

به نام خدا

رزومه (به روز رسانی: پاییز 1403)

منوچهر نجمی

دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف

زمینه تخصصی: بازاریابی و مدیریت کیفیت (با تمرکز بر فرآیندهای سازمانی و مدل‌های تعالی سازمانی)

تحصیلات دانشگاهی

پسا دکتری

محقق ارشد در یک کنسرسیوم اروپایی برای توسعه یک چارچوب ارزیابی عملکرد فرایند محور، دانشگاه کرنفیلد انگلستان،

1377-1379

دکتری

مهندسی صنایع (گرایش مدیریت کیفیت)، دانشگاه لیورپول انگلستان، 1373-1377

کارشناسی ارشد

مهندسی صنایع، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، 1371-1368

کارشناسی

مهندسی صنایع (تولید صنعتی)، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران، 1368-1363

زمینه‌های تحقیقاتی

- ارزیابی عملکرد
- استراتژی بازاریابی
- رفتار مصرف کننده

دروس ارائه شده

- مدیریت بازاریابی
- استراتژی بازاریابی
- رفتار مصرف کننده
- مدیریت کیفیت

مقالات منتشر شده به زبان انگلیسی

- ◆ Najmi, M. and Kehoe, D.F. (1996), "*Post-ISO 9000 Quality Development in the Customer-Supplier Chain*", The First International Symposium on Advanced Manufacturing Processes, Systems and Technology (AMPST 96), Bradford, UK.
- ◆ Najmi, M. and Kehoe, D.F. (1996), "*Beyond ISO 9000: A Performance Measurement System for the Customer-Supplier Chain*", The International Manufacturing Engineering Conference (IMEC), Storrs, Connecticut, USA.
- ◆ Najmi, M. and Kehoe, D.F. (1996), "*Deriving Business Advantages from Quality Development*", The 1st Annual International Conference on Industrial Engineering Theory, Applications and Practice, Houston, Texas, USA.
- ◆ Najmi, M., Rigas J. and Fan, I-S (1999), "*A Methodology to link Performance Indicators to Process Models*", 15th National Conference on Manufacturing Research (NCFMR), Bath, UK
- ◆ Najmi, M., Fan, I-S and Kehoe D.F. (1999), "*Process Based Performance Management as an Implementation Approach to TQM*", The 4th Annual International Conference on Industrial Engineering Theory, Application and Practice, San Antonio, Texas, USA.
- ◆ Najmi, M. and Kehoe, D.F. (2000), "*An Integrated Framework for Post-ISO 9000 Quality Development*", International Journal of Quality and Reliability Management (IJQRM), Vol. 17, No. 3.
- ◆ Najmi, M. and Kehoe, D.F. (2001), "*The Role of Performance Measurement in Promoting Quality Development beyond ISO 9000*", International Journal of Operations and Production Management (IJOPM), Vol. 18, Nos. 1&2.
- ◆ Najmi, M. and Fan, I-S (2002), "*Concurrent Engineering in Total Quality Management Environment*", Proceedings of the 8th International Conference on Concurrent Enterprising (ICE 2002), pp. 79-85, Rome, Italy.
- ◆ Najmi, M. (2003), "*The Role of Process Improvement in Innovation: An overview of SMEs Programs in Iran*", Symposium on Technological Innovation in SMEs, APO, Taipei, Republic of China.
- ◆ Najmi, M., Rigas, J. and Fan, I-S (2005), "*A Framework to Review Performance Measurement Systems*", Business Process Management Journal, Vol.11, No. 2.
- ◆ Jafarieh A., Najmi M. and Sharbatoghlie A. (2007), "*Segmenting Tourism Markets with a Cultural Approach: A Case Study of Iran*", Advanced Tourism Marketing Conference, Valencia, Spain.
- ◆ Sepehri, M. and Najmi, M. (2008), "*Managing an Experience Operations*", the 6th International Conference on Management, 7-10 July, Athens, Greece.

- ◆ Najmi, M., Ehsani, R., Sharbatoghlie, A. And Saidi-Mehrabad, M. (2009), “*Developing an Integrated Dynamic Model for Evaluating the Performance of Research Projects Based on Multiple Attribute Utility Theory*”, *Journal of Modelling in Management (JM2)*, Vol. 4, No. 2, pp. 114-133.
- ◆ Najmi, M., Sharbatoghlie A., Jafarieh A. (2010), “*Tourism Market Segmentation in Iran*”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 12, No. 5, pp. 497-509.
- ◆ Najmi, M., Sepehri M., and Hashemi, S, (2010), “*The Evaluation of Business Intelligence Maturity Level In Iranian Banking Industry*”, *IEEE The 17th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*”, Xiamen, P. R. China.
- ◆ Sepehri M., Najmi, M. and Fayazbakhsh K., (2010), “*Cooperative Supply Chain Management Using a Grid-based Optimizer*”, *IEEE The 17th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*”, Xiamen, P. R. China.
- ◆ Najmi, M., Atefi, Y. and Mirbagheri S.A. (2012), “*Attitude Toward Brand: An Integrative Look at Mediators and Moderators*”, *Academy of Marketing Studies Journal (AMSJ)*, Vol. 16, No. 1.
- ◆ Najmi, M., Etebari, M. and Emami, S. (2012), “*A Framework to Review Performance Prism*”, *International Journal of Operations and Production Management (IJOPM)*, Vol. 32, Issue:10, pp. 1124-1146.
- ◆ Najafi, S., Sharifi H., Soleimanof, S. and Najmi, M. (2013), “*An Empirical Study of firm’s Absorptive Capacity dimensions, Supplier Involvement, and New Product Development Performance*”, *International Journal of Production Research*, Vol. 51, Issue 11, pp. 3385-3403.
- ◆ Ghasem Rezaei, Hamed Gholami, Awaluddin Bin Mohamed Shaharou, Muhamad Zamari Mat Saman, Norhayati Zakuan and Najmi, M. (2016), “*Relationship among culture of excellence, organisational performance and knowledge sharing: proposed conceptual framework*”, *International Journal of Productivity and Quality Management*, Vol. 19, No. 4, pp. 446-465.
- ◆ Ghasem Rezaeia, Abbas Mardanib, Aslan Amat Seninb, Kuan Yew Wongc, Laleh Sadeghi, Manoochehr Najmi, Awaluddin Mohamed Shaharouna, (2018), “*Relationship between culture of excellence and organisational performance in Iranian manufacturing companies*”, *Total Quality Management and Business Excellence*, Vol. 29 No. 1-2, pp. 94-115.
- ◆ Youness Eaidgah, Amir Abdekhodae, Manoochehr Najmi, Alireza Arab Maki, (2018) “*Holistic performance management of virtual teams in third-party logistics environments*”, *Team Performance Management: An International Journal*, Vol. 24, No. 30-4, pp. 186-202.
- ◆ Farnoosh Bagheri, Rasoul Noorossana, Manoochehr Najmi, (2019), “*The Extent of EFQM Effectiveness in Routine and Non-Routine Organizations Based on Multivariate Techniques- An Empirical Study*”, *Operational Research*, Vol. 19, Issue 1, pp. 237–267.
- ◆ Seyed Alireza Mirbagheri and Manoochehr Najmi, (2018), “*Social media activation campaigns: What makes the engaging and how they influence the brand image*”, 2018 Global Marketing Conference, Tokyo, Japan.
- ◆ Seyed Alireza Mirbagheri and Manoochehr Najmi, (2019), “*Consumers’ engagement with social media activation campaigns: Construct conceptualization and scale development*”, *Psychology & Marketing (P&M)*, Vol. 36, No. 4, pp. 376-394.
- ◆ Mehdi Ghandi Arani and Manoochehr Najmi (2019), “*Marketing and Competitive Advantage: From Formation of Organizational Culture to Achieving Customer Value-based Advantage*”, *Journal of Social Sciences Research*, Vol. 5, Issue 9, pp. 1293-1302.
- ◆ Hamoon Tahmassebi and Manoochehr Najmi (2022), “*Developing a Measurement Framework for Responsible Management Education based on PRME*”, 9th Responsible Management Education Research Conference, Austria.
- ◆ Hamoon Tahmassebi and Manoochehr Najmi (2023), “*Developing a comprehensive assessment tool for responsible management education in business schools*”, *International Journal of Management Education*, Vol. 21, Issue 3.

- ◆ Marandi A., Tasavori M. and Najmi M. (2024), "New insights into hotel customer's revisiting intentions, based on big data", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 36, Issue 1, pp. 292-311.
- ◆ Mardaninejad A. and Najmi M. (2024), "Identification of key parameters related to design of customer relationship management structure for health tourism facilitators in Iran: Case study of health tourism facilitators in Iran", the 20th Annual International Conference on Tourism, 10-13 June 2024, Athens, Greece.

مقالات و کتب منتشر شده به زبان فارسی

- ◆ Najmi, M., Zarei B. and Hosseini S., (2002), "BSC and the EFQM Model: consistency or contradiction", The First National Conference on Performance Management, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi, M. (2002), "Excellence Levels in Quality Management", The First Annual Congress on Quality, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi M. and Hosseini, S. (2002), "Business Excellence Models: An Improving Image of Organizations", The Third International Conference on Quality Management, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi, M. (2003), "Measuring the Performance of an Organization's Processes: Methodology and Case Study", The Fourth Conference of Quality Managers, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi M. and Hosseini S. (2003), "The EFQM Excellence Model: from idea to application", Book published by IPHRD, Reprinted 8 times.
- ◆ Nili, M., Najmi, M., et. al. (2003, reprinted in 2004), "Industrial Development Strategy", Book published by Sharif University of Technology.
- ◆ Najmi, M. et. al. (2003), "Assessing the Excellency of Performance in Industrial Organizations", Book published by Sharif University of Technology.
- ◆ Najmi, M., Noorasaana R., Valmohammadi Ch. (2005), "The comparison between ISO 9000:2000 standards and the TQM approaches", Modarres Human Science Quarterly Journal, No 36.
- ◆ Najmi, M., Hosseini S. (2003), "ISO 9000:2000 : An strategic turnaround towards Excellence Models", The First International Management Conference, December, Tehran, Iran.
- ◆ Kianfar, F., Najmi, M. and Ebrahimi, M. (2004), "Calculation of Risk Priority Number in FMEA using Fuzzy Logic", The Second International Management Conference, December, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi, M., Ebrahimi, M. and Kianfar, F. (2006); "Prioritization of technical characteristics in QFD using Topsis method in fuzzy environment", Sharif Journal of Science and Technology, No.34.
- ◆ Najmi, M. (2010), "The EFQM Excellence Award Model 2010", Book published by IPHRD.
- ◆ Sharbatoghlie A., Najmi M., Naseri A., Shams A., (2010), "Value Creation and Measuring the Firm's CSR Performance based on BSC", The 8th International Management Conference, Tehran, Iran.
- ◆ Najmi M., Atrianfar H., Mousavi Razavi M. and Jafari H., (2012) "The Role of Marketing and Sales Departments in Value Creation Processes", Quarterly Journal of Management Science, Vol. 7, No. 25, pp. 45-70.
- ◆ Najmi, M. (2014), "The EFQM Excellence Award Model 2013", Book published by Industrial Management Institute.
- ◆ Nabizadeh M. and Najmi M., (2014) "Clustering mobile service market using data mining", Sharif Journal of Science and Technology.
- ◆ Tabatabaei, V. and Najmi, M. (2014), "Developing A Method Based on Keller's Model to Measure Brand Image: A Study in the Small Home Appliances Industry", Brand Management Quarterly, Vol. 1, No.1, pp. 45-74.

- ◆ Ghandi, M and Najmi, M. (2014), "Realizing Organisational Ambidexterity through Designing Sales and Marketing Relationship", Quarterly Journal of Management Science, Vol. 9, No. 23, pp 1-24.
- ◆ Kazemi, M., Alavi, S.B., Asanlo, B. and Najmi, M. (2014), "Developing a Model for the Assessment of the Board of Directors in a company within a corporation", Quarterly Journal of Management Science, Vol. 9, No. 34, pp. 47-80.
- ◆ Mirbagheri S.A and Najmi M. (2019), "Consumers' Engagement with Instagram Contests: Construct Conceptualization and Scale Development", Iranian Journal of Management Sciences, Vol.13, No 52.
- ◆ Mirbagheri S.A. and Najmi M., "The impact of consumers' engagement with brands in digital media on brand equity", Sharif Journal of Science and Technology, No.35, No. 2.
- ◆ Najmi, M. and Bagheri, M. (2021), "The EFQM Model 2020", Book published by Industrial Management Institute.
- ◆ Tahmassebi H. and Najmi M. (2021), "Responsible Management Education: The evolution path, drivers and challenges", Iranian Journal of Management Sciences, Vol.16, No 61.
- ◆ Kalantari Dehaghi Sh., Tasavori M. and Najmi M. (2023), "Investigating factors affecting the integration of support departments and human resources of higher education centers", Journal of Strategic Management Studies, Vol. 14, No. 55, pp. 47-67.
- ◆ Abdoli S., Tasavori M. and Najmi M. (2023), "The Role of Organisational Mindfulness on Covid-19 Crisis Management: A Case Study of Health Tourism SMEs", Public Management Researches, Vol. 16, Issue 59, pp. 111-136.
- ◆ Najmi, M (2024), "The EFQM Model 2020 with 2021 modifications", Book published by Industrial Management Institute.

استاد راهنما رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها

رساله دکتری

ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ دفاع	عنوان فارسی رساله	عنوان لاتین رساله
1	مهدی قندی آرانی	1395/09/17	توسعه همکاری فروش و بازاریابی: مکانیسم‌ها و بی‌آمدها	Developing Sales and Marketing Cooperation: Mechanisms and Consequences
2	علیرضا میرباقری	1398/04/31	آمیختگی مشتریان با کمپین‌های فعال‌سازی مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی	Consumers' engagement with brands in digital environment
3	هامون طهماسبی	1402/10/27	ارزیابی وضعیت و تبیین چالش‌های «آموزش مدیریت مسئولانه»: مورد ایران	Assessing the situation and explaining the challenges of "Responsible Management Education": the case of Iran

پایان نامه کارشناسی ارشد

ردیف	نام و نام خانوادگی	تاریخ دفاع	نام استاد راهنما	نام استاد راهنمای همکار	عنوان پایان نامه
1	سیروس حسینی	1382/04/25	دکتر نجمی		استاندارد ISO 9000:2000 چرخشی بنیادین در حرکت به سوی مدیریت کیفیت فراگیر و سرآمدی سازمانی
2	علی صدیقیان	1382/05/13	دکتر نجمی		مهندسی مجدد فرآیند تامین منابع انسانی وزارت علوم تحقیقات و فن آوری
3	علی اردوان	1382/05/15	دکتر نجمی		طراحی نظام پیشنهادها در شرکت راه آهن شهری تهران و حومه
4	علی اصغر اسماعیل پور	1382/05/15	دکتر نجمی		طراحی نظام خدمات پس از فروش در صنایع صنایع الکترونیک
5	فرهاد نوایی	1382/06/09	دکتر نجمی		طراحی مدل برای پیاده سازی کارت امتیازی متوازن
6	سیدمحمد علی افشانی	1382/06/11	دکتر نجمی		پیاده سازی سیستم مدیریت کیفیت مبتنی بر ISO 9000 در سازمان های بخش عمومی (دولتی)
7	داریوش پورسراجیان	1382/06/11	دکتر نجمی		تعیین و اولویت بندی مشخصات کیفی یک محصول جدید با استفاده از ابزار QFD و مطالعه محصول دیسک لاغری چرخونک
8	جعفر ربیعی	1382/06/23	دکتر نجمی		طراحی سیستم اندازه گیری عملکرد برای سطح استراتژیک شرکت راه آهن شهری تهران و حومه
9	مسعود باقر تجریشی	1382/06/30	دکتر نجمی		طراحی نظام ارزیابی عملکرد شرکت های سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران
10	مهدی بهمن آبادی	1382/06/31	دکتر نجمی		مدیریت عملکرد با نگرش فرایندی موردی گاوی شرکت فرآیندهای گوشتی تهران
11	محمد یوسفی	1383/03/02	دکتر نجمی		بررسی مدیریت روابط با مشتریان از دیدگاه استراتژیک
12	مهدی قندی آرانی	1383/06/30	دکتر نجمی		توسعه یک متدولوژی برای به کارگیری همزمان مدل های BSC و EFQM در سازمان ها

اسلوبی یکپارچه برای مهندسی مجدد فرآیندها در سازمان‌های پروژه محور	دکتر نجمی	1383/07/30	سعید نوری	13
طراحی سیستم بازاریابی پژوهشگاه صنعت نفت	دکتر نجمی	1384/04/14	روح‌الله شهیدی پور	14
توسعه چارچوب بومی تدوین استراتژی بازاریابی صنعت توریسم کشور	دکتر نجمی	1385/06/30	علی جعفریه	15
الگوبرداری و شناسایی فرآیند توسعه کسب و کار در صنایع پایین دستی پتروشیمی	دکتر نجمی	1387/06/04	مرتضی هداوندی	16
شناسایی روش‌های بالا بردن ارزش آفرینی بلندمدت مشتری برای سازمان، به کمک مفاهیم هوش تجاری	دکتر نجمی	1387/06/31	هادی افشاری	17
بررسی عوامل تعیین‌کننده ثبات جایگزینی مشتریان تامین‌کنندگان خدمات اینترنت	دکتر نجمی	1388/11/27	سمانه موسوی	18
شناسایی عوامل موثر محیط کلان بر صنعت تجهیزات پزشکی خانگی	دکتر نجمی	1388/02/14	نازنین تورانی	19
توسعه روش جهت سنجش وجه برند: مطالعه صنعت لوازم خانگی	دکتر نجمی	1388/07/20	وحیده رفیعی طباطبایی	20
ترکیب بخش‌بندی بازار در رضایت مشتری با استفاده از نظریه سه عاملی رضایت	دکتر نجمی	1389/06/30	محمد نبی‌زاده	21
مدیریت اجرای کسب و کارهای شبکه‌ای با در نظر گرفتن اثرات شبکه‌ای	دکتر نجمی	1389/06/31	مهدی شریفی	22
حداقل کردن تعارض در کانال‌های توزیع چندگانه: مطالعه موردی گروه سولیکو	دکتر نجمی	1390/07/25	سامان کریمی	23
شناسایی فاکتورهای موثر بر اجرای سیستم- های مدیریت ارتباط با مشتریان در سازمان- های پروژه محور	دکتر نجمی	1390/10/28	پریسا عسگری	24
بررسی ارتباط بین شخصیت برند و شخصیت مصرف‌کننده در صنایع غذایی ایران	دکتر نجمی	1390/10/28	سعید جنانی	25
بررسی عوامل تاثیر بر ارزیابی مصرف- کننده از گسترش برند در مقابل برند جدید در بازار کالاهای تند مصرف ایران	دکتر نجمی	1391/10/30	مینا عامری	26

27	سعید ایمنی	1393/03/31	دکتر نجمی	بررسی اثر توسعه عمودی بر ادراک مشتریان از ارزش برند
28	بهزاد اسماعیلی فر	1393/03/31	دکتر نجمی	بررسی وضعیت اجرای مدیریت دانش و تعامل با مشتریان در سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان در صنعت بیمه کشور
29	محمدعلی کورنک بهشتی	1397/04/09	دکتر نجمی	بررسی نقش عوامل موثر بر رضایت از اطلاعات بر رفتار خرید اینترنتی مشتری در ایران
30	شیوا مصطفوی	1397/04/09	دکتر نجمی	بررسی نگرش افراد جوان نسبت به مارک-های مد لوکس از دیدگاه هویت اجتماعی (مطالعه موردی: خرید خودروهای لوکس در شهر تهران توسط جوانان)
31	ارژنگ نیکبخت	1398/06/12	دکتر نجمی	هماهنگی و رقابت در توزیع سه کاناله
32	علی اکبر مرندی	1399/05/13	دکتر نجمی	دکتر طالبیان کاربرد علوم شناختی در شناسایی رفتار مشتری
33	مصطفی صیاحی	1399/06/31	دکتر نجمی	دکتر مهدیه سلیمانی نگاشت ادراکی مصرف کنندگان با استفاده از یادگیری ماشین
34	سیدامیرحسین شفیعی	1399/06/31	دکتر نجمی	بررسی کاربرد های داده در بازاریابی با استفاده از داده های موجود در اینترنت
35	مصطفی قدمیاری	1399/06/31	دکتر نجمی	استفاده از یادگیری ماشین برای افزایش بازدهی تبلیغات آنلاین
36	محسن هنرور	1399/09/15	دکتر نجمی	دسته بندی نظرات کاربران اسنپ فود با استفاده از یادگیری ماشین و مقایسه دو روش SVM و NB
37	سیدمجتبی مطلوبی	1399/11/27	دکتر عیسائی	دکتر نجمی بررسی و تحلیل چالش های مرتبط با بازاریابی محصولات جدید از نگاه علوم رفتاری و ارائه راهکارهای رفتاری برای حل این چالش ها
38	سارا عبدلی یاس کند	1399/11/27	دکتر نجمی	چگونگی تأثیر گذاری ذهن آگاهی سازمانی بر مدیریت بحران کووید-19 و بقای کسب و کارها: مورد پژوهی چندگانه SME های گردشگری سلامت در ایران

39	شراره کلانتری	1399/11/28	دکتر نجمی	دکتر تصویری	بررسی عوامل تقویت کننده و بازدارنده‌ی یکپارچه‌سازی واحدهای پشتیبانی و سرمایه انسانی در دانشگاه‌ها
40	محمد برومند	1400/04/13	دکتر نجمی	دکتر تصویری	نقش دولت الکترونیک در تاثیر فساد بر دسترسی مالی شرکت‌ها
41	روح اله پوروزیری	1400/05/23	دکتر نجمی	دکتر آراین	به کار بردن داده‌های مشتری برای بهبود تجربه‌ی مشتری
42	علیرضا مردانی نژاد جونقانی	1400/06/14	دکتر نجمی		طراحی و پیاده سازی ساختار CRM برای شرکت‌های توریسم سلامت
43	مهران پاکند	1400/06/20	دکتر نجمی		بررسی اثربخشی تکنولوژی واقعیتافزوده بر قصد خرید آنلاین و آفلاین کاربران در صنعت خرده‌فروشی
44	آراین یزدانشاد	1401/05/29	دکتر نجمی		بخش‌بندی مشتریان اقتصاد اشتراکی بر اساس انگیزه‌های مشارکت مطالعه موردی: پلتفرم‌های حمل و نقل آنلاین مسافر در ایران
45	بیبا زیارتی	1401/12/10	دکتر نجمی		بررسی تاثیر ویژگی‌های شخصیتی و منبع داده بر محاسبات حریم خصوصی تبلیغات رفتاری آنلاین در شبکه‌های اجتماعی
46	سیدامیر حسین حسینی ولشکلانی	1402/05/18	دکتر نجمی	دکتر تصویری	چابکی بازاریابی؛ حلقه مفقوده در مدل تاثیرگذاری دوستوانی نوآوری بر نوآوری بازاریابی در آشفته‌گی بازار
47	مریم توکلی	1402/10/30	دکتر نجمی	دکتر تصویری	شناسایی عوامل موثر بر حضور تاب‌آورانه کارآفرینان اجتماعی در فضای ناپایدار ایران
48	آرمان موسوی لاریجانی	1402/03/31	دکتر نجمی	دکتر تصویری	تأثیر نوع نگرش به کارآفرینی بر هشیاری کارآفرینانه و با بررسی نقش میانجیگری کنجکاوی
49	فاطمه حاجی قاسمعلی	1403/06/27	دکتر نجمی		بررسی نقش روابط قبلی بر تاثیر رویدادهای منفی در بازاریابی برندهای لوکس

سوابق اجرایی دانشگاهی

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده مدیریت و اقتصاد از بهمن 1380 لغایت بهمن 1382 - رئیس دانشکده از بهمن 1382 لغایت بهمن 1386 - مدیر آموزش‌های آزاد دانشگاه از آذر 1394 لغایت بهمن 1394 - معاون اداری و مالی دانشگاه از بهمن 1394 لغایت آذر 1397 - معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده از آبان 1400 لغایت تیر 1401 - مدیر گروه مدیریت از تیر 1401

برخی از سوابق حرفه‌ای و پروژه‌های پژوهشی ارتباط با صنعت

- ارزیاب بنیاد مدیریت کیفیت اروپا (EFQM) در سال‌های میلادی 2004 (ترکیه)، 2005 (فرانسه)، 2006 (آلمان)، 2007 (ایتالیا)، 2008 (لهستان)، 2009 (بلاروس) و 2011 (پرتغال)
- عضو کمیته‌های علمی و راهبردی جایزه ملی تعالی سازمانی از سال 1382 - مدیر جایزه در سال 1392
- ارائه دوره‌ها و سمینارهای متعدد در زمینه مدیریت کیفیت، مدیریت فرآیندها و اندازه‌گیری عملکرد، بازاریابی، مدل تعالی EFQM و استراتژی بازاریابی
- مشاوره علمی پروژه‌های مدیریتی در شرکت‌های مختلف عمدتاً در زمینه‌های تعالی سازمانی، مدیریت فرآیندهای سازمانی و مدیریت ارتباط با مشتری