organizational commitment and satisfaction of payment systems and facilities in Iranian steel industry case study pars zagros heavy machineries company
- ۷۹- Personality traits of service providers and its effects on perceived quality of service by customers case study fakhr iran company In etka chain stores
- ۸۰- Investigating the impact of social media on the interactions of the retailer and customer and its consequences iran s auto industry
- ۸۱- Intensive distribution survey some of its main elements on customer value a case study of oranian food delivery company in three province

❖ عناوین برخی از کتب منتشر شده

- ✓ مترجم کتاب بازاریابی بیمه
- ✓ مترجم کتاب ۵ سوال اساسی در کسب و کار که باید بدان پاسخ داد
- ✓ مولف کتاب مزیت سنجی انبار باراندازها
- ✓ مولف کتاب اصول و فنون مذاکره در امور بانکی
- ✓ مولف کتاب بودجه نویسی در ایران
- ✓ مولف کتاب حرکات صورت و کاربرد آن در مذاکرات
- ✓ مترجم کتاب فروش
- ✓ مترجم کتاب ۱۰۰ ایده برتر در بازاریابی و....

❖ سوابق تدریس

۱. مرکز آموزش مدیریت دولتی مشهد
۲. دانشگاه آزاد اسلامی (تهران - مشهد - اهواز - قشم - نیشابور - اراک)
۳. دانشگاه فردوسی مشهد
۴. مرکز آموزش بازرگانی (البرز - تهران - مشهد - بجنورد - کرمان - ساری)
۵. مرکز آموزش اتاق بازرگانی
۶. مرکز آموزش و پژوهش صنایع ایران (تهران - مشهد - نیشابور)
۷. سایپا مدرس دوره های رهبری - فروش - مدیریت و ...
۸. ایران خودرو خراسان
۹. سازمان مدیریت صنعتی (تهران - مشهد - شیراز - تبریز و ...)
۱۰. مرکز آموزش حسابداران خبره
۱۱. برگزاری دوره های مشتری مداری جهت مدیران و معاونین بانک تجارت - ملت ، سامان ، ملی (تهران - مشهد)
۱۲. اداره کل تعاون خراسان
۱۳. سازمان صنعت ، معدن و تجارت (مشهد - بجنورد)

برگزاری بالغ بر ۲۰۰ دوره آموزشی جهت شرکتهای مختلف در تهران - مشهد - البرز - بجنورد - شیراز - اصفهان - اهواز - قشم - رشت - اراک و برگزاری سمینارها در مجامع بین المللی و ملی و سخنرانی ها و کارگاههای کاربردی در اکثر و سازمانها و وزارت خانه و بانکها و شرکت های کشور

❖ عناوین برخی از همایش های علمی

۱. International conference on modern research in management economics and accounting(

(عنوان مقاله: بررسی عوامل موثر بر پذیرش پیامکهای تبلیغاتی و راهکارهای حفظ حریم خصوصی کاربران
تلفن همراه)

۲. اولین کنفرانس بین المللی حسابداری مدیریت و نوآوری در کسب و کار (مقاله: ارزیابی ابعاد چابکی
سازمانی بر اساس مدل بلوغ چابکی سازمانی در بانک کشاورزی ادارات مرکزی)

۳. کنفرانس بین المللی مدیریت فرهنگ و توسعه اقتصادی (عنوان مقاله: بررسی رابطه بین هوش هیجانی و
عملکرد مدیران شرکت آب و فاضلاب روستایی استان کرمانشاه)

۴. کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (عنوان مقاله: بررسی تاثیر اطلاعات بر موانع پذیرش بانکداری همراه)

۵. اولین همایش ملی بازاریابی فرصتها و چالشها (تاثیر هنجارهای ذهنی هنجارهای توصیفی و آگاهی از
ارزش بر تمایل به خرید محصولات نسخه برداری)

۶. اولین همایش ملی بازاریابی فرصتها و چالشها (بررسی تاثیر امیزه بازاریابی خدمات بر ارزش ویژه برند
مطالعه موردی بانک کشاورزی)

۷. اولین همایش ملی بازاریابی فرصتها و چالشها (بازاریابی ویروسی و تاثیر آن در انتشار پیام)

۸. همایش ملی راهبردها و راهکارهای اقتصاد مقاومتی (سخنرانی در همایش)

۹. اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت حسابداری و علوم اجتماعی (عوامل موثر بر گسترش برند
شرکت پارسیان)

۱۰. اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت حسابداری و علوم اجتماعی (بررسی تاثیر آمیخته تبلیغات بر
رفتار مصرف کنندگان محصولات الکترونیکی سامسونگ در شهر تهران)

۱۱. دومین کنفرانس ملی حسابداری مدیریت مالی و سرمایه گذاری (ارزیابی میزان حاکمیت تفکر استراتژیک و رابطه آن با عملکرد سازمانی هولدینگ تاپیکو)
۱۲. کنفرانس بین المللی مدیریت اقتصاد و مهندسی صنایع (بررسی تاثیر بکارگیری نظام آراستگی بر بهره وری کارکنان بانک و رضایت مشتری در شعب بانک کشاورزی کلانشهر تهران)

❖ عنوان برخی از پایان نامه / رساله

۱. اندازه گیری اثر همراهی استراتژیهای کسب و کار و استراتژیهای فناوری اطلاعات بر میزان موفقیت شرکتهای بیمه
۲. تاثیر کیفیت خدمت و رضایتمندی مشتریان بر وفاداری مشتری بانک تجارت شهر تهران
۳. بررسی رابطه بین برند خدماتی بر ایجاد ارزش و وفاداری در مشتری در شرکت صبا باطری در نمایندگان فروش شهر تهران
۴. بازاریابی پیوندی و تاثیر آن بر ارزش برند و تغییر تصمیم خرید مصرف کننده
۵. بررسی تاثیر مدیریت الکترونیک ارتباط با مشتری بر گسترش توریسم مجازی در شرکت هواپیمایی ماهان
۶. بررسی رابطه بین هوش هیجانی و استرس شغلی در شرکت نورد و لوله اهواز
۷. تاثیر نگرش مصرف کنندگان نسبت به تبلیغات تجاری بر تصمیم خرید آنان با تاکید بر تبلیغات در رسانه های چاپی
۸. تعیین عوامل موثر بر بهبود و توسعه بازاریابی بنگاههای تجاری در صنعت الکترونیک در ایران تهران
۹. ارزیابی و رتبه بندی برند در پوشاک مردانه شهر یزد
۱۰. ارائه مدلی برای اندازه گیری نگرش به خرید محصولات تقلبی و اثرات آن بر اعتبار نام و نشان تجاری
۱۱. بررسی تاثیر درگیری مصرف کننده برای تصمیم گیری خرید پوشاک در استان تهران
۱۲. شناسایی و رتبه بندی ریسکهای سرمایه گذاری خطرپذیر بر حسب نظر خبرگان ایرانی و تعیین خوشه بحرانی با استفاده از الگوریتمهای یادگیری بدون سرپرستی
۱۳. بررسی اثر تجارت الکترونیکی در صنعت نساجی و پوشاک
۱۴. ارزیابی رضایت مشتریان بر اساس مدل ترکیبی سرکوال و کانو در بورس اوراق بهادار تهران

۱۵. بررسی نقش محرکهای ارزش عملکرد و ارزش لذت جویانه بر وفاداری و مقدار خرید با نقش میانجی

ارزش درک شده و رضایت مشتریان در رستورانهای تهران

۱۶. بررسی تاثیر درگیری مصرف کننده برای تصمیم گیری خرید پوشاک در استان تهران

۱۷. بررسی تاثیر سبکهای تصمیم گیری خرید در میزان رضایت پس از خرید مشتریان در صنعت مبلمان

۱۸. ارزیابی میزان شاخصهای برند خدمات بر رضایت مشتریان در شرکت مخابرات استان تهران

۱۹. تعیین عوامل موثر بر بازاریابی رابطه مند در شرکتهای تولیدی صنعتی شهر تهران به منظور ارائه الگویی

مناسب

۲۰. بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت مشتریان آنلاین بانک اقتصاد نوین

۲۱. ارائه مدلی جهت سنجش دیدگاه مصرف کنندگان در خصوص سن ادراک شده برند و سن ترجیح داده

شده برند و تاثیر آن بر نگرش نسبت به برند و انتخاب آنها

۲۲. تبیین رابطه محرکهای ارزش ویژه مشتری با وفاداری در محیطهای تجاری صنعتی شرکت محور ماشین

۲۳. بررسی نقش تبلیغات و ترفیع فروش در ارزش ویژه برند مورد مطالعه بانک شهر