



نام و نام خانوادگی	سید رضا جلال زاده
مرتبه علمی	استادیار
آدرس محل کار	دانشکده علوم اقتصادی، مدیریت و علوم مالی
تلفن	---
فکس	---
پست الکترونیک	r.jalalzadeh@khatam.ac.ir
آدرس وب سایت	---

#### مقاله‌های علمی پژوهشی

۱) Jalalzadeh, Seyed Reza. "The effects of corporate brand attributes on consumer attitudinal loyalty." European journal of scientific research ( e ) , no. ۰ (۱۳۹۴): ۰.

۲) Jalalzadeh, Seyed Reza. "The effects of corporate brand attributes on attitudinal and behavioural consumer loyalty." European Journal of Scientific Research ( e ) ۲۴, no. ۷ (۲۰۱۴): ۳۹۵-۴۰۵.

۳) Jalalzadeh, Seyed Reza, Ali Kazemi, and Azarnoush Ansari. "Developing a Brand Performance Model Based on Customer-based Brand Equity in the Market of Irans Banking Services." International Journal of Business Excellence ( e ) ۲۳, no. ۴ (۲۰۲۱): ۵۵۹-۵۸۵.

۴) Jalalzadeh, Seyed Reza, and amir momeni. "The impact of a brand's country of origin and manufacturer on customers' perceptions of a country's institutional environment and their purchasing decisions taking into account the moderating role of beliefs arising from customer trust." journal of system management ۱۱, no. ۱ ( ) : ۱.

۵) جلال زاده، سید رضا، علی کاظمی و آذرنوش انصاری. "طراحی الگوی عملکرد برند مبتنی بر ارزش ویژه برند از دیدگاه مشتری در نظام بانکی ایران (مورد مطالعه: شعب منتخب بانک‌های دولتی شهر تهران)." پژوهش‌های مدیریت در ایران (علمی پژوهشی) ۲۲، ۳ (۱۳۹۷): ۱۰۵-۱۳۴.

۶) جلال زاده، سید رضا و آمنه دورقی. "تأثیر منابع نامشهود و جهت‌گیری کارآفرینی بین المللی بر عملکرد صادراتی با توجه به نقش میانجی قابلیت‌های پویا در شرکت‌های صادر کننده فراورده‌های نفتی و پتروشیمی." تحقیقات نوین مدیریت خاتم (علمی پژوهشی) ۰، ۰ (۱۴۰۰): ۰.

۷) جلال زاده، سید رضا و محمودرضا افرا. "بررسی اثر اصول بازی وارسازی بر درگیری مشتری با توجه به نقش میانجی امید و وسواس (مورد مطالعه: اپلیکیشن اسنپ)." چشم انداز مدیریت بازرگانی (علمی پژوهشی) ۲۱، ۵۱ (۱۴۰۱): ۴۳-۷۰.

۸) جلال زاده، سید رضا و مهتاب قادریور. "تأثیر ویژگی‌های فناوری تعاملی واقعیت افزوده بر هویت فناوری اطلاعات در خرده فروشی‌های الکترونیکی." رسانه (علمی پژوهشی) ۳۳، ۳ (۱۴۰۱): ۲۰۹-۲۲۲.

۹) جلال زاده، سید رضا و علی اکبر حسین پور. "بررسی تأثیر ویژگی‌های تاثیرگذاران در رسانه‌های اجتماعی بر نگرش و قصد خرید مشتریان با نقش میانجی خودبیانگری برند." کاوش‌های مدیریت بازرگانی (علمی پژوهشی) ۱۴، ۳۱ (۱۴۰۲): ۰.

## مقاله‌های علمی ترویجی

- ۱) جلال زاده، سید رضا. "فرآیند تصمیم‌گیری مشتریان (مدل‌ها، اجزاء و فرآیندها)". مجله بانک و مسکن (علمی ترویجی) ۰، ۰ (۱۳۸۶): ۰.
- ۲) جلال زاده، سید رضا. "مدیریت ارتباط با مشتریان". مجله بانک و مسکن (علمی ترویجی) ۰، ۰ (۱۳۸۶): ۰.
- ۳) جلال زاده، سید رضا و مهناز اختیاری. "ارزش نشان تجاری در صنعت بانکداری". تدبیر (علمی پژوهشی) ۲۴، ۲۵۲ (۱۳۹۲): ۳۹-۴۸.

## طراحی و برگزاری نشست/مدرسه تابستانی/کارگاه

۱) ---

## کتاب‌های ترجمه شده

- ۱) حاجی کریمی، عباسعلی، سید رضا جلال زاده و بابک عزیزیان. اصول برندسازی در کسب و کارهای بزرگ: ادیبان روز، ۱۳۹۵.
- ۲) جلال زاده، سید رضا و علی سلطانی. مدیریت استراتژیک برند: ادیبان روز، ۱۳۹۷.
- ۳) جلال زاده، سید رضا و شهلا آقاپور. مدل کسب و کار (راه توسعه محصولات جدید، خلق ارزش بازار، ایجاد رقابت نابرابر): ادیبان روز، ۱۳۹۸.
- ۴) جلال زاده، سید رضا و فاطمه صابریان. کتاب مدیریت استراتژیک خرده فروشی (مطالعه موردی: خرده فروشی‌های سنتی تا خرده فروشی‌های آنلاین بین المللی): ادیبان روز، ۱۳۹۹.
- ۵) جلال زاده، سید رضا و مرضیه بابایی. بازاریابی مد: ادیبان روز، ۱۳۹۹.
- ۶) جلال زاده، سید رضا و مرضیه بابایی. اجرای استراتژی قیمت گذاری (عملیاتی کردن استراتژی‌های قیمت گذاری): ادیبان روز، ۱۴۰۰.

## شرکت در شوراها، کارگروه‌ها، کمیته‌ها، هیات‌ها و ...

- ۱) مدیر مرکز آموزش‌های تخصصی و مهارت افزایی دانشگاه خاتم، ۱۳۹۹/۱۲/۲۵
- ۲) عضویت شورای آموزش و تحصیلات تکمیلی دانشگاه خاتم، ۱۴۰۰/۰۷/۱۲
- ۳) مدیر نظارت، ارزیابی و کیفیت آموزشی دانشگاه خاتم، ۱۴۰۰/۰۷/۱۲، ۱۴۰۰/۰۳/۰۱
- ۴) استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال مقدماتی، ۱۴۰۰/۱۱/۱۶
- ۵) استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال پیشرفته، ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

## مقاله‌های ارائه شده در همایش

- ۱) جلال زاده سید رضا، رهبری استراتژیک سازمان‌های مجازی، دومین همایش مدیریت در دانشگاه شهید بهشتی، سخنران، ۱۳۸۵/۰۹/۲۲، ۱۳۸۵/۰۹/۲۲
- ۲) جلال زاده سید رضا، عوامل موثر بر وفادارسازی مشتریان، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی، سخنران، ۱۳۸۷/۱۱/۰۳، ۱۳۸۷/۱۱/۰۲
- ۳) مبنای ارزش درک شده و رضایت مشتری با نقش میانجی تعهد ارتباطی و اعتماد مشتری، کنفرانس ملی آینده پژوهی، سخنران، ۱۳۹۸/۰۸/۲۲، ۱۳۹۸/۰۸/۲۲
- ۴) جلال زاده سید رضا، قاسم خانی زهرا، سلیمانی گلناز، The impact of online shopping convenience on customer satisfaction, encourage e-WOM and behavioral intention, سومین کنفرانس مهندسی صنایع، اقتصاد و مدیریت، سخنران، ۱۳۹۹/۱۲/۰۲، ۱۳۹۹/۱۲/۰۲
- ۵) مطالعه: دیجی استایل، چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار، سخنران، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰
- مختاب، بررسی اثر تعدیل کنندگی فناوری تعاملی واقعیت افزوده بر رابطه بین عشق به برند و ارجاع به خود در محیط خرده فروشی‌های الکترونیکی (مورد)
- ۵) جلال زاده سید رضا، قادریور

کنفرانس بین المللی و چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار، سخنران، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰  
تاثیر فعالیت های بازاریابی بر ارزش ویژه برند خدمات با میانجی‌گری تجربه برانگیخته (مورد مطالعه: شعب منتخب بانک ملی شهر تهران)، نخستین  
(۶) جلال زاده سید رضا، فریدون زهرا،

کنفرانس بین المللی و چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار، سخنران، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰، ۱۴۰۰/۰۳/۳۰  
عملکردی و ذهنی بر روی حساسیت و ترجیح برند در تصمیمات خریداران سازمانی شرکت‌های ارائه دهنده خدمات حرفه ای در بازارهای صنعتی، نخستین  
(۷) جلال زاده سید رضا، حاجی کریمی عباسعلی، جلالوند مهدی، بررسی تاثیر باورهای

غذایی بسته بندی شده)، اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد، سخنران، ۱۴۰۰/۰۸/۲۶، ۱۴۰۰/۰۸/۲۶  
عوامل فناورانه، سازمانی و محیطی بر تمایل به پذیرش تجارت اجتماعی در شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: شرکت‌های تولیدکننده محصولات  
(۸) جلال زاده سید رضا، حسینی سیده فاطمه، تاثیر

بانک پاسارگاد شهر تهران)، اولین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد، سخنران، ۱۴۰۰/۰۸/۲۶، ۱۴۰۰/۰۸/۲۶  
درک مسئولیت اجتماعی شرکت بر رفتارهای فرانشی مشتری با توجه به نقش معنویت مشتری و دلبستگی عاطفی به برند (مورد مطالعه: مشتریان شعب  
(۹) جلال زاده سید رضا، عزیزی آناهیتا، تاثیر

شرکت مبین نت)، هشتمین کنگره ملی تازه یافته در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر توانمندی و هوش رقابت، ارائه پوستر، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸، ۱۴۰۰/۱۱/۲۹  
(۱۰) جلال زاده سید رضا، احمدزاده بهناز، شناسایی انگیزه‌های استراتژی‌های تبلیغاتی و انتقال پیام در بازاریابی ویروسی (مورد مطالعه: مشتریان

مصرف کننده در خدمات پرداخت موبایلی، سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد، سخنران، ۱۴۰۱/۰۴/۲۹، ۱۴۰۱/۰۴/۲۹  
(۱۱) جلال زاده سید رضا، ساکی پور اشکان، بررسی تاثیر محرک‌های مشارکت

فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)، پنجمین کنفرانس بین المللی سالانه تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ارائه پوستر، ۱۴۰۱/۰۶/۲۹، ۱۴۰۱/۰۶/۲۹  
مرضیه، بررسی عوامل مؤثر بر ارزش ادراک شده خرید مشتریان از طریق فناوری خرده فروشی هوشمند، نقش تعدیل گر نوگرایی مصرف‌کننده (مورد مطالعه:  
(۱۲) جلال زاده سید رضا، بابایی

خریدهای آنلاین (مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا)، نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری، سخنران، ۱۴۰۲/۰۲/۲۳، ۱۴۰۲/۰۲/۲۳  
(۱۳) جلال زاده سید رضا، عظیم بیک مبینا، بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بر رفتار مشتریان در

مورد مطالعه برند نوین چرم)، اولین کنفرانس بین المللی توانمندی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد، سخنران، ۱۴۰۲/۰۲/۲۸، ۱۴۰۲/۰۲/۲۸  
شده بازاریابی محتوایی برندهای لوکس در رسانه‌های اجتماعی بر تجربه مشتری و وفاداری برند با در نظر گرفتن نقش تعدیل گر درگیری ذهنی محصول  
(۱۴) جلال زاده سید رضا، گوهری فاطمه، بررسی تاثیر ارزش‌های درک

دیجی کالا)، پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار، سخنران، ۱۴۰۲/۰۴/۰۱، ۱۴۰۲/۰۴/۰۱  
آرزو، بررسی تاثیر ویژگی های بازی وارسازی بر ارزش ویژه برند با در نظر گرفتن نقش میانجی درگیری برند در جوامع مجازی برند (مورد مطالعه: کاربران  
(۱۵) جلال زاده سید رضا، نائمی

برند مقصد(مورد مطالعه استان تهران)، ششمین کنفرانس ملی سالانه تحولات نوین در مدیریت اقتصاد و حسابداری، سخنران، ۱۴۰۲/۰۵/۳۱، ۱۴۰۲/۰۵/۳۱  
رضا، فتحعلی زاده امیرقاسم، بررسی تأثیر مشارکت فرهنگی پایدار، هویت برند مقصد و شهرت برند مقصد بر اعتبار برند مقصد با نقش میانجی دلبستگی  
(۱۶) جلال زاده سید

لوازم خانگی)، اولین کنفرانس بین المللی نوآوری، رشد و توسعه در حوزه مدیریت، حسابداری و علوم انسانی، سخنران، ۱۴۰۲/۰۷/۰۱، ۱۴۰۲/۰۷/۰۱  
خارجی با بررسی نقش میانجی کیفیت ادراک شده، نگرش به محصول و نقش تعدیل‌گری پذیرش فرهنگی در ایران (مورد مطالعه جامعه مصرف‌کنندگان  
(۱۷) جلال زاده سید رضا، خادمی حاجی آبادی علیرضا، حاجی کریمی عباسعلی، تأثیر بیگانه‌گرایی بر تمایل به خرید کالای