

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری – معاونت پژوهش و فناوری

« بیست و ششمین جشنواره تجلیل از پژوهشگران و فناوران برگزیده »

پرسشنامه انتخاب پژوهشگران برگزیده دانشگاه‌ها، موسسات آموزشی، حوزه علمیه، وزارتخانه‌ها و سازمان‌های

اجرایی

Analytical Hierarchy Process and Knowledge Management (Nervous Network)

By Naser Seifollahi



نام دانشگاه یا مؤسسه پژوهشی: دانشگاه محقق اردبیلی

۱- مشخصات فردی:

• نام: ناصر

• نام خانوادگی: سیف الهی انار

• تاریخ تولد: ۱۳۴۷/۰۱/۰۱ • محل تولد: اردبیل • نام پدر: یوسف

کد ORCID : <https://orcid.org/0000-0003-3084-256X>

کد Scopus: 54790112900

کد Web of Science (Clarivate): ACA-4019-2022

کد Research Gate: <https://www.researchgate.net/profile/Naser-Seifollahi/unconfirmed>

کد Google scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=LivNTuUAAAJ&hl=en>

• نام و نشانی محل کار: دانشگاه محقق اردبیلی

• تلفن محل کار:

• شغل (سمت یا مسئولیت): هیات علمی

• مرتبه علمی: (استاد ■ دانشیار □ استادیار □ مربی □)

• نشانی منزل: اردبیل خیابان حافظ شهرک حافظ پلاک ۸

• تلفن منزل: ۰۴۵۳۳۷۱۵۵۲۲

• تلفن همراه: ۰۹۱۲۴۹۹۰۰۶۱

• پست الکترونیکی (E-mail): n.seifollahi@uma.ac.ir

اطلاعات تحصیلی: (آخرین مدرک تحصیلی)

مدرک تحصیلی	دانشگاه	کشور	سال اخذ مدرک	*گروه علمی	رشته تحصیلی
دکتری	دانشگاه سمنان	ایران	۱۳۹۰	علوم انسانی	دکتری مدیریت بازرگانی

* فنی و مهندسی – پزشکی و پیراپزشکی – علوم پایه – علوم انسانی – کشاورزی و منابع طبیعی – هنر – دامپزشکی

۱- فعالیت‌های پژوهشی و اجرایی:

(۱-۱) مقالات

(۱-۱-۱) مقالات چاپ شده در مجلات معتبر داخلی یا بین المللی :

ردیف	عنوان مقاله	مشخصات نشریه				اسامی همکاران به ترتیب اولویت (شامل نام متقاضی)	امتیاز کمیت علمی
		نام نشریه	نوع امتیاز	سال	شماره		
۱.	Information sharing antecedents in the supply chain: a dynamic network perspective	Operations Management Research	JCR Impact factor 7	2023	۲	رسول لوائی ادریانی علی خلیل کلانتری علی اسدی امیر علم بیگی	
۲.	Analysis of the Effect of Green Packaging on Attracting and Retaining Environmentally Friendly Customers with the Mediating role of Green Brand Image	Pollution	JCR Impact factor 1.1	2023	۳	ناصر سیف اللهی*	
۳.	بازاریابی رسانه های اجتماعی و قصد خرید مصرف کننده؛ واسطه گری تصویر و آگاهی برند	مطالعات رفتار مصرف کننده	Q1	۱۴۰۰	۸	ناصر سیف اللهی*	
۴.	بررسی اثر نوگرایی مصرف کننده و برند سبز بر قصد خرید با نقش میانجی نگرش مصرف کننده	مطالعات رفتار مصرف کننده	Q1	۱۴۰۲	۳	ناصر سیف اللهی* علیرضا حمیدزاده	
۵.	بررسی نقش میانجی سرمایه اجتماعی سازمانی در رابطه با رهبری دوستوانی و هوش رقابتی در شرکت آرتاویل تایر اردبیل	توسعه کارآفرینی	Q1	۱۳۹۹	۲	تورج حسن زاده* ناصر سیف اللهی مهدی ایمانی فرد	
۶.	تأثیر رسانه اجتماعی بر نیت رفتاری و هم آفرینی ارزش برند در شرایط کرونایی مطالعه موردی: گردشگران شهر اصفهان	گردشگری شهری	Q1	۱۴۰۰	۴	ناصر سیف اللهی* عادل دهقانی	
۷.	بررسی بانکداری اجتماعی در دنیا برای صنایع کوچک و ارائه راهحل چگونگی تعمیم آن در اردبیل	اقتصاد مالی	Q1	۱۴۰۰	۲	ناصر سیف اللهی* وحیده ابراهیمی	
۸.	بررسی تاثیر بازارگرایی و ثبات مدیریتی بر عملکرد مالی شرکت ها	اقتصاد مالی	Q1	۱۳۹۸	۴۸	ناصر سیف اللهی*	
۹.	بررسی مکانیسم اثرگذاری نوسانات نرخ ارز، قیمت نفت و رشد اقتصادی بر شاخص کل بورس اوراق بهادار	اقتصاد مالی	Q1	۱۴۰۰	۵۵	ناصر سیف اللهی* حامد سیف اللهی	
۱۰.	نقش هوش هیجانی و سرمایه اجتماعی بر رضایت تحصیلی دانشجویان	مدیریت سرمایه اجتماعی	Q1	۱۴۰۰	۱	ناصر سیف اللهی* نادر اسکندری	
۱۱.	تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی	مدیریت سرمایه اجتماعی	Q1	۱۳۹۹	۲	ناصر سیف اللهی*	
۱۲.	بررسی اثر ابعاد مدیریت دانش بر زنجیره ارزش در صنعت زنبورداری (مورد مطالعه: در استان اردبیل)	تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی ایران	Q1	۱۳۹۷	۴۹	ناصر سیف اللهی*	
۱۳.	بررسی تأثیر مدیریت دانش و نوآوری فناورانه بر خلق مزیت رقابتی	مدیریت راهبردی دانش سازمانی	Q1	۱۳۹۸	۵	ناصر سیف اللهی*	
۱۴.	واکاوی نقش تعدیلگری مدیریت دانش در رابطه سرمایه های فکری و مزیت رقابتی برند: با تمرکز بر نقش میانجی ارزش برند	مدیریت راهبردی دانش سازمانی	Q1	۱۴۰۰	۱۵	ناصر سیف اللهی* وحیده ابراهیمی	

۱۵.	تحلیل اثر مدیریت دانش و جهت گیری بازار بر عملکرد بازار با نقش میانجی نوآوری باز (نمونه پژوهش: بانک تجارت)	مدیریت راهبردی دانش سازمانی	Q1	۱۴۰۰	۱۲	ناصر سیف اللهی* علیرضا حمیدزاده
۱۶.	طراحی الگوی مفهومی عوامل مؤثر توسعه صادرات محصولات کشاورزی: ارائه نظریه ی داده بنیاد	مدیریت کسب و کارهای بین المللی	Q1	۱۴۰۰	۴	ناصر سیف اللهی* محمد باشکوه
۱۷.	تأثیر پشتیبانی نهادی بر عملکرد صادراتی: تحلیل نقش تلاطم بازار و جهتگیری نوآوری	مدیریت کسب و کارهای بین المللی	Q1	۱۴۰۱	۱	ناصر سیف اللهی* ایمان قاسمی
۱۸.	شناسایی عوامل تعیین کننده عملکرد صادراتی شرکت های کوچک و متوسط: مطالعه ای با رویکرد ترکیبی	مدیریت کسب و کارهای بین المللی	Q1	۱۴۰۱	۲۰	ناصر سیف اللهی* وحیده ابراهیمی
۱۹.	نقش تبلیغات، رسانه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش دانش آموزان	روان شناسی مدرسه	Q1	۱۴۰۱	۱	ناصر سیف اللهی* مجید یحوی
۲۰.	تحلیل اثر استراتژی های رقابتی بازاریابی کشاورزی بر توسعه زنجیره ارزش: (مطالعه موردی صنایع لبنی)	تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی ایران	Q1	۱۴۰۱	۴	ناصر سیف اللهی*
۲۱.	بررسی اثر بسته بندی محصولات کشاورزی بر قصد خرید مصرف کننده	تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی ایران	Q1	۱۴۰۰	۳	ناصر سیف اللهی*
۲۲.	بررسی تأثیر ابعاد سرمایه انسانی بر بهره‌وری واحدهای پرورش مرغ گوشتی (مورد مطالعه: شهرستان اردبیل)	تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران	Q1	۱۳۹۸	۱	ناصر سیف اللهی*
۲۳.	Analysis of the Effect of EXIM Bank Efficiency on NonOil Export	اقتصاد مقداری	Q1	۱۴۰۱	۱	ناصر سیف اللهی*
۲۴.	شناسایی چالش ها و فرصت های اقتصاد دیجیتال در توسعه کسب و کارهای خانگی زنان روستایی	زن در توسعه و سیاست	Q1	۱۴۰۱		ناصر سیف اللهی* گلشوم اکبری
۲۵.	بررسی اثر قابلیت های بازاریابی بر بهره‌وری سازمانی با نقش میانجی ارزش ویژه برند	مدیریت بهره وری	Q1	۱۴۰۱	۱۶	ناصر سیف اللهی*
۲۶.	بررسی تأثیر ابعاد مدیریت دانش بر بهره وری سازمانی (مورد مطالعه: شرکت پتروشیمی تبریز)	مدیریت بهره وری	Q1	۱۴۰۰	۵۷	ناصر سیف اللهی*
۲۷.	تحلیل به اشتراک گذاری دانش کارکنان در برون سپاری فعالیت های مدیریت زنجیره تأمین	آموزش علوم دریایی	Q1	۱۳۹۹	۲۳	ناصر سیف اللهی* اکبر غفارلو
۲۸.	تبیین تأثیر عدالت و همدلی بر رفتار بخشایشی مصرف کننده: بررسی نقش تعدیلگر مدت ارتباط با فروشنده	تحقیقات بازاریابی نوین	Q2	۱۴۰۰	۳	ناصر سیف اللهی* عادل دهقانی قهنویه
۲۹.	تأثیر قابلیت های بازاریابی تجارت الکترونیکی و تجربه صادراتی بر عملکرد صادراتی: نقش میانجی کارایی توزیع (مورد مطالعه: کلیه شرکت های فعال در صنایع داخل کشور)	تحقیقات بازاریابی نوین	Q2	۱۴۰۰	۲	محمد باشکوه اجیرلو* ناصر سیف اللهی الله یار بیگی
۳۰.	واکاوی نقش سرمایه های فکری بر مزیت رقابتی برند با نقش میانجی نوآوری و ارزش برند (مورد مطالعه: مدیران بازاریابی بخش مهمان نوازی و هتل داری)	گردشگری و توسعه	Q1	۱۴۰۱	انلاین	ناصر سیف اللهی* وحیده ابراهیمی
۳۱.	The Effect of Asymmetric Fluctuations of Exchange Rate and Oil Price on Stock Index of Tehran	international Journal of Business and	Q2	۱۳۹۹	۱۲	ناصر سیف اللهی*

۳۲.	تبیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی بر رابطه بازاریابی داخلی بر تصویر برند	تعاون و کشاورزی	Q2	۱۴۰۱	۴۱	ناصر سیف اللهی*
۳۳.	تحلیل نقش مدیریت جهادی، دانش و ریسک بر عملکرد شرکتهای تعاونی تولیدی روستایی استان تهران	تعاون و کشاورزی	Q2	۱۴۰۰	۳۹	ناصر سیف اللهی*
۳۴.	Identification of barriers to Develop the Fruit Production Chains (Case Study of Orchards in Mahanabad)	اقتصاد و توسعه کشاورزی	Q2	۱۴۰۱	۴	ناصر سیف اللهی* رحیم محمدخانی
۳۵.	شبیه سازی تاثیر تبلیغات بر جذب گردشگران پزشکی با رویکرد مدل سازی مینا عامل	بیمارستان	Q2	۱۴۰۱	۴	ناصر سیف اللهی* سیدعلی نقوی
۳۶.	بررسی تاثیر دانش و آگاهی مشتریان بر بهبود پایداری زنجیره تامین پسته در ایران از دیدگاه خبرگان	مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی	Q2	۱۴۰۱	۲	ناصر سیف اللهی*
۳۷.	تحلیل اثر سبکهای رهبری بر آمیخته ترفیع محصولات لبنی با نقش میانجی مشتری مداری(مورد مطالعه: شرکت کشت و صنعت و	مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی	Q2	۱۴۰۲	۲	ناصر سیف اللهی*
۳۸.	تأثیر بازاریابی اخلاقی بر تصویر برند با میانجیگری مسئولیت اجتماعی	پژوهشنامه مدیریت اجرایی	Q2	۱۴۰۱	۲۷	ناصر سیف اللهی* نادر اسکندری
۳۹.	تحلیل اثر دانش مشتری بر بهبود کیفیت خدمات صنعت هتلداری با نقش میانجی مدیریت ارتباط با مشتری	پژوهشهای مدیریت عمومی	Q1	۱۴۰۱	۱۵	ناصر سیف اللهی* سید محمدرضا
۴۰.	تأثیر روابط مصرف کننده با نام تجاری بر وفاداری برند در بستر تجارت اجتماعی: نقش تعدیلگر ویژگیهای مرتبط با تعامل شبه اجتماعی	پژوهش های مدیریت عمومی	Q1	۱۳۹۹	۴۸	محمد باشکوه اجیرلو* ناصر سیف اللهی
۴۱.	تاثیر نوآوری باز بر عملکرد توسعه محصول جدید با تاکید بر تأثیر ظرفیت جذب دانش	پژوهش های مدیریت عمومی	Q1	۱۳۹۸	۴۴	ناصر سیف اللهی*, محسن شفیعی نیک
۴۲.	تأثیر مدیریت دانش مشتری بر عملکرد بازار: نقش میانجی قابلیت های نوآوری	پژوهش های مدیریت عمومی	Q1	۱۴۰۱	۵۸	ناصر سیف اللهی*
۴۳.	تأثیر واکنش به تبلیغات نقطه خرید بر وفاداری به برند فروشگاههای با نقش میانجی خود پنداره مشتری	مدیریت برند	Q3	۱۳۹۹	۱	ناصر سیف اللهی* محمد رحیمی
۴۴.	رتبه بندی شاخصهای جذابیت بازار ملی و منطقه ای فرصت های سرمایه گذاری بخش خصوصی در شهرک ها و نواحی صنعتی ایران	پژوهشنامه بازرگانی	Q3	۱۴۰۱	۱۰۴	ناصر سیف اللهی*
۴۵.	طراحی مدل مفهومی کاهش هزینه تولید در شرکت هایتعاونی تولیدی	بررسی های بازرگانی	Q3	۱۴۰۱	۱۱۴	ناصر سیف اللهی* مصطفی شیرنژاد
۴۶.	بررسی تاثیر سرمایه های اجتماعی بر عملکرد بازاریابی دیجیتال با میانجی گری مدیریت زنجیره تامین و تعدیل گری مدیریت دانش	اندیشه آماد	Q2	۱۴۰۱		ناصر سیف اللهی*
۴۷.	ارزش آفرینی برای مشتری از طریق ایجاد آگاهی از خدمات اپلیکیشنهای پرداخت آنلاین	چشم انداز مدیریت بازرگانی	Q3	۱۴۰۰	۴۵	ناصر سیف اللهی* نادر اسکندری

۴۸.	تأثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر وفاداری الکترونیکی مشتریان در زمان همه گیری ویروس کرونا با نقش میانجی رضایت و اعتماد مشتریان	صنعت لاستیک	-	۱۴۰۱	۱۰۶	ناصر سیف اللہی*
۴۹.	طراحی مدلی برای تبیین عملکرد فروش در صنعت لاستیک ایران	صنعت لاستیک	وزارت علوم	۱۴۰۱	۱۰۶	ناصر سیف اللہی* مرضیه آذربایجانی
۵۰.	تأثیر مدیریت ریسک بازار و ریسک تجار یساری بر عملکرد توسعه خدمات جدید	صنعت لاستیک	وزارت علوم	۱۴۰۰	۱۰۴	ناصر سیف اللہی* ایمان قاسمی
۵۱.	تأثیر تبلیغات فضای مجازی بر انتخاب برند مقصد گردشگری (مطالعه موردی: استان اردبیل)	مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی	ISC	۱۴۰۱	۳	ناصر سیف اللہی* مهرداد ناصریور
۵۲.	تأثیر رهبری دانش بر کارآفرینی با نقش میانجی نوآوری سازمانی	مهارت آموزی	ISC	۱۴۰۱	۴۱	ناصر سیف اللہی* تورج حسن زاده
۵۳.	نقش پیشایندهای هویت یابی مشتریان با برند، مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و سرمایه اجتماعی در رابطه بین رفتار شهروندی و قصد ترک مشتریان شرکت	مدیریت تبلیغات و فروش	ISC ب	۱۴۰۱	۳	ناصر سیف اللہی* علیرضا حمیدی زاده
۵۴.	تحلیل نقش تبلیغات، رسانه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش دانش آموزان	روانشناسی مدرسه	Q1	۱۴۰۲	۱	ناصر سیف اللہی* مجید یحوی
۵۵.	شبیه سازی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگران پزشکی با رویکرد مدلسازی مبنا عامل	مجله بیمارستان	Q2	۱۴۰۲	۳	ناصر سیف اللہی* سید علی نقوی
۵۶.	واکاوی نقش سرمایه های فکری بر مزیت رقابتی برند با نقش میانجی نوآوری وارزش برند	مجله گردشگری و توسعه	Q2	۱۴۰۲	۲	ناصر سیف اللہی* وحیده ابراهیمی
۵۷.	طراحی مدل تأثیر بازاریابی چریکی بر جذب مشتریان فروشگاه های ورزشی با رویکرد شبیه سازی عامل بنیان	مطالعات بازاریابی ورزشی	Q1	۱۴۰۲	۲	ناصر سیف اللہی* سید علی نقوی
۵۸.	تحلیل اثر سبک های رهبری بر آمیخته ترفیع محصولات لبنی با نقش میانجی مشتری مداری (مورد مطالعه: شرکت کشت و صنعت و دامپروری مغان)	مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی،	Q3	۱۴۰۲	۲	ناصر سیف اللہی*
۵۹.	The Investigation of the impact of social capital on the performance of digital marketing with the mediation of supply chain management and moderation of knowledge management	اندیشه آماد	Q2	۱۴۰۲	۸۴	ناصر سیف اللہی*
۶۰.	طراحی الگوی ملی ارزیابی و تامین مالی طرح های سرمایه گذاری صنعتی در شهرکها و نواحی صنعتی ایران	مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی	Q2	۱۴۰۲	۱	ناصر سیف اللہی*
۶۱.	توسعه آموزش های فنی و حرفه ای متناسب با نیاز بازار کار و ظرفیت های منطقه ای (مورد مطالعه: تدوین استانداردهای مرتبط با حرفه زنبورداری، کرم ابریشم و حشرات مفید مطابق با دستورالعمل دیکوم اصلاح شده	مهارت آموزی	ISC	۱۳۹۹	۸	ناصر سیف اللہی* الله یار بیگی
۶۲.	بررسی تأثیر جهت گیری زیست محیطی و بسته بندی سبز بر سرمایه اجتماعی	علوم و فنون بسته بندی	Q2	۱۴۰۲	55	ناصر سیف اللہی* حسین رحیمی

۶۳.	تحلیل اثر بهبود فضای کسب و کار بر کارآفرینی روستایی با نقش میانجی قابلیت بازاریابی	مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی	Q3	۱۴۰۲	پذیرش	ناصر سیف اللهی*
۶۴.	طراحی مدل تأثیر بازاریابی چریکی بر جذب مشتریان فروشگاههای ورزشی با رویکرد شبیه سازی عامل بنیان	مطالعات بازاریابی ورزشی	Q1	۱۴۰۲	۴	ناصر سیف اللهی* سیدعلی نقوی
۶۵.	طراحی الگوی عوامل مؤثر بر توسعه صادرات محصولات کشاورزی (قفقاز جنوبی)	پژوهشنامه بازرگانی	Q2	۱۴۰۲	۱۰۸	ناصر سیف اللهی * رحیم محمدخانی
۶۶.	تأثیر ریسک ادراک شده از کووید ۹۱ و رسانه های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد با نقش میانجی درگیری برند در صنعت گردشگری استان مازندران	نشریه علمی مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی،	ISC	۱۴۰۲	۳	ناصر سیف اللهی *
۶۷.	ASYMMETRIC EFFECT OF OIL PRICE UNCERTAINTY ON ECONOMIC GROWTH BY GMM	Ponte	WOS Impact factor 0/93	2017	73(7)	ناصر سیف اللهی
۶۸.	تأثیر ریسک ادراک شده از کووید ۹۱ و رسانه های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد با نقش میانجی درگیری برند در صنعت گردشگری استان مازندران	نشریه علمی مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی،	ISC	۱۴۰۲	۳	ناصر سیف اللهی*
۶۹.	ارائه مدلی جهت توسعه ی گردشگری مذهبی استان اردبیل	برنامه ریزی و توسعه گردشگری	Q1	۱۴۰۴	۵۳	ناصر سیف اللهی * مهتا عزیزی
۷۰.	مدل برندسازی محصولات کشاورزی سبز صادراتی با تأکید بر بازاریابی دیجیتال (رویکرد داده بنیاد)	مجله ترویج و آموزش کشاورزی ایران	Q1	۱۴۰۴	۲۱	ناصر سیف اللهی رحیم محمدخانی
۷۱.	تحلیل تاثیر دانش بازاریابی مدیران شرکتهای تعاونی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی بازاریابان و قابلیت های بازاریابی	مجله تعاون و کشاورزی	Q3	۱۴۰۴	۵۴	ناصر سیف اللهی * عادل دهقانی
۷۲.	تحلیل اثر هم آفرینی ارزش بر توسعه پایدار گردشگری شهری: نقش میانجی واقعیت مجازی و واقعیت افزوده (مطالعه موردی: اردبیل، ایران)	مجله گردشگری شهری	Q1	۱۴۰۴	-	ناصر سیف اللهی * امیر فروزان
۷۳.	شناسایی و ارزیابی زنجیره ارزش در سطح فعالیتهای اصلی و پشتیبانی تولید سیب زمینی از دیدگاه کشاورزان و کارشناسان	مجله ترویج و آموزش کشاورزی ایران	Q1	۱۴۰۴	(۲۰)۱	ناصر سیف اللهی * علی رضا حمیدی
۷۴.	توسعه مدل گردشگری کشاورزی با تأکید بر بازاریابی دیجیتال محصولات محلی (مطالعه موردی: شهرستان طارم)	مجله گردشگری و توسعه	Q1	۱۴۰۴	-	ناصر سیف اللهی * مینا روشن
۷۵.	تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد برند با نقش میانجی رفتار شهروندی برند کارکنان	پژوهشهای مدیریت عمومی	Q1	۱۴۰۳	۶	ناصر سیف اللهی *
۷۶.	طراحی مدل کارآفرینی دیجیتالی زنان برای مشاغل خانگی با رویکرد داده بنیاد	مجله زن در توسعه و سیاست	Q1	۱۴۰۴	۴	ناصر سیف اللهی * فریبا مصری
۷۷.	نقش پیشایندهای موثر در رابطه بین شهرت دیجیتال برند و ترجیح برند	مدیریت برند	Q3	۱۴۰۳	(۲۰)۱	ناصر سیف اللهی * علی رضا حمیدی زاده

۷۸	ارزیابی تاثیر نوآوری باز بر بهر هوری منابع انسان ی با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری	رهبری آموزش کاربردی	ISC	۱۴۰۲	۲	ناصر سیف الهی * فرهنگ رحیمی بهمن کارگر
۷۹	طراحی مدل عوامل موثر بر ارتقا قابلیت های صادرات محصولات کشاورزی به منطقه قفقاز جنوبی با رویکرد ترکیبی	پژوهشنامه بازرگانی	Q2	۱۴۰۲	(۲۰)۱	ناصر سیف الهی * رحیم محمد
۸۰	کارکرد استراتژی های هوش مصنوعی برای خلق تجربه جدید مشتری در صنعت مد	بررسی های بازرگانی	Q4	۱۴۰۴		ناصر سیف الهی * علی رضا حمیدی زاده
۸۱	Neural Network Instrument for Successfully Implementing knowledge Management	Ponte	WOS Impact factor 0/93	2017	73(7)	ناصر سیف الهی *
۸۲	بررسی تأثیر ابعاد بدگمانی سازمانی بر قلدری در محیط کار	پژوهشنامه مدیریت تحول	Q2	۱۳۹۷	۱۹	ناصر سیف الهی * تورج حسن زاده
۸۳	شناسایی فناوریهای نوظهور مدیریت زنجیره تأمین دارویی نیروهای مسلح ج.ا.ایران در شرایط بحرانی: رویکرد تحلیل محتوا	علوم و فنون دریا	Q4	۱۴۰۲	۱۰۵	اکبر غفار لو محمد باشکوه قاسم زارعی ناصر سیف الهی
۸۴	ارائه الگوی آموزش مدیریت زنجیره تأمین دارویی نیروهای مسلح ج.ا.ایران به منظور آمادگی و مقابله با بحران بلایای طبیعی	علوم و فنون دریا	Q4	۱۴۰۲	۱۰۵	اکبر غفار لو محمد باشکوه قاسم زارعی ناصر سیف الهی
۸۵	تبیین نقش ابعاد ویژگی های کانال همه کاره در رابطه با مشارکت مشتری با برند و هم آفرینی ارزش برند باتوجه به نقش تعدیلگر شهرت برند	مدیریت بازرگانی	Q1	۱۴۰۳	۲	ناصر سیف الهی * عادل دهقانی محمد باشکوه
۸۶	خبر ربایی مبتنی بر رویداد های شهری تلخ: مطالعه ای در برند گردشگری علی بابا	گردشگری شهری	Q1	۱۴۰۳	۱۱	محمودی پاچال، زینب؛ زارعی، قاسم؛ سیفاللهی، ناصر و رحیمی
۸۷	تحلیل کاربرد واقعیت مجازی در گردشگری فرهنگی: یک رویکرد کتاب سنجی	توسعه اجتماعی	Q3	۱۴۰۳	۴	ایمان قاسمی همدانی محمد باشکوه اجیرلو حسین رحیمی
۸۸	طراحی استراتژی پیاده سازی متوازن تکنولوژی هوشمند در مدیریت زنجیره تأمین	مدیریت صنعتی	Q1	۱۴۰۴	۱۷	گلثوم اکبری محمد باشکوه زارعی، قاسم؛ سیفاللهی، ناصر
۸۹	تجزیه و تحلیل روند جهانی پژوهش های حوزه ی بازاریابی محاوره ای: رویکرد آمیخته	مدیریت کسب و کار بین المللی	Q1	۱۴۰۳	-	ناصر سیف الهی * عادل دهقانی محمد باشکوه
۹۰	شناسایی و اولویت بندی نشانگرهای پایداری زنجیره تأمین پسته در استان کرمان	تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی	Q1	۱۴۰۳	۴	سید مصطفی غفوری ارمکی علی اسدی خلیل کالانتری علی اکبر براتی ناصر سیف الهی

۹۱	بازاریابی محاوره ای در صنعت بانکداری: بررسی تاثیر عوامل پذیرش دستیاران محاوره ای بر نگرش و مشارکت مشتری با برند با در نظر گرفتن نقش تعدیلگری ریسک ادراک شده	تحقیقات بازاریابی نوین	Q1	۱۴۰۳	۳	ناصر سیف الهی* عادلده دهقانی محمد باشکوه
۹۲	طراحی الگوی شهرت دیجیتال برند مقاصد گردشگری با بهره گیری از روش داده بنیاد	مطالعات مدیریت گردشگری	Q1	۱۴۰۴	۷۰	محمودی پاچال، زینب؛ زارعی، قاسم؛ سیفاللهی، ناصر و رحیمی
۹۳	تحلیل محتوای انواع نیوزجکینگ برندهای گردشگری ایران(برند مورد مطالعه: علی بابا)	فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری	Q1	۱۴۰۴	۱۱	محمودی پاچال، زینب؛ زارعی، قاسم؛ سیفاللهی، ناصر و رحیمی کلور، حسین
۹۴	Presentation of the Model for the Impact of Human Capital and Open Innovation on Organizational Productivity	International Journal of Innovation Management and Organizational Behavior	- علمی پژوهشی خارجی	۱۴۰۳	۱۱	Farhang RahimiNaser SeifollahiNaser SeifollahiBahman Kargar ShahamatSaeid Baghersalimi
۹۵	Predicting household food waste behavior: Bringing food literacy and purchasing power into the theory of planned	Journal of Retailing and Consumer Services	JCR Impact factor 13.1	2025	82	Rasool Lavaei Adaryani Mojtaba Palouj Hesamedin Gholami Ali Akbar
۹۶	تحلیل محتوای انواع نیوزجکینگ برندهای گردشگری ایران(برند مورد مطالعه: علی بابا)	مدیریت دفاع هوایی	وزارت علوم	۱۴۰۴	۱۱	آرام محبی نیا بهمن کارگر شهامت ناصر سیف الهی سعید باقرسلیمی
۹۷	تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد برند با نقش میانجی رفتار شهروندی برند کارکنان	رفتار مصرف کننده	Q1	۱۴۰۳	۶	سید محمد رضا موحد قاسم زارعی محمد باشکوه ناصر سیف الهی
۹۸	طراحی و تبیین الگوی مفهومی برند پیشرو در صنعت فرش ایران	گلجام	ISC	۱۴۰۳	۱۷	ناصر سیف الهی* محمدخانی رحیم، فتحی هاجر.
۹۹	systematic review of supply chain agility with metanalysis :antecedents and its effect on firm performance	Journal of Manufacturing Technology Management	Q1 JCR 1.5	2024	35	Allahyar Beigi Mohammad Bashokouhg Naser Seifollahi
۱۰۰	شناسایی چالش ها و محدودیت های استفاده از ایده نیوزجکینگ توسط کسب و کارهای گردشگری ایران	مطالعات مدیریت گردشگری	Q1	۱۴۰۳	۶۶	زینب محمودی پاچال قاسم زارعی ناصر سیف الهی
۱۰۱	The role of organizational climate and organizational commitment in predicting service recovery	Opción	SCOP US	۲۰۱۷	34	Seifollahi, N., & Rahimi Koloor
۱۰۲	Examining the effect of the financial flexibility on the cash value addedof the listed companies in Tehran Stock Exchange	Management, Accounting and Economic Journal	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۵	۳	ناصر سیف الهی انار- رضا ضیایی
۱۰۳	THE EFFECT OF FINANCIAL DEVELOPMENT ON LABOR PRODUCTIVITY: EVIDENCE FROM THE MIDDLE EAST AND NORTH	Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۵	۵	ناصر سیف الهی انار- هاتف حاضری
۱۰۴	The Impact of Power and Conflict on Knowledge Processes	Journal of Administrative Management, Education and	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۶	۱۲	ناصر سیف الهی انار

۱۰۵	Identifying and Ranking Competitive Advantages of Ceramics and Tiles Industry in Province Yazd, Using TOPSIS Method	Journal of Administrative Management, Education and	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۹	۱۲	ناصر سیف اللهی انار- تورج حسن زاده
۱۰۶	اثر آزاد سازی مالی بر توسعه بازار سرمایه: کاربرد از همجمعی در داده های تابلویی پویا	فصلنامه اقتصاد و الگوسازی		۱۳۹۵	۲۵	هاتف حاضری - ناصر سیف اللهی انار
۱۰۷	Designing and Identifying the Model to Investigate the Effect of Credit and Exchange Risk on Price Stock Returns of Banks (GARCH Approach)	Australian Journal of Basic and Applied Sciences	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۱	۱۱	ناصر سیف اللهی محمد اسماعیل فدایی محمد رضا حمید زاده اکبر عالم تبریزی
۱۰۸	The mediating role of psychological Capital on the relation between spiritual intelligence and job burnou	International Business Management	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۶	۴	ناصر سیف اللهی غفار کریمان پور
۱۰۹	The relation between information literacy and social capital with employee empowerment	International Business Management	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۶	۴	ناصر سیف اللهی محمد شاهی نیک
۱۱۰	اثر توسعه مالی بر بهره وری نیروی کار: کاربردی از همجمعی در داده های پانل پویا	دوفصلنامه اقتصاد پولی، مالی) دانش و توسعه سابق	Q2	۱۳۹۶	۱۳	ناصر سیف اللهی انار- هاتف حاضری
۱۱۱	بررسی و مقایسه اثر عدم تقارن تکانه های قیمت نفت بر رشد اقتصادی (کشورهای منتخب صادرکننده و وارد کننده نفت به روش GMM	فصلنامه اقتصاد مالی	Q1	۱۳۹۶	۳۸	ناصر سیف اللهی علی امامی حمیده آماده عاطفه تکلیف
۱۱۲	رابطه منفی بین ریسک اعتباری و ریسک ارز با بازده قیمتی سهام بانکها	مجله مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار	وزارت علوم	۱۳۹۶	۳۰	ناصر سیف اللهی
۱۱۳	Management of Financial Development and Economic Growth: New Evidence from Selected OIC Countries	Journal of Administrative Management, Education and Training (JAMET)	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۶	۱۲	ناصر سیف اللهی هاتف حاضری

۱۱۴	The relevance Knowledge management and Social Capital with Staff Empowerment	INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL & SCIENCE EDUCATION	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۸	۲	ناصر سیف اللهی انار- حسین رحیمی
۱۱۵	Investigating the Effect of Social Intelligence on Innovative Performance (Case study: Moghan Agro-Industrial & Livestock Co.)	INTERNATIONAL JOURNAL OF ENVIRONMENTAL & SCIENCE EDUCATION	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۸	۲	ناصر سیف اللهی انار- حسین رحیمی
۱۱۶	THE IMPORTANCE OF ICT ON KNOWLEDGE MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS	Journal of Fundamental and Applied Sciences	علمی پژوهشی خارجی	۲۰۱۸		ناصر سیف اللهی
۱۱۷	بررسی اثر سبک های دل بستگی بر اعتیاد به کار و در گیر شدن در کار	روانشناسی مدرسه	Q1	۱۳۹۷	۳	ناصر سیف اللهی انار- تورج حسن زاده
۱۱۸	بررسی اثر نامتقارن نا اطمینانی قیمت نفت بر رشد اقتصادی به روش الگوی گشتاور تعمیم یافته	اقتصاد مقداری	Q1	۱۳۹۷	۳	ناصر سیف اللهی انار
۱۱۹	شناسایی مکانیزیم اثرگذاری مدیریت هموارسازی سود بر هزینه بدهی مالی شرکتهای بورس اوراق بهادار ایران	اقتصاد مالی	Q1	۱۳۹۷	۴	ناصر سیف اللهی انار
۱۲۰	اثر مخارج بهداشت جمعیتی و آموزش نیروی انسانی بر ورود سرمایه گذاری مستقیم خارجی در کشورهای منتخب اسلامی عضو منا	پژوهش های اقتصاد پولی، مالی	Q2	۱۳۹۷	۱۶	هاتف حاضری ناصر سیف اللهی
۱۲۱	The Relation between Workaholism and Organizational Commitment for Supply Chain Success	supply chain management	SCOP US	۲۰۱۸	۵	حسین رحیمی کلور، ناصر سیف اللهی انار،
۱۲۲	تاثیر نوآوری باز بر عملکرد توسعه محصول جدید با تاکید بر تأثیر ظرفیت جذب دانش	پژوهش های مدیریت عمومی	Q1	۱۳۹۸	۴۴	اصر سیف اللهی انار، محسن شفیعی نیک آبادی، سپیده مهاجرالله یار بیگی، محمد حسین کریم،

۱۲۳	تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر فضیلت سازمانی با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی	مدیریت سرمایه اجتماعی	Q1	۱۳۹۹	۲	ناصر سیف اللهی انار.
۱۲۴	تأثیر قابلیت‌های بازاریابی تجارت الکترونیکی و تجربه صادراتی بر عملکرد صادراتی: نقش میانجی کارایی توزیع (مورد مطالعه: کلیه شرکتهای فعال در صنایع داخل کشور	تحقیقات بازاریابی نوین	Q2	۱۴۰۰	۴۱	محمد باشکوه اجیرلو، ناصر سیف اللهی انار، الله یار بیگی.
۱۲۵	تحلیل نقش مدیریت جهادی، دانش و ریسک بر عملکرد شرکتهای تعاونی تولیدی روستایی استان تهران	تعاون و کشاورزی	Q2	۱۴۰۰	۳۹	ناصر سیف اللهی انار.
۱۲۶	تحلیل تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر گرایش کار آفرینانه	مهارت آموزی	ISC	۱۴۰۱		ناصر سیف اللهی انار.
۱۲۷	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ایجاد قصد رفتار بازاریابی ویروسی در مشتریان با رویکرد تصمیم گیری چندمعیاره (تحلیل سلسله مراتبی فازی)	مدیریت بازاریابی	وزارت علوم	۱۴۰۱	۵۶	ناصر سیف اللهی انار، محمد بهادری نژاد.
۱۲۸	خوشه‌بندی کاربرد فناوری‌های دیجیتال صنعت ۴/۰ در شبکه توزیع مواد غذایی کشاورزی: یک مطالعه کتاب‌سنجی	مطالعات مدیریت صنعتی	Q1	۱۴۰۲		الله یار بیگی، محمد باشکوه اجیرلو، ناصر سیف اللهی انار، قاسم زارعی.
۱۲۹	چابکی زنجیره تأمین به عنوان یک دارایی راهبردی و تأثیر آن بر عملکرد مالی: یک مطالعه ی فراتحلیل	مدیریت دارایی و تامین مالی	Q1	۱۴۰۲		الله یار بیگی، محمد باشکوه اجیرلو، ناصر سیف اللهی انار، قاسم زارعی.
۱۳۰	ارائه الگوی برای پایداری کسب و کار مبتنی بر مهارتهای دیجیتال در همه گیری کرونا	مدیریت کسب و کار بین المللی	Q1	۱۴۰۲	۴	ناصر سیف اللهی انار، کلثوم اکبری ارتباطان.
۱۳۱	ارائه الگوی مدیریت لجستیک سرد دارویی نیروهای مسلح ج.ا. ایران در بحران ها و بلایای طبیعی	مطالعات دفاعی استراتژیک	Q2	۱۴۰۲	۹۴	اکبر غفارلو، قاسم زارعی، محمد باشکوه اجیرلو، ناصر سیف اللهی انار.

۱۳۲	فرا تحلیل تاثیر چابکی زنجیره تامین بر عملکرد رابطه ای و عملیاتی با مقش تعدیلگری صنعت	مدیریت عمومی	Q1	۱۴۰۲	محمد باشکوه اجیرلو,ایمان قاسمی همدانی,ناصر سیف اللهی انار,حسین رحیمی کلور,	
۱۳۳	تبیین روند تحولات مدیریت زنجیره تامین در مسیر هوشمندی	آینده پژوهی دفاعی	Q1	۱۴۰۲	محمد باشکوه اجیرلو,ایمان قاسمی همدانی,حسین رحیمی کلور,ناصر سیف اللهی انار,	۳۱
۱۳۴	واکاوی نقش تعدیلگری ویژگی های اکو سیستم گسب و کار هوشمند در رابطه بین تسهیم دانش و رشدکار آفرینی در گردشگری	کتابداری و اطلاع رسانی	Q2	۱۴۰۲	محمد باشکوه اجیرلو,ایمان قاسمی همدانی,حسین رحیمی کلور,ناصر سیف اللهی انار,	
۱۳۵	واکاوی نقش تصویر ذهنی گردشگران و نگرش سبز بر توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی سرمایه فکری سبز	گردشگری و توسعه	Q1,	۱۴۰۴	ناصر سیف اللهی انار, میر امیر فروزان,	۱
۱۳۶	تحلیل تأثیر دانش بازاریابی بر کار آفرینی کشاورزی با نقش میانجی توسعه محصول جدید	علم مدیریت در صنعت	وزارت علوم	۱۴۰۴	مهسا زینالی سعیدلو,ناصر سیف اللهی انار,محمد باشکوه اجیرلو,	۱
۱۳۷	توانمندسازی زنان از طریق کار آفرینی در مناطق روستایی: راهکاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی	علم مدیریت در صنعت	وزارت علوم	۱۴۰۴	مهسا زینالی سعیدلو,ناصر سیف اللهی انار,	۱
۱۳۸	تعیین کنندة های مشارکت اعضای تعاونی ها در تأمین مالی جمعی	مطالعات کار آفرینی و توسعه پایدار کشاورزی	Q2	۱۴۰۴	ناصر سیف اللهی انار غلامحسین عبدالله زاده شریف زاده, محمدشریف	
۱۳۹	طراحی مدل بومی تکنوفرهنگ سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی	مجله مدیریت دولتی	Q1	۱۴۰۴	رحیم محمد خانی ناصر سیف اللهی انار قاسم زارعی محمد باشکوه اجیرلو	
۱۴۰	تحلیل تأثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت ارتباط با مشتری با نقش میانجی داده کاوی	مدیریت بازرگانی	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف اللهی انار میر امیر فروزان	

۱۴۱	توسعه مدل گردشگری کشاورزی دیجیتال با تاکید بر بازاریابی دیجیتال محصولات محلی	توسعه گردشگری	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار مینا پور حسین روشن
۱۴۲	تحلیل تأثیر فرهنگ برند بر قصد خرید با نقش میانجی اعتماد عمومی مشتریان (مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان محصولات لبنی)	رفتار مصرف کننده	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار میر امیر فروزان
۱۴۳	تحلیل تأثیر هویت برند و فرهنگ برند بر تصمیم‌گیری خرید با نقش میانجی ایجاد ارتباط عاطفی با مشتری و نقش تعدیل‌گری رسانه‌های اجتماعی	پژوهشهای مدیریت عمومی	Q2	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۴	نقش پیشایندهای موثر در رابطه بین شهرت دیجیتال برند و ترجیح برند	مدیریت برند	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۵	ارائه مدلی جهت توسعه‌ی گردشگری کشاورزی شهر هسجین	جغرافیا و برنامه ریزی	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۶	بررسی تأثیر جذابیت برند محصولات کشاورزی بر ادراک مشتری با نقش میانجی رضایت مشتری و مدیریت دانش مشتری در محصولات شرکت گلستان در شهر تهران	اقتصاد کشاورزی	Q2	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۷	تحلیل تاثیر دانش بازاریابی مدیران شرکتهای تعاونی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی بازارمحوری و قابلیت‌های بازاریابی	تعاون و کشاورزی	Q4	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۸	طراحی مدل شبیه سازی مبتنی بر سناریوی مطلوب برای پیش بینی توسعه گردشگری ورزشی فیجیتال در مناطق آزاد تجاری و صنعتی ایران	مطالعات بازاریابی ورزشی	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۴۹	شناسایی پیشران های اکو سیستم کسب و کار دیجیتال مبتنی بر مدیریت دانش در صنعت گردشگری	فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی	Q2	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار

۱۵۰	طراحی مدل ترکیبی مبتنی بر شبیه‌سازی برای پیش‌بینی توسعه گردشگری خرید در مناطق آزاد تجاری و صنعتی ایران با تأکید بر بازاریابی دیجیتال شناسایی محرک های رشد لجستیک با بهره گیری از فناوری های هوشمند: مطالعه کتاب‌سنجی	مطالعات مدیریت گردشگری	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۵۱	تحلیل اثر هم‌افزینی ارزش بر توسعه پایدار گردشگری شهری نقش میانجی واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، مطالعه موردی: اردبیل	گردشگری شهری	Q1	۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار
۱۵۲	شناسایی محرک های رشد لجستیک با بهره گیری از فناوری های هوشمند: مطالعه کتاب‌سنجی	مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی		۱۴۰۴	ناصر سیف الهی انار

۱-۲) مقالات

پذیرفته شده در همایش های علمی:

ردیف	عنوان مقاله	مشخصات همایش				اسامی همکاران به ترتیب اولویت (شامل نام متقاضی)	امتیاز کمیته علمی
		نام همایش	سطح*	محل برگزاری	سال		
۱	The impact of brand personality and consumer brand engagement on behavioral intentions	5 th international conference on international researches in management accounting economics and in iran	بین المللی	پاریس	۲۰۲۰/۰۷/۲۴	ناصر سیف الهی*، رقیه گلی	
۲	بررسی تأثیر مسئولیت اجتماعی و قابلیت بازاریابی بر قدرت اجتماعی برند با نقش فضیلت سازمان	سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت	بین المللی	تهران	۱۴۰۱/۰۵/۲۷	ناصر سیفاللهی ، حسین رحیمی کلور ، عبداله علیزاده*	
۳	تأثیر سرمایه گذاران نهادی و غیرنهادی بر بازدهی قیمتی و نقدی سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم یافته	پنجمین همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی و مدیریت	بین المللی	تهران	۱۴۰۰/۰۳/۱۵	حسن امین پورگوگانی*، ناصر سیف الهی انار	
۴	بررسی اثر هویت برند بر عملکرد مالی شرکت شده برند ها با در نظر گرفتن نقش میانجی کیفیت ادراک	دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری	بین المللی	دامغان	۱۴۰۰/۰۲/۱۶	محمد مهدی محسنی*، ناصر سیف الهی انار ، حسین رحیمی کلور	
۵	بررسی اثر شخصیت برند بر عملکرد مالی	دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی، مدیریت و حسابداری	بین المللی	دامغان	۱۴۰۰/۰۲/۱۶	محمد مهدی محسنی*، ناصر سیف الهی انار ، حسین رحیمی کلور	

۶	مدل راهبردهای کلان کاهش هزینه کسب و کارهای تعاونی تولیدی	دومین همایش ملی نوین مدیریت کسب و کار نوپا	ملی	شیراز	۱۴۰۰/۰۲/۱۵	ناصر سیف الهی، مصطفی شیرزاد مغانلو*، رحیم محمدخانی قلنج قشلاقی، آراز راشد زهرا
۷	طراحی عوامل رقابت پذیری صادرات محصولات کشاورزی	همایش ملی مدیریت نویت و کسب و کارهای نوین	ملی	شیراز	۱۴۰۰/۰۲/۱۵	ناصر سیف الهی، رحیم محمدخانی قلنج قشلاقی، آراز راشد زهرا، مصطفی شیرزاد مغانلو
۸	بررسی عدالت تعاملی بر کار کارکنان	پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری	ملی	اهواز	۱۳۹۹/۱۲/۰۸	اشرف فرزانه شیخ احمد*، ناصر سیف الهی، محمد با شکوه اجیرلو
۹	بررسی تاثیر ملاحظات فردی رهبر بر شوق کاری کارکنان	پنجمین کنفرانس ملی، مدیریت، اقتصاد و حسابداری	ملی	اهواز	۱۳۹۹/۱۲/۰۹	اشرف فرزانه شیخ احمد*، ناصر سیف الهی، محمد با شکوه اجیرلو
۱۰	تبلیغات اینترنتی و تاثیر آن بر قصد خرید اینترنتی مصرفکنندگان	چهارمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم انسانی	ملی	سمنان	۱۳۹۸/۱۱/۲۶	سیده نعیمه مظفری، قاسم زارعی*، محمد حسن زاده، ناصر سیف الهی
۱۱	مطالعه ی تاثیر تبلیغات آنلاین بر نگرش مصرف کنندگان به خرید اینترنتی	چهارمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در علوم انسانی	ملی	سمنان	۱۳۹۸/۱۱/۲۶	سیده نعیمه مظفری، قاسم زارعی*، محمد حسن زاده، ناصر سیف الهی
۱۲	بررسی تاثیر استراتژیهای سرمایهگذاری بر عملکرد مالی و غیرمالی	همایش ملی مدیریت نوین و کسب و کارهای نوپا در رونق تولید	ملی	شیراز		ناصر سیف الهی انار، سمیه فروزنده جوقنایی، هاتف حاضری، حسین رحیمی کلور
۱۳	بررسی تاثیر نوآوری باز بر عملکرد مالی و غیرمالی	نخستین همایش ملی مدیریت نوین کسب و کارهای نوپا در رونق تولید	ملی	شیراز	۱۳۹۸/۱۰/۰۴	ناصر سیف الهی انار، سمیه فروزنده جوقنایی، هاتف حاضری، حسین رحیمی کلور
۱۴	بررسی تاثیر کسبیدانش بر رضایتمندی گردشگران (مورد مطالعه: هتل های سرعین)	همایش بین المللی گردشگری و توسعه	بین المللی	کردستان	۱۳۹۸/۰۷/۱۰	ناصر سیف الهی*، نرگس شیخ حسنی، هاتف حاضری، قاسم زارعی
۱۵	تحلیل نقش اشتراک دانش بر رضایت از خدمات در صنعت هتلداری	همایش بین المللی گردشگری و توسعه	بین المللی	کردستان	۱۳۹۸/۰۷/۱۰	ناصر سیف الهی*، نرگس شیخ حسنی، هاتف حاضری، قاسم زارعی
۱۶	بررسی تاثیر نوآوری و خلاقیت رهبری بر مزیت رقابتی در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: بانک ملت)	اولین کنفرانس بین المللی گردشگری(مطالعه فرصت ها و چالش های	بین المللی	اردبیل	۱۳۹۸/۰۴/۲۴	ناصر سیف الهی انار*، ژیلا کرامتی، محمد باشکوه

۱۷	تاثیر نوآوری فناوریانه بر مزیت رقابتی	اولین کنفرانس بین المللی گردشگری(مطالعه فرصت ها و چالش های	بین المللی	اردبیل	۱۳۹۸/۰۴/۲۴	ناصر سیف اللهی انار*، هاتف حاضری، علی آسوده
۱۸	تاثیر مدیریت دانش بر خلق مزیت رقابتی در شرکت های تولیدی پارس خزر و پارس شهاب	اولین کنفرانس بین المللی گردشگری(مطالعه فرصت ها و چالش های	بین المللی	دانشگاه محقق اردبیلی	۱۳۹۸/۰۴/۲۴	ناصر سیف اللهی انار*، هاتف حاضری، علی آسوده
۱۹	ررسی نقش تحول دیجیتال، قابلیت های دیجیتال و قابلیت های فناوری بر نوآوری دیجیتال و عملکرد شرکت	مدیریت در عصر تحولات	ملی	دانشگاه محقق اردبیلی	۱۴۰۴/۰۲/۲۲	ناصر سیف اللهی عادلہ دهقان
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:						

* منظور از سطح ، ملی و بین المللی است

۱-۲) طرح های پژوهشی

۱-۲-۱) طرح های پژوهشی پایان یافته دارای حسن انجام کار از کارفرما:

ردیف	عنوان طرح	مسئولیت در طرح				تاریخ شروع	تاریخ خاتمه	امتیاز کمیته علمی
		آزمایشی	مجری	همکار اصلی	سایر همکاران			
۱	بررسی بانکداری اجتماعی در دنیا برای صنایع کوچک و ارائه راه حل چگونگی تعمیم آن در اردبیل	مجری				۱۴۰۰/۱۰/۰۵	۱۴۰۱/۰۱/۰۵	
۲	طراحی الگوی ملی ارزیابی و تامین مالی طرح های سرمایه گذاری صنعتی در شهرک ها و نواحی صنعتی ایران	انفرادی				۱۴۰۰/۱۰/۰۵	۱۴۰۱/۰۱/۲۸	
۳	رتبه بندی جذابیت بازار ملی و منطقه ای فرصت های سرمایه گذاری بخش خصوصی در شهرک ها و نواحی صنعتی ایران	انفرادی				۱۴۰۰/۱۰/۰۵	۱۴۰۱/۰۱/۲۸	
۴	بررسی موانع توسعه زنجیره های تولیدی بخش کشاورزی (مطالعه موردی باغات مشگین شهر	مجری				۱۴۰۰/۱۲/۲۱	۱۴۰۱/۰۳/۱۲	
۵	طراحی مدل توسعه آموزش های فنی و حرفه ای متناسب با نیاز بازار کار و ظرفیت های منطقه ای (مطالعه موردی: بخش زنبورداری، کرم ابریشم، حشرات مفید)	مجری				۱۳۹۸/۱۲/۰۱	۱۳۹۹/۱۲/۲۰	
۶	بررسی راه کارهای عملی کاهش هزینه در شرکت های تعاونی تولیدی استان اردبیل	مجری				۱۳۹۹/۱۱/۱۴	۱۴۰۰/۰۲/۰۴	
۷	بررسی روش های آموزش کارآفرینی به منظور شناسایی اثر بخش ترین دوره های آموزش کارآفرینی با تکیه بر	مجری				۱۳۹۸/۱۱/۰۱	۱۳۹۹/۰۲/۲۴	
۸	ارزیابی نقش تعاونی ها در دوره گذار از تحریم	مجری				۱۳۹۷/۰۷/۰۲	۱۳۹۸/۱۰/۱۰	

۹	مطالعه زنجیره ارزش محصولات شاخص در استان اردبیل (عسل، گیاهان دارویی، سیب زمینی، معدن و ..	انفرادی	اداره کل صنایع و معادن	۱۴۰۱/۱۲/۱۵	۱۴۰۲/۶/۱۵	
۱۰	بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر وفاداری الکترونیک مشتری در زمان همه گیری ویروس کرونا با نقش میانجی رضایت و اعتماد مشتری	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۰/۰۶/۲۸	۱۴۰۱/۰۳/۰۸	
۱۱	ارزش آفرینی برای مشتری از طریق ایجاد آگاهی از خدمات اپلیکیشن های پرداخت آنلاین	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۹/۱۲/۰۳	۱۴۰۰/۰۶/۱۴	
۱۲	بررسی اثر قابلیت های بازاریابی بر بهره وری سازمانی با نقش میانجی ارزش ویژه برند	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۹/۰۹/۱۱	۱۴۰۰/۰۵/۱۷	
۱۳	بررسی اثر بازاریابی داخلی بر تصویر برند با نقش میانجی مسئولیت اجتماعی	انفرادی	داخل سازمان	۱۳۹۹/۰۴/۰۸	۱۳۹۹/۱۱/۱۹	
۱۴	تحلیل نقش مدیریت دانش، مدیریت جهادی و مدیریت ریسک بر عملکرد شرکتهای تعاونی نوآوری روستایی	انفرادی	داخل سازمان	۱۳۹۹/۰۵/۱۹	۱۳۹۹/۱۱/۱۴	
۱۵	بررسی اثر سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی سازمانی بر فضیلت سازمانی	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۸/۰۳/۱۹	۱۳۹۸/۱۰/۰۸	
۱۶	تحلیل اثر استراتژی های رقابتی بازاریابی کشاورزی بر توسعه زنجیره ارزش	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۹/۱۱/۵	۱۴۰۰/۷/۲۵	
۱۷	شناسایی عوامل تعیین کننده عملکرد صادراتی شرکت های کوچک و متوسط: مطالعه-ای با رویکرد ترکیبی	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۱/۰۳/۸	۱۴۰۱/۹/۲۰	
۱۸	تاثیر سرمایه انسانی بر بهره وری مرغداری گاوشتی	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۷/۱۲/۱۹	۱۳۹۸/۷/۰۲	
۱۹	نقش تبلیغات، رسانه و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش دانش آموزان	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۸/۹/۲۴	۱۳۹۹/۰۳/۲۵	

۲۰	تحلیل اثر بسته بندی سبزی بر جذب و حفظ مشتریان دوستدار محیط زیست با نقش میانجی تصویر برند سبز	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۱/۰۹/۵	۱۴۰۲/۳/۲۱
۲۱	بررسی مکانیسم اثر گذاری رشد اقتصادی، قیمت نفت و نرخ ارز بر شاخص کل بورس و اوراق بهادار	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۸/۹/۲۴	۱۳۹۹/۳/۲۵
۲۲	بررسی اثر نوگرایی مصرف کننده و برند سبز بر قصد خرید با نقش میانجی نگرش مصرف کننده	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۰/۶/۲۸	۱۴۰۱/۲/۱۱
۲۳	تحلیل به اشتراک گذاری دانش کارکنان در برون سپاری فعالیت های مدیریت زنجیره تأمین	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۹/۰۳/۲۵	۱۳۹۹/۲/۱۰
۲۴	بررسی اثر سرمایه اجتماعی و مسئولیت اجتماعی سازمانی بر فضیلت سازمانی	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۸/۰۳/۱۹	۱۳۹۸/۱۰/۰۸
۲۵	تاثیر ریسک ادراک شده از کووید ۱۹ و رسانه های اجتماعی بر قصد بازدید مجدد با نقش میانجی درگیری برند در صنعت گردشگری استان مازندران	مجری	داخل سازمان	۱۳۹۸/۰۳/۱۹	۱۳۹۸/۱۰/۰۸
۲۶	ارایه مدل برندسازی محصولات سبز صادراتی با تکیه بر بازاریابی دیجیتال	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۳/۵/۲۰	۱۴۰۳/۱/۲۰
۲۷	تحلیل تأثیر فرهنگ برند بر قصد خرید با نقش میانجی اعتماد عمومی مشتریان (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات لبنی)	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۳/۵/۲۰	۱۴۰۳/۱/۲۰
۲۸	تحلیل اثر آمیخته بازاریابی و نگرش برند سبز بر گردشگری شهری با نقش میانجی سرمایه فکری سبز مطالعه موردی: گردشگران شهر اردبیل	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۵/۲۰	۱۴۰۳/۱/۲۰
۲۹	ارائه الگویی در جهت حداکثرسازی منفعت گردشگران سلامت با رویکرد داده بنیاد	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۱۰/۲	۱۴۰۳/۴/۳۰
۳۰	تعیین کننده های مشارکت اعضای تعاونی ها در تأمین مالی جمعی	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۱۰/۲	۱۴۰۳/۴/۳۰
۳۱	تحلیل تاثیر دانش بازاریابی مدیران شرکتهای تعاونی بر عملکرد شرکت با نقش میانجی بازار محوری و قابلیت های بازاریابی	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۱۰/۲	۱۴۰۳/۴/۳۰

۳۲	بررسی اثر بهبود فضای کسب و کار بر نگرش کارآفرینی با نقش میانجی قابلیت بازاریابی	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۱/۱۴	۱۴۰۳/۴/۳۰
۳۳	بررسی نقش تطابق ارزش برند، ابعاد تجربه برند در تأثیرگذاری شناسایی برنده مشتری بر بهره‌وری برند گردشگری	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۲/۱۷	۱۴۰۲/۹/۲۲
۳۴	تبیین مدل بهبود عملکرد و شایستگی‌های مدیران تعاونی‌های کشاورزی	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۲/۳/۲۱	۱۴۰۳/۹/۲۲
۳۵	تحلیل اثر سرمایه اجتماعی بر عملکرد برند با نقش میانجی رفتار شهروندی برند کارکنان	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۱/۹/۵	۱۴۰۲/۹/۵
۳۶	مطالعه زنجیره ارزش محصولات شاخص در استان اردبیل (عسل، گیاهان دارویی، سیب زمینی، معدن و ...)	مجری	استانی	۱۴۰۱/۱۲/۱۵	۱۴۰۲/۶/۱۵
۳۷	اثر آزاد سازی مالی بر توسعه بازار سرمایه: کاربرد همجمعی در داده های تابلویی توپا	مجری	استانی	۱۳۹۵/۱/۲۲	۱۳۹۵/۸/۲
۳۸	اثر توسعه مالی بر بهره‌وری نیروی کار: کاربردی از همجمعی داده های پانل پویا	مجری	استانی	۱۳۹۵/۹/۱۵	۱۳۹۶/۶/۱۵
	نقش هویت برند در ایجاد ارتباط عاطفی با مشتری و تأثیر آن بر تصمیمگیری خرید	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۴/۰۵/۲۷	
	طراحی مدل پیا مد های کاربرد فناوری های دیجیتال در پا یداری تولید و فروش محصولات کشاورزی با تأکید بر هوش مصنوعی و اینترنت اشیا.	مجری	داخل سازمان	۱۴۰۴/۰۵/۲۷	
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین‌نامه:					

تدوین استانداردهای علمی و بین‌المللی

طراحی مدل توسعه آموزش‌های فنی و حرفه‌ای متناسب با نیاز بازار کار و ظرفیت‌های منطقه‌ای (مطالعه موردی: بخش زنبورداری، کرم ابریشم، حشرات مفید)

به استناد نامه شماره ۰/۳۲۰/۰۲۴۳۴۳ مورخه ۱۴۰۰/۶/۸ اثر بخشی طرح در سطح ملی در تدوین برنامه درسی و تعداد ۲۳ عنوان

استاندار شایستگی و ارزشیابی در قالب سند حرفه مدیران پرورش حشرات (شامل زنبور، کرم ابریشم، حشرات مبارزه بیولوژیک)

در سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور انجام گرفت

۱-۲) طرحهای پژوهشی/پایان نامه/رساله پایان یافته که به فناوری رسیده:

ردیف	عنوان طرح	نوع طرح			سفارش دهنده	تاریخ شروع	تاریخ خاتمه	امتیاز کمیته علمی
		ایجاد شرکت دانش بنیان (صنعت در مرکز رشد)	تجاری سازی شده از طریق	تجاری سازی شده				
۱								
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:								

۳-۱) تألیف یا تصنیف کتاب:

ردیف	عنوان کتاب	نوع کتاب		تاریخ اولین چاپ	ناشر	اسامی همکاران به ترتیب اولویت (شامل نام متقاضی)	امتیاز کمیته علمی
		تألیف	تصنیف				
۱	آمار و کاربر آن در اقتصاد و مدیریت	*		۱۳۹۹	باغ رضوان	ناصر سیف اللهی الله یار بیگی حامد سیف اللهی	
۲	اقتصاد کلان		*	۱۴۰۰	دانشگاه محقق اردبیلی	ناصر سیف اللهی	
۳	اصول و مدیریت بازاریابی خدمات	*		۱۴۰۱	دانشگاه محقق اردبیلی	ناصر سیف اللهی	
۴	اقتصاد رفتاری	*		۱۴۰۱	دانشگاه تهران	ناصر سیف اللهی	
۵	مقدمه ای بر اقتصاد خرد	*		۱۴۰۱	دانشگاه تهران	ناصر سیف اللهی	
۶	مدیریت بازاریابی صنعتی	*		۱۴۰۱	آراد کتاب	ناصر سیف اللهی	
۷	مبانی مدیریت پیشرفته	*		۱۴۰۱	دانشگاه تهران	ناصر سیف اللهی	
۸	مدیریت دانش در سازمان ها	*		۱۴۰۱	دانشگاه تهران	ناصر سیف اللهی	
۹	اصول حسابداری ۱	*		۱۳۹۸	آراد کتاب	ناصر سیف اللهی	
۱۰	نظریه اقتصاد خرد ۱	*		۱۳۹۴	ترمه	ناصر سیف اللهی	
۱۱	نظریه اقتصاد خرد ۲	*		۱۳۹۴	ترمه	ناصر سیف اللهی	
۱۲	اصول مدیریت بازاریابی ۱	*		۱۴۰۳	دانشگاه محقق اردبیلی	ناصر سیف اللهی	
۱۳	اصول مدیریت بازاریابی ۲	*		۱۴۰۳	دانشگاه محقق اردبیلی	ناصر سیف اللهی	
۱۴	اصول مدیریت	*		۱۳۹۶	اراد کتاب	ناصر سیف اللهی	

۱۵	اقتصاد ایران	*	۱۳۹۵	ماهان	هاتف حاضری ناصر سیف اللهی
۱۶	مدیریت تبلیغات	*	۱۴۰۳	دانشگاه محقق اردبیلی	ناصر سیف اللهی
۱۷	سیاست پولی و مالی	*	۱۳۹۵	کتاب اراد	ناصر سیف اللهی هاتف حاضری
۱۸	مبانی علم اقتصاد	*	۱۳۹۵	کتاب اراد	ناصر سیف اللهی هاتف حاضری
۱۹	نظریه اقتصاد خرد برای دانشجویان اقتصاد- مدیریت- حسابداری	*	۱۳۹۴	اراد کتاب	ناصر سیف اللهی
۲۰	اقتصاد کلان برای دانشجویان مدیریت	*	۱۳۸۹	انشارات حامی	ناصر سیف اللهی

۴-۱) اکتشاف، ابتکار، نوآوری، اختراع، اثر بدیع و ارزنده هنری (مورد تایید مراجع علمی معتبر):

ردیف	عنوان ابتکار، نوآوری و اختراع، اثر بدیع و ارزنده هنری	محل ثبت	مرجع تایید کننده	تاریخ ثبت	آیا به مرحله تولید رسیده است	امتیاز کمیته علمی
۱						
۲						
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:						

۵-۱) سردبیری و عضویت در هیات تحریریه نشریات علمی، هیئت مدیره انجمن های علمی، داوری مقالات:

ردیف	سردبیری و عضویت در هیات تحریریه نشریات علمی، داوری مقالات	عنوان نشریه	امتیاز کمیته علمی
۱	عضویت در هیات تحریریه	فصلنامه علمی - پژوهشی تعاون و کشاورزی	
۲	عضویت در هیات تحریریه	فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سرمایه انسانی دفاعی	
۳	عضویت در هیات تحریریه	فصلنامه مطالعات مدیریت و کارافرینی	
۴	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۵	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۶	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۷	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۸	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۹	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۱۰	داوری مقالات	مدیریت راهبردی	

۱۱	داوری مقالات	مدیریت راهبردی	
۱۲	داوری مقالات	مدیریت راهبردی	
۱۳	داوری مقالات	مدیریت راهبردی	
۱۴	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۱۵	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۱۶	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۱۷	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۱۸	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۱۹	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۰	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۱	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۲	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۳	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۴	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۵	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۶	داوری مقالات	مدیریت بهره وری	
۲۷	داوری مقالات	گردشگری شهری	
۲۸	داوری مقالات	کاوش های بازرگانی	
۲۹	داوری مقالات	مدیریت راهبردی	
۳۰	داوری مقالات	اقتصاد و بانکداری اسلامی	
۳۱	داوری مقالات	اقتصاد مقداری	
۳۲	داوری مقالات	مجله اقتصاد و تجارت نوین	
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:			

۱-۶) جوایز دریافت شده از جشنواره ها یا سایر مراجع معتبر:

رتبه	سال دریافت جایزه	نوع جایزه		عنوان دستاورد منجر به جایزه	مرجع اعطای جایزه	ردیف
		داخلی	بین المللی			
	۱۴۰۴	ملی		پژوهشگر برگزیده وزارت علوم	وزارت علوم تحقیقات و فناوری وزیر محترم علوم	۱
اول	۱۴۰۱	داخلی		رتبه اول اعضای هیات علمی برتر در حوزه ارتباط با صنعت و جامعه	هیات علمی برتر در حوزه ارتباط با صنعت و جامعه	۲

۳	هیات علمی برتر در همکاری با جامعه و صنعت	هیات علمی برتر سال ۱۴۰۱ در همکاری با جامعه و صنعت	داخلی	۱۴۰۱	اول	
۴	بانک کشاورزی	بانک کشاورزی	ملی	۱۴۰۲	اول	
۵	دانشگاه محقق اردبیلی	نفر اول پژوهشگران و فناوران برتر استان اردبیل در سال ۱۴۰۲ در گروه علوم انسانی	داخلی	۱۴۰۲	اول	
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:						

۷-۱) شاخص هرش (H-index) در رشته موضوعی

رتبه	منبع	شاخص هرش (H-index)	امتیاز کمیته علمی
۱	Google scholar	۹	
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:			

۸-۱) وضعیت تعداد ارجاعات (Citation) در رشته موضوعی

رتبه	منبع	تعداد کل ارجاعات (Citation)	تعداد کل ارجاعات (Citation) در پنج سال گذشته	امتیاز کمیته علمی
۱	Google scholar	۲۶۰	۲۵۳	
جمع امتیاز پژوهشگر از این بند با رعایت مفاد آئین نامه:				