

بسمه تعالی
رزومه علمی، اجرایی و پژوهشی

(۱) مشخصات فردی

نام و نام خانوادگی: نرگس آهنجیان	تاریخ تولد: ۱۳۴۰/۵/۹	محل تولد: مشهد	نام پدر: ابوالقاسم
		پست الکترونیک: ahanchian40@yahoo.com	تلفن همراه: ۰۹۱۵۳۰۰۹۸۵۸

(۲) سوابق تحصیلی

مقطع	رشته	گرایش	سال شروع	سال پایان	نام مرکز	معدل
دیپلم	علوم تجربی		۱۳۵۵	۱۳۵۹	دبیرستان پروین اعتصامی	۱۷/۴۴
کارشناسی	علوم تربیتی	مدیریت و برنامه ریزی آموزشی	۱۳۷۹	۱۳۸۲	دانشگاه فردوسی مشهد	۱۸/۶۰
کارشناسی ارشد	علوم تربیتی	مدیریت آموزشی	۱۳۸۲	۱۳۸۴	دانشگاه فردوسی مشهد	۱۸/۸۱
دکترا	علوم تربیتی	برنامه ریزی درسی	۱۳۸۷	۱۳۹۲	دانشگاه فردوسی مشهد	۱۷/۳۳

(۳) سوابق پژوهشی

نوع فعالیت	عنوان	زمان انجام	محل چاپ و نشر	امتیاز یا رتبه علمی
مقاله	رهبری دانشگاهی و سرمایه اجتماعی: رویکردی جامع شناختی به مدیریت آموزش عالی	۱۳۸۵	فصلنامه دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه الزهرا	علمی- پژوهشی
مقاله	مقایسه نظری و تجربی رویکردهای کل نگر و جزء نگر نیازسنجی آموزشی	۱۳۸۶	مجله دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد	علمی- پژوهشی
مقاله	هیوریستیک در برنامه درسی آموزش عالی: نسبت راه حل های هیوریستیک با نگاه سنت گرایان، تجربه گرایان مفهومی و نومفهوم گرایان	۱۳۹۱	فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی	علمی- پژوهشی

مقاله	هیوربستیک ها و کارپوشه های حرفه ای استادان دانشگاه: بدیلی برای برنامه درسی آموزش عالی	۱۳۹۲	دوفصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی	علمی- پژوهشی
مقاله	بررسی اثر آمیخته بازاریابی و عوامل مؤثر بر ارزش ویژه برند بر پیامدهای ارزش مشتری و سازمان	۱۳۹۶	اولین کنفرانس ملی اندیشه های نوین در مدیریت کسب و کار	ارائه به صورت شفاهی
مقاله	بررسی تأثیر تداعی و وفاداری نام تجاری بر ارزش ویژه نام تجاری	۱۳۹۵	اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری	چاپ در مجموعه مقالات
مقاله	تأثیر تعهد و اعتماد به برند بر رفتار شهروندی مشتریان از طریق وفاداری	۱۳۹۴	سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم اجتماعی در شروع هزاره سوم	پذیرش نهایی
مقاله	بررسی تأثیر خلاقیت فروشندگان بر عوامل آمیخته بازاریابی	۱۳۹۶	پنجمین کنفرانس بین المللی رویکردهای پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت	پذیرش نهایی جهت ارائه شفاهی
مقاله	Teaching final-year medical students in a paediatric ambulatory care unit.	۲۰۱۴	Clinical Teacher . 2014 Aug;11(5):361-4. doi: 10.1111/tct.12150.	چاپ مقاله

۴) امتیازات و افتخارات

عنوان	تاریخ	سازمان
رتبه ۴ کنکور سراسری کارشناسی ارشد	۱۳۸۲	دانشگاه فردوسی مشهد
رتبه اول و نمونه مقطع کارشناسی	۸۲/۴/۳۱	دانشگاه فردوسی مشهد
رتبه اول علمی مقطع کارشناسی ارشد	۸۴/۶/۳۰	دانشگاه فردوسی مشهد
پذیرش از طریق استعداد درخشان در مقطع دکتری	۸۷/۶/۲۵	دانشگاه فردوسی مشهد
فعال حوزه فرهنگی نخستین جشنواره آموزش	۱۳۹۱	دانشگاه فردوسی مشهد

۵) سوابق آموزشی

مقطع	عنوان درس	نام دانشگاه یا مؤسسه آموزشی
کارشناسی	روانشناسی رشد، مقدمات برنامه‌ریزی درسی و اصول مدیریت آموزشی و نیازسنجی آموزشی	دانشگاه فردوسی مشهد
کارشناسی	مدیریت رفتار سازمانی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی	مدیریت منابع انسانی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی	مبانی سازمان و مدیریت	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی	روش تحقیق، روشهای تحقیق و مآخذشناسی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی ارشد	روش تحقیق پیشرفته	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی ارشد	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی ارشد	نظریه های سازمان و مدیریت پیشرفته	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی	روانشناسی تربیتی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی ارشد	اصول برنامه ریزی آموزشی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
کارشناسی	پروژه	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی

۴) راهنمایی، مشاوره و داوری پایان‌نامه ها

نقش	عنوان پایان‌نامه	نام دانشگاه یا مؤسسه آموزشی
استاد راهنما	رابطه اعتبار برند بر نگرش و وفاداری مشتریان شعب در شرکت‌های بیمه شهر مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر تجربه و شخصیت برند بر وفاداری به برند با نقش میانجی‌گری اعتماد به برند (مورد مطالعه: مشتریان برند دالیا در مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر قابلیت های بازاریابی خارجی بر عملکرد صادرات از طریق نقش میانجی‌گری قابلیت های ارتباطی (مورد مطالعه: شرکت ایران خودرو خراسان رضوی)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی اثر آمیخته بازاریابی منتخب و عوامل مؤثر بر ارزش ویژه برند بر پیامدهای ارزش مشتری و سازمان (مورد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی

	مطالعه: مشتریان شرکت لوازم خانگی ال جی در مشهد	
استاد راهنما	تأثیر شیوه های تبلیغات اینترنتی بر قصد خرید اینترنتی به واسطه آگاهی از برند (مورد مطالعه: مشتریان محصولات مراقبت از پوست در سطح کلینیک های زیبایی شهر دامغان)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر آمیخته بازاریابی سبز بر نگرش و تمایل به خرید مصرف کنندگان محصولات شرکت کانیار مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد داور	بررسی تأثیر ارزش ویژه برند بر عملکرد درک شده فروش با نقش میانجی گری نوآوری محصول در شرکتهای پخش مواد غذایی در مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر رسانه های اجتماعی بر وفاداری مشتری با نقش میانجی گری تعهد مشتری (مورد مطالعه: مشتریان پوشاک هاکوپیان در مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر ابعاد فرهنگی فردی بر قصد خرید مصرف کنندگان با میانجی گری درک شخصیت برند (مورد مطالعه: مصرف کنندگان توس چینی)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی تأثیر شیوه های استخدام بر آمیخته بازاریابی و رضایت شغلی کارکنان در کارخانه چینی مقصود مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد داور	بررسی تأثیر اعتماد مشتریان بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی گری ارزش درک شده	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر تبلیغات اینترنتی و تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی بر قصد خرید به واسطه ریسک ادراکی: مورد مطالعه مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی تأثیر خلاقیت فروشندگان بر قصد خرید مشتریان به واسطه آمیخته بازاریابی (مطالعه موردی: فروشگاه های زنجیره ای اتکا در مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	رابطه آمیخته بازاریابی داخلی با رضایت شغلی و تعهد سازمانی (مورد پژوهش: شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر تبلیغات دهان به دهان اینترنتی بر تصویر برند با نقش میانجی گری ارزش ویژه برند در بین مشتریان برند اینترنتی تهران فی در شهر مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی

استاد مشاور	تأثیر ارزش های ادراکی بر قصد خرید به واسطه تصویر برند (مورد مطالعه: سوغات بجنورد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر هوش هیجانی بر رضایت مشتریان با نقش تعدیلگری متغیرهای جمعیت شناختی در کافی شاپ ها	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر وفاداری مشتریان به واسطه رضایت از برند در شعب شرکت بیمه آسیا در شهر مشهد مقدس	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر تبلیغات بر جذب گردشگر به واسطه شبکه های اجتماعی در شهر مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر خدمات برند بر قصد خرید با نقش میانجیگری نگرش به برند و تعدیلگری رضایت از برند (مطالعه موردی: مشتریان برند اسپانیایی اسپرینگ فیلد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر رفتار خادمانه کارکنان حرم مطهر رضوی بر رضایت از زیارت زائرین به واسطه تعهد سازمانی و نقش تعدیلگری انگیزه خدمت کارکنان	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر شخصیت برند بر وفاداری نگرشی به واسطه نقش رضایتمندی و ارزش ادراکی مصرف کنندگان (مطالعه موردی: صنایع غذایی دینا)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر آوازه برند بر وفاداری به برند با نقش میانجیگری نگرش به برند (مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی ایران ایر)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر شواهد برند بر رضایتمندی مشتریان با نقش میانجیگری نگرش به برند (مطالعه موردی: مشتریان بانک صادرات مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر ارتباطات مؤثر و ارزش درک شده بر وفاداری به واسطه اعتماد به برند بر مشتریان محصولات پگاه	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر ارزش درک شده مشتری بر وفاداری مشتریان با نقش میانجیگری رضایت مشتری و تعدیلگری هزینه جابجایی (مطالعه موردی: دفاتر اسناد رسمی شهر مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر تداعی، وفاداری، آگاهی و تصویر نام تجاری بر ارزش ویژه نام تجاری (مورد مطالعه: جوانان خریدار گوشی هوشمند سامسونگ در شهر مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی

استاد راهنما	بررسی رابطه اعتماد مشتری و میزان رضایت خرید برخط با تعدیلگری متغیر جنسیت مشتریان (مورد مطالعه: وب گاه چرم آفتاب)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر عشق به برند بر قصد خرید و تبلیغات شفاهی به واسطه وفاداری به برند (مورد مطالعه: مشتریان گوشی موبایل سامسونگ در سطح شهر مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی نقش واسط ادراک مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات و تجربه اقتصادی بر قصد خرید (مورد مطالعه: فروشگاه های بزرگ شهر مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر آوازه برند بر نگرش به برند به واسطه رضایت برند (مورد مطالعه: مسافران هتل های پنج ستاره)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی رابطه بین تناسب شغل- شاغل و رفتار نوآورانه کارکنان (مورد مطالعه: شعب بانک سپه شهر مشهد)	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی تأثیر رفتار بازارگرایانه کارکنان بر رضایت مشتری با نقش تعدیلگری نوآوری در شعب بانک صادرات شهر مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی تأثیر ابعاد بازارگرایی بر عملکرد سازمانی با میانجیگری مدیریت ارتباط با مشتری در شرکتهای کوچک و متوسط شهر مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	رابطه بین تعهد و اعتماد و نام و نشان تجاری و تأثیر آن بر رفتار شهروندی نام و نشان	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	بررسی رابطه اعتماد به نفس بیش از حد مدیریت بر چسبندگی در بورس اوراق بهادار تهران	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی رابطه بازاریابی حسی و قصد خرید مشتریان با نقش تعدیلگر کیفیت ادراک شده خدمات در فروشگاه های زنجیره ای رفاه مشهد	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد مشاور	تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی و ارزش درک شده بر وفاداری مشتری با نقش واسط رضایت مشتری در فروشگاه های برخط	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی
استاد راهنما	بررسی تأثیر کیفیت خدمات درک شده بر رضایت و وفاداری مشتریان به واسطه نوآوری	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی

نوع مدرک	محل برگزاری	سال برگزاری	میزان دوره
کارگاه آموزشی رویکردی به پژوهش تجربی در علوم رفتاری	دانشگاه فردوسی مشهد	۱۳۸۸	۳ ساعت
کارگاه شیوه نگارش مقاله علمی- پژوهشی به زبان انگلیسی	دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه مازندران	۱۳۸۷	۴ ساعت

۸) طرح های تحقیقاتی:

نوع سابقه	محل برگزاری	سال
مجری کارگاه NVIVO	دانشگاه فردوسی مشهد	۱۳۹۲
مجری طرح پژوهشی نیازسنجی آموزشی	شرکت برق منطقه ای خراسان	۱۳۸۳
مجری کارگاه آموزشی نیازسنجی آموزشی	مرکز رفاهی شرکت برق منطقه خراسان	1383

۹) سوابق اجرایی

نوع سابقه	محل برگزاری	سال
عضو شورای بدوی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی	۱۳۹۷
عضو شورای نظارت، ارزیابی و تضمین کیفیت	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی	۱۳۹۶
مدیر فرهنگی	مؤسسه آموزش عالی حکمت رضوی	۱۳۹۵