



نام و نام خانوادگی	محسن نظری
مرتبه علمی	دانشیار
آدرس محل کار	دانشکده مدیریت
تلفن	---
فکس	---
پست الکترونیک	mohsen.nazari@ut.ac.ir
آدرس وب سایت	---

تحصیلات

- (1) دکتری، 1375، اقتصاد گرایش نظری اقتصاد سنجی اقتصاد بخش عمومی، دانشگاه تهران
- (2) کارشناسی، 1365، اقتصاد نظری، دانشگاه تهران
- (3) کارشناسی ارشد، 1368، علوم اقتصادی، تهران

علائق شخصی

- (1) هم آفرینی
- (2) رفتار مصرف کننده
- (3) اقتصاد اطلاعات
- (4) قیمت گذاری

راهنمایی پایان نامه

- (1) ارائه چارچوب نگارش و هیجانان عاملی مشتری در خودپرداز فروشگاه های همواره تخفیف و نقش آن در ارزیابی ارزش ادراک شده، مصطفی نصری، دانشگاه تهران، 1398/06/31
- (2) اثر تجربه برند بر تمایل به پرداخت بالاتر نقش میانجی اعتبار و تمایز ادراک شده برند، نوید قرینه، دانشگاه تهران، 1398/06/30
- (3) توجه مصرف کننده به قیمت در شبکه های اجتماعی با استفاده از الگوهای ردیابی چشم (مورد مطالعه: تبلیغات آژانس های مسافرتی در ایران)، زینب محمدی، دانشگاه تهران، 1398/06/26
- (4) نقش تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی و قیمت مرجع داخلی در تمایل گردشگران برای پرداخت بابت محل اقامت مطالعه موردی هتل های شهر تهران، پگاه نبی پور، دانشگاه تهران، 1398/06/25
- (5) بررسی اثر عوامل موثر بر تعویض برند محلی و جهانی، مریم مهدوی نژاد، دانشگاه تهران، 1398/06/11
- (6) بررسی تاثیر قیمت گذاری سبدي پویا بر ادراک از منصفانه بودن قیمت، سوگل زینالی، دانشگاه تهران، 1398/06/10
- (7) بررسی تاثیر ابعاد و ادراکات مسئولیت اجتماعی شرکتی بر ادراک منصفانه بودن قیمت مصرف کنندگان در فروشگاه های زنجیره ای شهر تهران، محیا علیزاده خالدی، دانشگاه تهران، 1398/05/08
- (8) بررسی عوامل موثر بر تمایل به پرداخت گردشگران برای اکوکمپ ها، هستی شادمانی، دانشگاه تهران، 1398/04/18
- (9) بررسی اثر درگیری مشتری بر ارائه دیدگاه در بازار آنلاین، مهسا گودرزی علی اکبری، دانشگاه تهران، 1398/04/18
- (10) بررسی تاثیر قابلیت کمی سازی ارزش بر عملکرد شرکت ها در بازارهای صنعتی، سیدجواد هاشمیان، دانشگاه تهران، 1398/02/24
- (11) بررسی اثر قیمت واحد بر روی ابعاد تصویر قیمت فروشگاه و قصد خرید مشتریان در فروشگاه خرده فروشی، سیدمحسن میری، دانشگاه تهران، 1397/11/29
- (12) بررسی تاثیر مالکیت برند (داخلی و خارجی) بر قصد خرید با میانجی گری تفاوت های قیمتی و قوم گرایی مصرف کننده، احسان هاشمی دهقی، دانشگاه تهران، 1397/11/16
- (13) طراحی چارچوب سیاستگذاری افزایش ظرفیت بندی بیمه در استفاده از اوراق بهادار بیمه ای در صنعت بیمه ایران، جواد سهامیان مقدم، دانشگاه تهران، 1397/11/15

- 14) بررسی اثرهم آفرینی ارزش برمیزان رضایتمندی گردشگران ورودی شرکت کننده درتورهای غذای ایران، سعیده سلطانی، دانشگاه تهران، 1397/11/15
- 15) تاثیر سایت های مقایسه قیمت بر تعویض برند، ندا فریدونی زاده، دانشگاه تهران، 1397/11/14
- 16) بررسی تاثیر کمیابی مقداری و زمانی در استراتژی تخفیف بر قصد خرید، هانیه فتحی ملکشاه، دانشگاه تهران، 1397/11/09
- 17) شناسایی باورهای ذهنی مدیران در مورد قیمت گذاری، شهریار پاوندی، دانشگاه تهران، 1397/06/31
- 18) تاثیر ابعاد رضایت از قیمت بر وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: مجموعه های ورزشی)، ارشیا طوسی، دانشگاه تهران، 1397/06/31
- 19) "تاثیر مدل کسب و کار به اشتراک گذاری درآمد (Revenue share) بر درآمد و ریسک؛ صنعت مورد مطالعه مخابرات- موبایل"، علیرضا شعبانعلی، دانشگاه تهران، 1397/06/31
- 20) بررسی تاثیر کشور مبدا بر قیمت، شادی مرانی، دانشگاه تهران، 1397/06/27
- 21) اندازه گیری حداکثر تخفیف قابل قبول کالاها در قصد خرید، فاطمه رضاییان، دانشگاه تهران، 1397/06/27
- 22) طراحی مدل مفهومی استراتژی رقابت همکارانه (مورد مطالعه صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات)، امیرحسین قادری عابد، دانشگاه تهران، 1397/06/17
- 23) استراتژی کاهش قیمت : تاثیر ضمانت قیمت بر غیرمنصفانه بودن قیمت و ارزش برند، ایمان صادقی، دانشگاه تهران، 1397/06/10
- 24) 1، خداداد موسوی، دانشگاه تهران، 1397/06/10
- 25) الگوی ارزیابی آمادگی سازمان برای تغییر استراتژیک و پیاده سازی استراتژی (مطالعه موردی ارائه برق به عنوان کالای اقتصادی در وزارت نیرو، حمیدرضا پیرمراد، دانشگاه تهران، 1397/04/25
- 26) تدوین چارچوب استراتژی هم رقابتی جهت کسب مزیت رقابتی در کسب و کارهای فناوری نوپا، محمد ولیابیدگلی، دانشگاه تهران، 1396/11/29
- 27) تاثیر ویژگی های مرتبط با قیمت، احساسات و درک ارزش بر تمایل به خرید از فروشگاه های تخفیفی، جهرزاد مفیدپور، دانشگاه تهران، 1396/10/05
- 28) بررسی تاثیر درجه سبزی بودن مصرف کنندگان بر قصد خرید سبزی با در نظر گرفتن نقش تعدیل گری روشهای ارائه قیمت، نغمه سادات مهرورز، دانشگاه تهران، 1396/10/05
- 29) مدیریت ادراکات مشتری از قیمت با استفاده از تاکتیک های قیمت گذاری، امیر بهدانی، دانشگاه تهران، 1396/07/05
- 30) بررسی رابطه بین روشهای مختلف پرداخت مفهوم درد پرداخت و تاثیر آن بر تمایل به پرداخت در مصرف کننده، احمدرضا ربانی مورخ، دانشگاه تهران، 1396/07/04
- 31) بررسی اثر قیمت گذاری قطره ای بر روی فراخوان قیمت، ارزش درک شده، رفتار مصرف کننده و درک انصاف قیمتی مصرف کننده، ازاده رحمانی، دانشگاه تهران، 1396/07/04
- 32) بررسی ارتباط بین آستانه تخفیف و ویژگی های فردی مشتریان، طاهره کردکردستانی، دانشگاه تهران، 1396/06/27
- 33) مقایسه ادراک مشتریان از فروشگاههای تخفیفی با برند داخلی و جهانی (مطالعه موردی : فروشگاههای افق کوروش و هایپراستار)، معصومه فردی، دانشگاه تهران، 1396/06/27
- 34) تاثیر رعایت چهارچوب های اخلاقی بر درک قیمتی مصرف کننده، اردلان اخلاقی پور، دانشگاه تهران، 1396/06/27
- 35) تاثیر شکاف نسل ها بر انصاف قیمتی درک شده، مهسا شیخ الاسلامی، دانشگاه تهران، 1396/06/26
- 36) بررسی نقش ریسک ادراک شده در قصد خرید محصولات در فروشگاه اینترنتی دیجی، پوریا یعقوبی کویایی، دانشگاه تهران، 1396/06/26
- 37) بررسی تاثیر ریسک قیمت گذاری تاریخ انقضا بر روی وفاداری به برند و قصد خرید، شیرین عبدالوند، دانشگاه تهران، 1396/06/15
- 38) تاثیر قیمتهای پایین و تخفیف، بر ادراک مصرف کننده از کیفیت برند، محمدهادی مرادی هرنندی، دانشگاه تهران، 1395/11/30
- 39) اثر چارچوب قیمت بر ادراک مصرف کنندگان از قیمت گذاری پویا، مرجان آسیانی، دانشگاه تهران، 1395/11/26
- 40) بررسی عامل موثر بر انصاف قیمتی ادراک شده و پاسخ های رفتاری مشتریان در هتل های 4 و 5 ستاره مشهد، سعید زال، دانشگاه تهران، 1395/11/12
- 41) شناسایی عوامل موثر در جذابیت و استفاده از اپلیکیشن های موبایلی در جذب گردشگران در خرید محصولات گردشگری، هنگامه فنوانی، دانشگاه تهران، 1395/11/10

- (42) ارائه مدل انصاف اداراک شده مشتری از قیمت گذاری پویا مورد مطالعه مجموعه هتل‌های پارسیان، مهدی سمیع زاده، دانشگاه تهران، 1395/06/31
- (43) تاثیر ابزارهای پیشبرد قیمتی بر ارزش ویژه برند شرکت بیمه سامان، سارا پویانا، دانشگاه تهران، 1395/06/29
- (44) شناسایی عوامل موثر بر انتخاب بین آژانس های مسافرتی و اینترنت در تصمیم گیری سفر مسافران، مرتضی سلیمانی نژاد، دانشگاه تهران، 1395/06/29
- (45) تحلیل عوامل موثر بر شکل گیری تصویر ذهنی گردشگران ورودی به ایران با استفاده از ابزار تبلیغات شفاهی الکترونیک، مرضیه شاهی سوندی، دانشگاه تهران، 1395/06/28
- (46) شناسایی و رتبه بندی ویژگی های اثرگذار وب سایت های گردشگری بر رفتار گردشگر در انتخاب مقاصد (مطالعه موردی وب سایت های گردشگری ایران از منظر گردشگران درون مرزی)، رسول شهبانی صورمان آبادی، دانشگاه تهران، 1395/06/28
- (47) بررسی ارتباط بین تجربه خدمات و ارزش ویژه برند در صنعت بیمه (مطالعه موردی :شرکت بیمه ما)، امین پوریشاش، دانشگاه تهران، 1395/06/27
- (48) ارزیابی عوامل موثر بر جذب گردشگران بین المللی با استفاده از مدل جاذبه، سیدمهدی طباطبائی، دانشگاه تهران، 1395/06/24
- (49) بررسی تاثیر ارزش های فرهنگی و ارزشهای خرید بر رفتار خریدتکانشی، ریحانه موحد، دانشگاه تهران، 1395/04/21
- (50) بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر قصد خرید لوازم آرایشی بانوان، غزال فرجادی، دانشگاه تهران، 1394/12/22
- (51) ترسیم نقشه ی مفهومی برند دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، معصومه دهقان، دانشگاه تهران، 1394/11/27
- (52) بررسی عوامل تاثیر گذار بر تجربه مشتری در خرده فروشی ها(بررسی موردی فروشگاه اتکا)، حسن فرهاد، دانشگاه تهران، 1394/11/25
- (53) بررسی تاثیر ارزش ادراکی مصرف کننده برسبکهای تصمیم گیری خرید مصرف کنندگان نرم کننده لباس، شهرزاد مهدوی، دانشگاه تهران، 1394/11/25
- (54) ارائه مدلی برای بررسی تاثیر قالبهای ارائه تخفیف بر قصد خرید مصرف کنندگان، مهسا قزلباش، دانشگاه تهران، 1394/10/05
- (55) بررسی رابطه میزان مسئولیت پذیری اجتماعی و عملکرد هتل های 4 و 5 ستاره تهران، منوچهر میرزابور، دانشگاه تهران، 1394/06/30
- (56) ارائه مدل برآورد تمایل به پرداخت برای تداعی های برند بانک، اشکان الهیاری، دانشگاه تهران، 1394/06/30
- (57) مقایسه برآورد تابع قیمت اتاق هتل های تهران به روش هدانیک و شبکه، فاطمه حمصیان اتفاق، دانشگاه تهران، 1394/06/30
- (58) بررسی رابطه بین تصویر برند تصویربرداری به پرداخت صرفه قیمتی برای برندهای غذایی (مطالعه موردی : شهروندان منطقه 6 شهر تهران)، الهام مهدوی فرد، دانشگاه تهران، 1394/06/30
- (59) بررسی تاثیر تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی در انتخاب مقاصد گردشگری (مطالعه موردی شهر شیراز)، سهیلا وکیلی، دانشگاه تهران، 1394/06/25
- (60) بررسی عوامل موثر بر تمایل گردشگران به خرید آنلاین محصولات و خدمات گردشگری در ایران، امیرحسین سمیعی زفرقندی، دانشگاه تهران، 1394/06/24
- (61) بررسی ابعاد تصویر قیمت و تاثیر آن بر قصد خرید در بازارهای سنتی و بازارهای مدرن، هدیه کراچی، دانشگاه تهران، 1394/06/23
- (62) تدوین مدل ترغیب شهروندان تهرانی به خرید کالای ساخت داخل با رویکرد بازاریابی اجتماعی (مورد مطالعه لوازم خانگی)، عبدالرحمن احسان، دانشگاه تهران، 1394/06/17
- (63) بررسی رضایت قیمتی و تمایل به پرداخت بیمه گذاران بیمه درمان تکمیلی (مطالعه موردی : شرکت بیمه ایران)، محمدجواد اشعری پور، دانشگاه تهران، 1394/06/16
- (64) تأثیر مخارج تبلیغاتی درک شده و پیشبرد قیمت بر ارزش ویژه برند مشتری-محور (مورد مطالعه: شرکت خدمات ارتباطی ایرانسل)، نگاه شاپوری، دانشگاه تهران، 1393/07/09
- (65) بررسی تعیین کننده های استراتژی قیمت گذاری نفوذی و پرمایه برای محصولات جدید در صنعت مواد غذایی، زهرا ساران، دانشگاه تهران، 1393/07/06
- (66) بررسی تاثیر بکارگیری فاکتورهای زیست محیطی پایدار بر میزان تمایل به پرداخت مصرف کنندگان در خرید محصولات سبز از شرکت سایپا، علی اصغر دوائی، دانشگاه تهران، 1393/07/02
- (67) ارزیابی تاثیر رایجه محیطی بر ارزیابی و یادآوری برندهای آشنا و ناآشنا، جواد شالچیان، دانشگاه تهران، 1393/06/31

- 68) شناسایی مشخصه های کیفیت کالاها با درگیری ذهنی بالا و پایین از دید خریداران (مطالعه موردی: لپ تاپ به عنوان محصول با درگیری ذهنی بالا و آمیوه با درگیری ذهنی پایین، رقیه رضائی عرب، دانشگاه تهران، 1392/10/15)
- 69) بررسی اثر شخصیت بر رفتار خرید ناگهانی در تراکنش های خرید آن لاین، نیلوفر نجاهی، دانشگاه تهران، 1392/06/30
- 70) بررسی تمایل به پرداخت مصرف کنندگان بابت آمیوه های ارگانیک در تهران، افسانه جلالی علی آبادی، دانشگاه تهران، 1392/06/27
- 71) تبیین پدیده خرید ناگهانی پوشاک در میان جوانان شهر تهران، امیرحسین قادری عابد، دانشگاه تهران، 1392/06/23
- 72) اثر ابعاد رضایت قیمت روی وفاداری (مطالعه موردی: صنعت لبنیات ایران)، ماندانا سینا، دانشگاه تهران، 1391/11/30
- 73) بررسی ابعاد رضایت از قیمت (مطالعه موردی: صنعت هواپیمایی داخلی ایران)، پدram زرافشان، دانشگاه تهران، 1391/11/24
- 74) بررسی تاثیر ویژگی های یک فروشگاه اینترنتی در افزایش قصد خرید بر خط مشتریان با استفاده از تکنیک تحلیل متقارن، مصطفی نصری، دانشگاه تهران، 1391/07/26
- 75) بررسی تمایل مصرف کنندگان به خرید کالاهای تقلبی با برندهای لوکس (مطالعه موردی: شهر تهران)، ابوالفضل عابدی، دانشگاه تهران، 1391/07/08
- 76) طراحی همسو سازی استراتژیهای تجاری و اقدامات مدیریت منابع انسانی با رویکرد اقیانوس آبی در بانکهای تجاری ایران، فرشته امین، دانشگاه تهران، 1391/06/18
- 77) بررسی تاثیر قیمت منصفانه، رضایت و وفاداری مشتری بر پذیرش قیمت مطالعه موردی: خدمات تلفن همراه شرکت ام. تی. ان. ایرانس، سیدوحید طباطبایی کلجاهی، دانشگاه تهران، 1391/06/15
- 78) شناسایی عوامل تعیین کننده مخارج تبلیغات در صنایع ایران با استفاده از فن تحلیل تمایزی، سعید تاج دینی، دانشگاه تهران، 1391/03/23
- 79) بررسی تفاوت نسل ها در فرایند تصمیم گیری خرید (مطالعه خرید گوشی موبایل در بازار شهر تهران در بین 3 نسل a, b, c، هدیه حافظی، دانشگاه تهران، 1391/02/23)
- 80) شناسایی و رتبه بندی عوامل موفقیت در صادرات قطعات خودرو بر مبنای مدل رقابت ملی پورتر (مطالعه موردی در صنعت ریخته گری چدن و فولاد)، سیدعلی میرسعیدی، دانشگاه تهران، 1390/11/30
- 81) تعیین عوامل موثر بر رضایت دانشجویان از اساتید با استفاده از مدل کانو، مطالعه موردی: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، راضیه ادهم، دانشگاه تهران، 1390/11/23
- 82) بررسی عوامل موثر در قیمت آپارتمانهای مسکونی شهر مشهد به روش هدانیک، علیرضا باغبان فردوس، دانشگاه تهران، 1390/06/30
- 83) بررسی ترجیحات مشتریان موسسات آموزش عالی آزاد فعال در رشته های مدیریت در شهر تهران از طریق تحلیل متقارن، مهدی الهی، دانشگاه تهران، 1390/06/30
- 84) شناخت معیارهای بانکها در مورد مسوولیت اجتماعی بنگاه (corporate social responsibility) و مقایسه آنها با معیارهای استاندارد ISO 26000، ندا رضوانی گیل کلایی، دانشگاه تهران، 1390/06/29
- 85) عوامل موثر بر انتخاب یک نوع نان صنعتی در تهران، منوچهر نائیجی، دانشگاه تهران، 1389/12/24
- 86) عوامل تعیین کننده ارزش ویژه برنده لوازم یدکی خودرو در میان گروه های مرجع (تعمیر کاران و فروشندگان لوازم یدکی) و ارائه راهکارهایی در جهت ارتقا ارزش برند ایساکو، هاله داودی، دانشگاه تهران، 1389/12/15

مشاوره پایان نامه

- 1) بررسی چالش های خرید از وب سایت های خرده فروشی آنلاین و نیاز به لمس کالا و ارتباط دو طرفه، محمدحسین صیادیان، دانشگاه تهران، 1398/06/26
- 2) بررسی رابطه رشد بنگاه با رشد توانمندی فناوری سازمانی در شرکت های دانش بنیان تولیدی (هوافضایی) در داخل کشور، شهاب پرستاری فرکوش، دانشگاه تهران، 1398/06/25
- 3) بررسی تاثیر زیبایی کالاها بر حساسیت قیمت مصرف کنندگان، محیوبه شریفی، دانشگاه تهران، 1397/11/30
- 4) بررسی اعتماد کاربران به تورهای مجازی و تاثیر آن بر قصد خرید تورهای گردشگری (مورد مطالعه آژانسهای مسافرتی)، سکینه شیرمردی، دانشگاه تهران، 1397/11/23
- 5) بررسی تاثیر رسانه های اجتماعی در تجربه توریسم، هنگامه علی خانی، دانشگاه تهران، 1397/11/16
- 6) بررسی رابطه مدیریت تجربه مشتری و نیت رفتاری مشتریان هتل (مطالعه موردی هتل پارسیان آزادی)، ماندانا منتصرکوهساری، دانشگاه تهران، 1397/10/19

- (7) بررسی رابطه و تاثیر تصویر برند ، مسئولیت اجتماعي و تمايز بر ميل به پرداخت در يك قيمت بالاتر از محصول در صنعت طلا و جواهر، بابک زرکش، دانشگاه تهران، 1397/07/03
- (8) تاثیر جهت گيري بين المللي بر بهبود عملکرد صادرات در شرکت هاي صادر کننده مواد غذايي تهران، پارسا بي پروا، دانشگاه تهران، 1397/07/03
- (9) تدوين الگوي بخش بندي بازار پلي پروپيلن ايران، هادي شفيع، دانشگاه تهران، 1397/06/31
- (10) بررسی تاثیر ارزش هاي فردي بر درگيري ذهني مد با در نظر گرفتن تفاوت هاي نسلي، اصغر عقيلي دهکردي، دانشگاه تهران، 1397/06/31
- (11) بررسی تاثیر آمادگي استراتژيک مديریت زیست محیطي بر رقابت پذيري شرکت ساپا، سپهر صالحی، دانشگاه تهران، 1396/11/30
- (12) شناسايی پویای های رقابتی در محصولات دانش بنیان آزمایشگاهی و ارائه برنامه مناسب پیشبرد فروش، مهرنوش قیافه داودی، دانشگاه تهران، 1396/11/28
- (13) تدوين نقشه گروه های استراتژيک در صنعت قطعات فلزی بدنه خودرو در ايران، شهروز اعزازي، دانشگاه تهران، 1396/07/11
- (14) بررسی نقش تجارت اجتماعي بر تصميمگيري براي خريد (تفاوتهاي نسلي)، محمدمهدی اقاربیع، دانشگاه تهران، 1396/06/31
- (15) طراحی مدل بازاریابی رابطه ی بین بنگاهی در شبکه کسب و کار گردشگری پارسیان، حامد عبدالعلی، دانشگاه تهران، 1396/06/29
- (16) بررسی تاثیر ارزشهاي تجملی و تجربیات بر عوامل رفتاري و تمایل به تبلیغات دهان به دهان و پرداخت بیشتر مشتریان، تندیس طباطبایی حسان، دانشگاه تهران، 1396/06/27
- (17) تحلیل راهبردی فنی اقتصادی بهره برداری از فناوری های جلبيک جهت تولید سوخت زیست توده در کشور، محمد محمدی، دانشگاه تهران، 1396/06/07
- (18) شناسايی و تحليل قابليت های موثر در کسب مزیت رقابتی کانال های توزیع مواد غذایی: مورد مطالعه شرکت توزیع وپخش مانا، مریم قلمکاری، دانشگاه تهران، 1396/04/13
- (19) بررسی کارآمدی بازی های تبلیغاتی در جذب بازدیدکنندگان (مطالعه موردی: وب سایت شکم سلام)، مبین مظلومی جورکویه، دانشگاه تهران، 1395/12/15
- (20) برآورد و تحلیلی بر رابطه جانشینی زمان و درآمد بر پایه رویکرد قابلیت انسانی مورد مطالعه: معلمان مرد شهر تهران، نسرين دهقان، دانشگاه تهران، 1395/12/11
- (21) بررسی تاثیر خريد با کارتهای خريد بانکی بر مصرف موادخوراکی ناسالم، اميرهادی محمدی جزی، دانشگاه تهران، 1395/11/30
- (22) خلق ارزش برای گرايش مردم به مصرف کالاهای داخلی (مطالعه پوشاک در شهر تهران)، کبری لویبی یانسی، دانشگاه تهران، 1395/11/17
- (23) تحلیل استراتژيک امنیت بازرگانی دریایی در ايران به عنوان کردور بازرگانی منطقه با استفاده از رویکرد سوات، مهدی ساجدی سابق، دانشگاه تهران، 1395/11/13
- (24) شناسايی عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک و خرد گردشگری (مطالعه موردی منطقه گردشگری زرتشتی یزد)، رامین شهرت زین آباد، دانشگاه تهران، 1395/11/13
- (25) شناسايی عوامل انگیزشی رانشی وکششی گردشگران چینی درسفر به ايران، مينا شکوری، دانشگاه تهران، 1395/11/12
- (26) بررسی تأثير محیط فیزیکی بر خريد مجدد و سنجش ادراک مشتریان از کیفیت خدمات با استفاده از تبلیغات شفاهی درصنعت بانکداری (مطالعه موردی: مشتریان بانک آینده شهر تهران)، بهارک اهتمامی، دانشگاه تهران، 1395/11/05
- (27) مدلسازی قيمت گذاری عدم تقارن کیفیت اطلاعات، ابراهيم ابراهيمی، دانشگاه تهران، 1395/07/11
- (28) عوامل موثر بر رفتار اجتناب از تبلیغات در صنعت پوشاک ايران، شاداب شادمان، دانشگاه تهران، 1395/07/11
- (29) بررسی تاثیر عوامل کلیدی موثر بر تمایل به تغيير برند آن بر فرایند تصميم خريد استفاده کنندگان تلفن همراه هوشمند، مریم داودآبادی فراهانی، دانشگاه تهران، 1395/07/11
- (30) تاثیر ترفیعی قیمتی برتمایل به پرداخت و ادراک مصرف کننده از برند(مطالعه موردی :مصرف کنندگان لوازم آرایشی و بهداشتی مای و بایودرما)، دینا حاجی زینلی بیوکی، دانشگاه تهران، 1395/06/31
- (31) ارائه مدل علّی تبیین عوامل کلیدی موفقیت در فرآیند توسعه محصول جدید در بخش خدمات: مورد مطالعه شرکت خدمات انفورماتیک ايران، تینا پرچمدار، دانشگاه تهران، 1395/06/31
- (32) ارزیابی تصویر مقصد بوسیله نگاشت شبکه تداعی های برند، پریسا نظریان، دانشگاه تهران، 1395/06/27

- 33) تجزیه و تحلیل پویایی های رقابتی با استفاده از رویکرد نقشه گروه های استراتژیک (مورد مطالعه صنعت مبلمان)، حامد ابوتراب، دانشگاه تهران، 1395/06/14
- 34) بررسی اثرات به کارگیری استراتژی بازاریابی سبز بر ارزش ویژه برند در صنایع غذایی، صدف ملائی، دانشگاه تهران، 1394/11/27
- 35) بررسی تاثیر هویت ملی بر ترجیح برندهای داخلی به برندهای وارداتی محصولات آرایشی-بهداشتی از سوی خریداران در تهران، مسعود اسپندار، دانشگاه تهران، 1394/11/27
- 36) عوامل موثر بر رضایت زبان آموزان از کیفیت خدمات در موسسات آموزش زبان های خارجی، آرش رأسی، دانشگاه تهران، 1394/11/19
- 37) تحلیل رابطه بین کیفیت و قیمت درک شده، رضایت مشتری و احساس ناامیدی و شادی در صنعت هتلداری، پگاه قاسمیان، دانشگاه تهران، 1394/06/30
- 38) بررسی تاثیر بازاریابی و پیروسی بر خرید اجباری و ارزش ویژه برند، حامد بابائی، دانشگاه تهران، 1394/06/26
- 39) شناسایی عوامل حیاتی موفقیت پیاده سازی تصمیمات استراتژیک در صنعت برق براساس روش شناسی کیو، شروین حسن پوریامچلو، دانشگاه تهران، 1392/11/27
- 40) بررسی تصویر ذهنی گردشگران داخلی از شهر اصفهان، نیلوفر طلای مینایی، دانشگاه تهران، 1392/06/31
- 41) بررسی نقش نشانه های بیرونی کیفیت در شکل دهی تصویر برند و ایجاد ترجیح برای سیگارهای ایرانی، مهدی غفوری پور، دانشگاه تهران، 1391/12/22
- 42) تدوین مدلی بومی برای بهبود عملکرد صادراتی شرکت های ایرانی در بازار مصالح ساختمانی عراق، رحیم محترم فلاتی، دانشگاه تهران، 1391/05/28
- 43) شناسایی و تعیین عوامل موفقیت در بازاریابی حفره ای در صنعت غذایی (مورد مطالعه: صنعت غذایی ماکارونی)، سیده نگین شاه، دانشگاه تهران، 1390/06/29

کتاب های تالیفی

- 1) نظری م. و طباطبایی و. (1393). قیمت گذاری انتقالات. : دانشگاه خوارزمی .
- 2) نظری م. (1390). مبانی علم اقتصاد. : نگاه دانش .
- 3) عزت اله عباسیان. ، محمودی و. و نظری م. (1390). مالیه عمومی و خط منشی مالی دولت ها. : نگاه دانش .
- 4) نظری م. (1389). اقتصاد خرد رشته اقتصاد. : پوران پژوهش .
- 5) ونوس د. ، سیدجوآدین س. ، علیرضا امیرکبیری. ، نظری م. ، امید محمودیان. ، جلیل جلیلی خشنود. ، ابولقاسم مرآت. ، سیدمحمدرضا ناصرزاده. و آرمان اشراقی. (1387). مجموعه سوالات کنکور کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی (جلد اول). : نگاه دانش .
- 6) نظری م. (1386). اقتصاد کلان رشته اقتصاد. : نگاه دانش .
- 7) سیدجوآدین س. ، تهرانی ر. ، نظری م. ، آرمان اشراقی. ، احمد صداقت. و حسین درگاهی. (1385). مجموعه سوالات کنکور کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد همراه با پاسخ تشریحی. : نگاه دانش .
- 8) ونوس د. ، سیدجوآدین س. ، نظری م. ، محمد جواد زینلی. ، مسعود آقاسی. ، آرمان اشراقی. ، احمد صداقت. ، امید محمودیان. ، سیدمحمدرضا ناصرزاده. ، محمد وکیلی. ، نوید غفارزادگان. ، علی شراهی. و حسین درگاهی. (1385). مجموعه سوالات کنکور کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی و MBA. : نگاه دانش .
- 9) ونوس د. ، سیدجوآدین س. ، علیرضا امیرکبیری. ، نظری م. و امید محمودیان. (1384). مجموعه سوالات کنکور کارشناسی ارشد مدیریت (جلد اول). : نگاه دانش .
- 10) نظری م. (1382). 2000 تست اقتصاد کلان. : نگاه دانش .
- 11) نظری م. (1380). اقتصاد کلان رشته مدیریت. : نگاه دانش .
- 12) نظری م. (1378). اقتصاد خرد: 2000 سوال چهارگزینه ای با پاسخ های تشریحی: برای دانشجویان و داوطلبان آزمون کارشناسی. : نگاه دانش .
- 13) نظری م. (1377). اقتصاد خرد رشته مدیریت. : نگاه دانش .

کتاب های ترجمه شده

- 1) نظری م. و حکیمی فر ن. (1398). معماهای قیمت گذاری. : نگاه دانش .
- 2) نظری م. ، آقابابایی س. و مهرجو ا. (1398). قیمت گذاری صحیح. تهران: انتشارات دانشگاه تهران .

- 3) نظری م. ، اقابایی س. و مهرجو ا. (1398). قیمت گذاری در عمل. : انتشارات نگاه دانش .
- 4) نظری م. و رضایی س. (1398). سفر قیمت گذاری. : نگاه دانش .
- 5) نظری م. و پاوندی ش. (1398). راهبرد ها و روش های قیمت گذاری (راهنمای افزایش ود آوری). : انتشارات دانشگاه تهران .
- 6) نظری م. و حصارکی ع. (1397). نوآوری در قیمت گذاری. تهران: نگاه دانش .
- 7) نظری م. و رضایی ن. (1397). قیمت گذاری منصفانه. : نگاه دانش .
- 8) نظری م. ، پناهنده ا. ، شعبانی ر. و طباطبایی و. (1397). مزیت قیمتی. : انتشارات نگاه دانش .
- 9) نظری م. و رضایی ن. (1397). قیمت گذاری سود اور. تهران: انتشارات نگاه دانش .
- 10) نظری م. و پاوندی ش. (1396). اعترافات یک قیمت گذار. تهران: صها رایان .
- 11) نظری م. (1396). راهبردهای قیمت گذاری با رویکرد بازاریابی. : صها رایان .
- 12) نظری م. و پاوندی ش. (1396). هم آفرینی :سکوپی جدید برای بازاریابی و نوآوری. تهران: صها رایان .
- 13) نظری م. و طباطبایی م. (1395). بازاریابی رسانه های اجتماعی در گردشگری و مهمان نوازی. تهران: مهکامه .
- 14) نظری م. و قلی مطلق م. (1395). مدیریت قیمت گذاری و درآمد در خدمات. تهران: سازمان اتکا :مرکز تحقیقات و توسعه .

مقالات چاپ شده در نشریات بین المللی

- 1) Nazari M. & Aminpour S. (2016) . A SURVEY OF THE ROLE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN STRATEGIC ORIENTATION, ORGANIZATIONAL INNOVATION AND NEW PRODUCT DEVELOPMENT. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(3), 2129-2141.
- 2) Bazargan A. , Hasangholi Pouryasouri T. , Nazari M. & . (2016) . EXPLAINING THE NEW PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY USING AN OPEN INNOVATIVE APPROACH IN IRAN KHODRO. *Trends in life Sciences*, 5(1), 75-85.
- 3) Shahhoseini M. , Nazari M. & Behrooz A. (2015) . Proposing a Comprehensive Framework for Strategic Planning of Public and Nonprofit Organization (Case Study: Mashhad Beautification Organization). *Global Journal of Management Studies and Researches*, 2(3), 187-195.
- 4) Nazari M. & Naghian M. (2015) . INVESTIGATING THE RELATIONSHIP BETWEEN AUTO BODY POLICYHOLDERS DIMENSIONS OF PRICE SATISFACTION AND WILLINGNESS TO PAY (CASE STUDY: KARAFARIN INSURANCE COMPANY). *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 5(6), 902-913.
- 5) Nazari M. (2015) . Dimensions of Price Satisfaction and its Effects on Loyalty in Iranian Dairy Market. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT STUDIES*, 3(2), 375-381.
- 6) Nazari M. , Hoseinkhani A. , Farzianpour F. & Hosseini S. (2015) . Position of Price in Determinants of Quality of Products (Case Study). *Journal of Service Science and Management*, 08(02), 149-160.
- 7) Nazari M. & Badrkhani M. (2014) . The effect of nine-ending prices on customers' behavior on necessity goods. *Asian Journal of Research in marketing*, 3(4), 127-135.
- 8) Abbasi Beni F. , Nazari M. & Hadian H. (2014) . DOES ASYMMETRIC INFORMATION ONLY THREATEN THE INSURERS' BENEFITS?. *Indian Journal of Scientific Research*, 5(1), 255-263.
- 9) Jirofti M. & Nazari M. (2014) . Identifying and Prioritizing Effective Factors on Price Satisfaction in. *Research Journal of Recent Sciences*, 3(3), 33-39.
- 10) Nazari M. , Shahhoseini M. & Tabatbaee V. (2014) . Impact of Price fairness on Price Satisfaction, Customer satisfaction and Customer Loyalty in Iran Telecommunication Market (Case: MTN IranCell Company). *Asian Journal of Research in marketing*, 3(1), 131-144.
- 11) Nazari M. , Tavakoli L. & Panahandeh A. (2014) . The Role of Brand Love and Excitement in the Word of Mouth. *NATIONALPARK-FORSCHUNG IN DER SCHWEIZ (Switzerland Research Park Journal)*, 103(1), 304-313.
- 12) Nazari M. & Hafezi H. (2014) . GENERATIONAL DIFFERENCES IN PURCHASING DECISION. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 3(3), 21-27.

- 13) Hojand K. & Nazari M. (2013) . Determination of Electricity Price in the Peak and Off Peak Times Separately for Each Season in Household Electricity Market of Iran. *Research in Applied Economics*, 5(4), 131-148.
- 14) Vesal M. , Nazari M. , Hosseinzadeh M. , Shamsaddini R. & Nawaser K. (2013) . The Relationship between "Labor Market Efficiency" and "Business Sophistication" in Global Competitiveness. *International Journal of Business and Management*, 8(13), 83-92.
- 15) Nazari M. & Heydarifard Z. (2013) . EFFECTIVENESS OF CUSTOMER INFORMATION SOURCES ON PRICE SIGNALING OF QUALITY PERCEPTION. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND MANAGEMENT STUDIES*, 5(1), 339-346.
- 16) Nazari M. & Mohammad Safari Kahreh . (2012) . PRESENTING A FRAMEWORK FOR EVALUATING ECONOMICS OF STRATEGIC KNOWLEDGE MANAGEMENT: EVIDENCES FROM IRANIAN BANKING SECTOR. *International Journal of Arts Sciences*, 4(15), 183-199.
- 17) Nazari M. & Hesari P. (2012) . ROLE OF SHOPPING MALLS IN CHANGING CONSUMERS BEHAVIOR: CASE STUDY OF LOW INVOLVEMENT PRODUCTS IN HYPER STAR MALL AS THE BIGGEST SHOPPING MALL IN TEHRAN. *International Journal of Business and Society*, 1(2), 281-291.
- 18) Nazari M. , . & Farhang Khalili . (2012) . Identifying and ranking of Iran tractor manufacturing companys export problems and obstacles. *African Journal of Business Management*, 6(17), 5702-5709.
- 19) Hadjali H. , Salimi M. , Nazari M. & Ardestani M. (2012) . Exploring main factors affecting on impulse buying behaviors. *Journal of American Science*, 8(1), 245-251.
- 20) Saeed Tajdini . & Nazari M. (2012) . Is Outsourcing Decision : A Quantitative Approach. *International Journal of Business and Management*, 7(2), 113-130.
- 21) Ezatalahe Abasiyan . , Nazari M. & Meysam Nasrindoost . (2012) . The Sustainable Development Strategies for Energy Sector in Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(9), 216-229.
- 22) Nazari M. , Mohammadreza Qaemi Divkolaei . & Majid Bagheri Sorkhi . (2012) . Prioritizing the Effective Factors to Customers Satisfaction. *International Journal of Business and Management*, 7(2), 236-243.
- 23) Nazari M. & Seyed Vahid Tabatabaie Kalejahi . (2012) . Comparing Mobile Phone Price Estimators in the IranMarket : Hedonic Regression and Artificial Neural Network. *Business and Management Review*, 3(1), 46-60.
- 24) . , Panahi D. & Nazari M. (2011) . The Effect of Globalization on Poverty in Iran: Urban And Rural Area Separately. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(12), 1334-1338.
- 25) Nazari M. & Mona Akbarirad . (2011) . Analysis and Diagnosis of Calendar Effect in Tehran Stock Exchang. *Journal of Applied Sciences Research*, 1(8), 854-862.
- 26) Nazari M. , Hasangholi Pouryasouri T. & Samane Mousavi . (2011) . Evaluation of Influential Factors on Letter of Credit Debtors : A case study in one of the private banks in Islamic Republic of Iran. *Journal of Basic Applied Scientific Research*, 1(7), 509-515.
- 27) Nazari M. & 2010) . (اصغر مبارک) . The Causality between economic growth and volatility. *International Journal of Academic Research*, 2(6), -.
- 28) Meysam Nasrin Doust . , Nazari M. & Ezatollah Abbasian . (2010) . The Role of Technical Infrastructure in the Quality of Relationship Between Tourism and Economic Growth in Iran. *World Applied Sciences Journal*, -(10), 146-152.
- 29) Nazari M. & 2010) . (اصغر مبارک) . Resource Dependency and the Empirical Validity of PPP : The Oil Exporter Countries. *World Applied Sciences Journal*, 10(8), 945-949.
- 30) Daman Keshideh M. , Nazari M. & Rezaei E. (2010) . DECOMPOSITION OF CO2 EMISSIONS IN IRAN (CASE OF POWER PLANT). *Economics-The Open Access Open-Assessment E-Journal*, 4(12), 63-79.
- .Energy Consumption and Economic Growth in the Iranian Economy: Testing the Causality Relationship. *Middle East Journal of Cancer*, 5(5), 374-381 . (2010) . (31) عزت اله عباسیان . , Nazari M . & میثم نسرين دوست . (2010) .
- 32) نظری م. و طباطبایی و. (1394) . برآورد ارزش پولی اطلاعات در اینترنت. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات- دانشگاه تهران، 7(1)، 185-194.
- 33) نظری م. و بغدادی م. (1392) . شناسایی و بررسی عوامل تأثیرگذار بر خریدهای آنی آنلاین در فروشگاه های تخفیف گروهی در ایران. فصلنامه مدیریت فناوری اطلاعات- دانشگاه تهران، 5(3)، 223-239.

- 1) Nazari M. , Hasangholi Pouryasouri T. , Soleimani G. , Abbasian E. & Mousavi S. (2017) . Investigation of the Productivity of Networking Activities and Improvement Projects on the Sales and Employment of Iranian Agricultural Clusters. *Iranian Economic Review*, 21(1), 45-70.
- 2) Esfidani M. , Nazari M. & Karimi M. (2014) . Factors influencing social shopping behavior of fashion in Tehran apparel market. *Management Science Letters*, 4(6), 1201-1210.
- 3) Hasangholi Pouryasouri T. , Nazari M. & Ghafouri M. (2013) . External Quality Cues' Impact on Developing Cigarette Brand Image. *Business Management and Strategy*, 4(2), 1-11.
- 4) Alidadi M. & Nazari M. (2013) . The Most Effective Strategy to Improve Customer Satisfaction in Iranian Banks: A Fuzzy AHP Analysis. *Journal of Business Studies Quarterly*, 4(4), 83-93.
- 5) Abdollahzadeh S. , Nazari M. & Hasangholi Pouryasouri T. (2013) . Categorizing of price satisfactions base on KANO model (Case study: Sony computer company in IRAN). *applied mathematics in engineering management and technology*, 2(1), 205-218.
- 6) Nazari M. & Mojtaba Alidadi . (2013) . Measuring Credit Risk of Bank Customers Using Artificial Neural Network. *journal of management research*, 5(2), 17-27.
- 7) Amirreza Rohani . & Nazari M. (2012) . Impact of Dynamic Pricing Strategies on Consumer Behavior. *journal of management research*, 4(4), 143-159.
- 8) Nazari M. & Mahdi Elahi . (2012) . A Study of Consumer Preferences for Higher Education Institutes in Tehran through Conjoint Analysis. *journal of management research*, 4(1), -.
- 9) Saeed Tajdini . , Nazari M. & Hasangholi Pouryasouri T. (2012) . Identifying the Determinants of Advertising Intensity in Irans Industries Using the Multiple Discriminant Analysis Technique. *journal of management research*, 4(3), 170-189.
- 10) Saeid Tajedini . & Nazari M. (2011) . An Empirical Investigation of the Relationship between Market Structure and Advertising Intensity. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(3), 211-218.
- 11) Nazari M. & 2011) . (الهام فرزندگان) . Seasonal Anomalies in TEHRAN Stock Exchange. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(3), 1177-1183.
- 12) مهرانى ك. و نظرى م. () . نقش رقابت پذيرى در قيمت گذارى عدم تقارن و كيفيت اطلاعات حسابدارى. پژوهش هاى تجربى حسابدارى، 1(2)، 4-3.
- 13) نظرى م. ، حسنقلی پورياسورى ط. ، كمرخانى ح. و اسفیدانی م. (1398) . آسیب‌شناسی توسعه ترانزیت چندوجهی از طریق ایران و ارائه چارچوب بهبود آن (تحلیلی در سه حوزه حمل و نقل دریایی، جاده‌ای، ریلی). پژوهشنامه حمل و نقل، 16(3)، 157-141.
- 14) نظرى م. و نصرى م. (1398) . ارائه چارچوب نگرش به خرید از فروشگاه‌هاى همواره تخفیف. مدیریت بازرگانى، 1(2)، 3.
- 15) نظرى م. و فتحى ه. (1398) . بررسى اثر تفاوت قيمت، هنجار اجتماعى سلسله مراتبى و بومى بر ادراك قيمت گذارى منصفانه؛ تحليل نقش منبع تامين مالى. مطالعات رفتار مصرف کننده، 6(1)، 19-1.
- 16) نظرى م. (1398) . پژوهشگر و مسولیت اجتماعى. مدیریت بازرگانى، 11(2)، .
- 17) نظرى م. ، کیماسی م. و قدس اللهي ا. (1398) . ارايه مدلى جهت کسب مزيت رقابتي در بانکدارى الکترونیک با استفاده از نظريه مفهوم سازى بنيادى. مدیریت بازرگانى، 11(3)، .
- 18) نظرى م. (1397) . تحديد موضوع پژوهش. مدیریت بازرگانى، 11(1)، 2-1.
- 19) نظرى م. ، احمدی ص. و عقیلى م. (1397) . تأثير ارائه تفکيکى قيمت محصول در مقايسه با ارائه کلی قيمت آن بر رفتار خريدار (مطالعه موردی فرودگاه مهرآباد). پژوهشنامه مدیریت بازرابى، 5(2)، 37-21.
- 20) نظرى م. ، کیماسی م. و قدس اللهي ا. (1397) . مدل‌سازى کسب مزيت رقابتي در بانکدارى الکترونیکى با رویکرد مفهوم‌سازى بنيادى. مدیریت بازرگانى، 11(1)، 62-45.
- 21) نظرى م. ، محسنى م. ، عقیلى س. و شريفى م. (1397) . طراحی مدل توسعه سرمايه گذارى در بورس اوراق بهادار با تاکير بر نقش محورى شبکه هاى تلوزيون داخلى. فصلنامه دانش سرمايه گذارى، 7(28)، 217.

- 22) دهقان ن. ، عباسیان ع. و نظری م. (1397). بررسی رابطه جانشینی زمان و درآمد بر پایه رویکرد قابلیت انسانی (مورد مطالعه: معلمان مرد شهر تهران). پژوهش‌های اقتصادی، 18(4)، 113-132.
- 23) قادری عابد ا. ، نظری م. ، کمره ای م. و حیدری ع. (1397). ارائه مدل مفهومی استراتژی رقابت همکارانه در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات. پژوهش‌های مدیریت در ایران، 22(4)، .
- 24) نظری م. و دستار ح. (1397). ارائه الگوی مفهومی تصویر قیمتی فروشگاه‌های در ایران. چشم انداز مدیریت بازرگانی، 33(1)، 67-81.
- 25) نظری م. (1397). سفر پایان‌نامه (پژوهش). مدیریت بازرگانی، 10(4)، 5-1.
- 26) نظری م. (1397). طراحی چارچوب سیاست گذاری افزایش ظرفیت قبولی بیمه اتکایی با استفاده از اوراق حوادث فاجعه امیز در صنعت بیمه. اقتصاد پولی - مالی، 1(2)، 3-4.
- 27) پیر مراد ح. ، نظری م. ، حیدری ع. و اعرابی س. (1397). الگوی ارزیابی آمادگی تغییر استراتژیک در سازمان‌های بخش انرژی. فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد، 27(87)، 35-60.
- 28) نظری م. ، حسنقلی پوریاسوری ط. ، اسفیدانی م. و کمرخانی ح. (1397). آسیب‌شناسی توسعه ترانزیت چندوجهی از طریق ایران و ارائه چارچوب بهبود آن (تحلیلی در سه حوزه حمل و نقل دریایی، جاده ای، ریلی). پژوهشنامه حمل و نقل، 1(2)، 3-4.
- 29) نظری م. (1397). برند پژوهشگر. مدیریت بازرگانی، 10(3)، 1-2.
- 30) دیواندری ع. ، نظری م. ، سیدجوادی س. ، حاجی کریمی ع. و رایج ح. (1397). بررسی چگونگی تأثیر جبران خدمات بر عملکرد فردی: بررسی نقش میانجی انگیزش درونی و تعدیلکننده خودکامیابی و انتظار دریافت پاداش (مطالعه موردی: بانک ملت). مدیریت بازرگانی، 10(3)، 673-694.
- 31) نظری م. ، میرا س. و اسماعیلی س. (1397). تأثیر پیشبرد قیمتی بر ارزش ویژه برند (مطالعه موردی: آژانس‌های مسافرتی شهر تهران). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، 13(14)، 57-82.
- 32) نظری م. و سمیع زاده م. (1397). بررسی انصاف ادراک شده مشتری از راهکار قیمتگذاری پویا و تبیین عوامل مؤثر بر آن در صنعت هتلداری. تحقیقات بازاریابی نوین، 8(2)، 1-22.
- 33) نظری م. و موسوی س. (1397). نقش شبکه سازی در حل مسائل راهبردی خوشه های کسب و کار طلا و توسعه اقتصاد منطقه ای. فصلنامه پژوهش های مدیریت راهبردی (دانشگاه آزاد واحد تراق)، 23(67)، 61-93.
- 34) نظری م. و دستار ح. (1397). عوامل تعیین کننده تصویر قیمتی فروشگاه : رهیافت فراترکیب. تحقیقات بازاریابی نوین، 8(1)، 1-20.
- 35) نظری م. (1397). دانش‌افزایی پژوهش‌های بازرگانی و بازاریابی. مدیریت بازرگانی، 10(1)، 1-4.
- 36) نظری م. ، حیدری ع. ، حقیقی نسب م. و سمیع زاده م. (1397). فرا تحلیل عوامل مؤثر بر انصاف ادراک شده در استراتژی های قیمت گذاری پویا. مدیریت بازرگانی، 10(1)، 229-253.
- 37) اسفیدانی م. ، نظری م. ، اقایی م. و عبدالعلی ح. (1397). طراحی مدل بازاریابی رابطه ای بین بنگاهی در شبکه کسب و کار گردشگری پارسیان. تحقیقات بازاریابی نوین، 7(4)، 1-18.
- 38) نظری م. و سمیع زاده م. (1396). بررسی اثر ساختار بیان قیمت ، مطلوبیت پیامد و ارائه اطلاعات بر انصاف ادراک شده در قیمت گذاری پویا. مجله پژوهش های مدیریت عمومی- دانشگاه سیستان و بلوچستان، 21(4)، 233-255.
- 39) نظری م. (1396). روندهای تأثیرگذار بر آینده تحقیقات بازاریابی. مدیریت بازرگانی، 9(3)، 1-2.
- 40) عباسی بنی ف. و نظری م. (1396). بررسی رقابت و تمرکز در صنعت بیمه و تعیین استراتژی‌های رقابتی مناسب. مدیریت بازرگانی، 9(3)، 641-660.
- 41) نظری م. (1396). موضوعات و عناوین پژوهش های بازاریابی در تحقیقات اخیر (تحلیل محتوای مقالات منتشرشده در سه مجله برتر بازاریابی دنیا). مدیریت بازرگانی، 9(2)، 1-5.
- 42) نظری م. (1396). آموزش و پژوهش بازاریابی در چهار نسل بازاریابان ایران. مدیریت بازرگانی، 9(1)، 1-4.
- 43) نظری م. و قزلباش م. (1396). بررسی تأثیر قالب‌بندی پیام تخفیف و برند بر صرفه‌جویی ادراک‌شده، کیفیت ادراک‌شده و قصد خرید مصرف‌کنندگان. مدیریت بازرگانی، 9(1)، 193-211.
- 44) نظری م. ، اسفیدانی م. و طباطبایی م. (1396). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران خارجی با استفاده از مدل جاذبه. مجله تحقیقات اقتصادی، 52(1)، 215-243.
- 45) نظری م. (1396). پژوهش های بازاریابی: بایدها و نبایدها. مدیریت بازرگانی، 8(4)، 1-2.

- 46) احسان ع.، نظری م.، حسنعقلی پوریاسوری ط. و صمدی م. (1395). تدوین مدل ترغیب شهروندان تهرانی به خرید کالای ساخت داخل (مطالعه موردی: لوازم خانگی). مدیریت بازرگانی، 8(3)، 548-529.
- 47) مهرگان م.، ابوبی اردکان م.، صادقی ز.، نظری م. و روزمند ا. (1395). شبیه سازی رفتار خرید ناگهانی در بازار؛ رویکرد مدلسازی مبتنی بر عامل. مدیریت فردا، 15(48)، 64-35.
- 48) نظری م.، دلدار م. و صابرمهانی م. (1395). بررسی انگیزه های مالیاتی عضویت در گروه های تجاری. پژوهشنامه مالیات، 24(31)، 144-119.
- 49) نظری م. و اشعری پور م. (1395). بررسی رضایت قیمتی و تمایل به پرداخت بیمه گذاران بیمه درمان تکمیلی (مطالعه موردی یک شرکت بیمه). پژوهشنامه بیمه (فصلنامه صنعت بیمه سابق)، 31(2)، 79-57.
- 50) التماسی م.، فهیم نیا ف.، ناخدا م.، حسن زاده م. و نظری م. (1395). مولفه های مطلوبیت مصرف کنندگان پایگاه های اطلاعاتی. تحقیقات کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاهی، 50(2)، 26-13.
- 51) دیواندری ع.، داودیان ا.، نظری م. و معماریانی ع. (1395). تبیین الگوی انتخاب استراتژی های بازاریابی بانکداری تجاری مبتنی بر ارزش ویژه مشتری. مدیریت بازرگانی، 8(1)، 72-47.
- 52) نظری م.، اشکانی م. و هزاوه هزار مسکن ب. (1394). تاثیر انصاف قیمتی ادراک شده بر وفاداری، تمایل به پرداخت و رفتار های شکایتی و تلافی جویانه مشتریان. مدیریت بازرگانی، 7(4)، 984-4967.
- 53) نظری م.، قادری ز. و فضلوی ف. (1394). بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر اجرای موفق رویدادهای فرهنگی از دیدگاه گردشگران. فصلنامه مدیریت دولتی، 3(4)، 720-699.
- 54) نظری م. و شاه طهماسبی ا. (1394). الگویابی در کار شایسته برای استان ها از طریق تحلیل کارایی در مرز های واقعی در برنامه سوم و چهارم توسعه. فصلنامه تحقیقات مدلسازی اقتصادی، 9(33)، 19-1.
- 55) نظری م.، دیواندری ع. و رایج ح. (1394). بررسی تأثیر پرداخت های مبتنی بر عملکرد فردی و گروهی و تفاوت پرداخت بر عملکرد با روش مدل سازی خطی سلسله مراتبی (HLM) (مورد مطالعه: بانک ملت). مدیریت فرهنگ سازمانی، 13(3)، 972-945.
- 56) نظری م.، دیواندری ع. و رایج ح. (1394). بررسی تأثیر پرداخت مبتنی بر عملکرد فردی و گروهی و تفاوت پرداخت بر عملکرد. مدیریت فرهنگ سازمانی، 13(3)، 972-945.
- 57) محترم قلاتی ر.، حسنعقلی پوریاسوری ط.، نظری م. و احمد روستا. (1394). تدوین مدلی بومی برای بهبود عملکرد صادراتی شرکت های ایرانی در بازار مصالح ساختمانی عراق. مدیریت بازرگانی، 7(3)، 736-721.
- 58) نظری م. و اشکانی م. (1394). ارزیابی انصاف قیمتی ادراک شده بر اساس نظریه اسنادی. تحقیقات بازاریابی نوین، 5(2)، 126-109.
- 59) موسوی س.، نظری م.، حسنعقلی پوریاسوری ط.، عباسیان ع. و سلیمانی غ. (1394). طراحی مدل شبکه سازی فعالیتهای بازاریابی بنگاههای فعال در خوشه های صنعتی ایران. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 10(37)، 77-51.
- 60) حسین خانی ا.، نظری م.، حسینی ش. و فرزبان پور ف. (1394). جایگاه قیمت در تعیین کننده های کیفیت محصولات (مطالعه موردی در جزیره کیش). پژوهش در کیفیت، 2(4)، 14-6.
- 61) نظری م.، دیواندری ع.، حمیدی زاده م. و الهیاری ا. (1393). کاربرد نظریه روانشناسی سازه های شخصی در اکتشاف ابعاد معنای برند. چشم انداز مدیریت بازرگانی، 13(20)، 49-33.
- 62) نظری م. و ولی نتاج م. (1393). برآورد الگو و پیش‌بینی انتشار تلفن همراه در ایران. فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، 8(32-31)، 143-123.
- 63) شاه حسینی م.، نظری م. و هاشمی م. (1393). تحلیل استراتژی های بانک های خصوصی ایران در دوران رکود اقتصادی سالهای 1391 و 1392. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 9(33)، 145-125.
- 64) نظری م.، شاه حسینی م. و طباطبایی و. (1393). تاثیر عوامل ادراک قیمتی بر مشتری و پذیرش قیمت (مطالعه موردی: خدمات تلفن همراه شرکت ام تی ان ایرانسل). مدیریت بازرگانی، 6(3)، 664-647.
- 65) گودرزی ف.، نظری م.، رحمانی ح. و ترک زاده م. (1393). بخش بندی بازار توریسم درمانی در ایران با استفاده از تکنیک تحلیل خوشه ای توریسم درمانی و تحلیل خوشه ای. فصلنامه بیمارستان، 50(3)، 76-69.
- 66) نظری م.، عابدی ا. و خراسانی طرقي ح. (1393). عوامل تعیین‌کننده قصد خرید برندهای تقلبی لوکس (مطالعه موردی شهر تهران). فصلنامه مدیریت برند، 21(2)، 84-61.
- 67) نظری م. و رضایی عرب ر. (1393). بررسی تأثیر علائم بیرونی کیفیت بر کیفیت ادراکی و قصد خرید کالا با درگیری ذهنی بالا (مورد مطالعه: لب تاپ). تحقیقات بازاریابی نوین، 2(13)، 226-209.
- 68) اسفیدانی م.، نظری م. و کریمی م. (1393). بررسی رفتار خرید اجتماعی مد در بازار پوشاک تهران. تحقیقات بازاریابی نوین، 2(13)، 190-173.

- 69) نظری م. ، سعید شیرزادی. و قیافه داودی م. (1393). بررسی «اثر پول‌برد» در میان سرمایه‌گذاران حقیقی بورس اوراق بهادار تهران. تحقیقات مالی، 16(1)، 147-162.
- 70) نظری م. و ادیب ث. (1392). بررسی تأثیر قیمت منصفانه بر رضایت مشتری در فرایند خرید خودرو (مورد مطالعه: خودروی پراید و پژو 206. مدیریت بازرگانی، 5(4)، 121-140.
- 71) ابراهیمی ع. و نظری م. (1392). ارائه چارچوب بررسی وضعیت بانک‌های ایرانی از لحاظ رقابت‌پذیری: به‌کارگیری پارادایم S-C-P. مجله تحقیقات اقتصادی، 48(3)، 149-164.
- 72) غفاری ر. ، نظری م. ، افضل‌ی ش. و عمرانی فرد م. (1392). هوشمندی رقابتی، برساخته‌ای نوین در توسعه تفکر استراتژیک (مطالعه موردی: مقایسه بانک‌های خصوصی و دولتی استان مازندران). مدیریت فرهنگ سازمانی، 11(3)، 169-193.
- 73) حقیقی م. ، نظری م. ، مومنی م. و ابرهیمی‌داریانی ش. (1392). بررسی رضایت مشتریان بیمارستان‌های مناطق یک و دو شهر تهران (1389). THE JOURNAL OF QAZVIN UNIVERSITY OF MEDICAL SCIENCES, 17(3)، 42-47.
- 74) نظری م. ، قدس الهی ا. و شهریوری ش. (1392). بررسی ادراک مشتریان از واحد پولی و تأثیر آن بر حساسیت قیمتی مشتریان. تحقیقات بازاریابی نوین، 13(1)، 119-138.
- 75) نظری م. ، طاهری هشی ع. و مرادی ش. (1392). تأثیر هوش عاطفی بر بهروری سرمایه‌انسانی. مطالعات منابع انسانی (دانشکده شهیدستاری)، 2(7)، 99-118.
- 76) نظری م. ، طباطبایی کلجاهی س. و احراری م. (1392). مقایسه سه روش برآورد قیمت رایانه همراه در بازار تهران: رگرسیون لذت باورانه (هدانیک)، شبکه عصبی بازگشتی و GMDH شبکه عصبی. چشم انداز مدیریت بازرگانی، 12(13)، 45-60.
- 77) عباسیان ع. ، نظری م. و ذوالفقاری م. (1391). بررسی قابلیت پیش بینی قیمت سهام با استفاده از آزمون‌های نسبت واریانس و گام تصادفی در بورس اوراق بهادار تهران. بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، 19(4)، 101-118.
- 78) نظری م. ، حاجی‌حیدری ن. و نصری م. (1391). بررسی تأثیر ویژگی‌های فروشگاه اینترنتی B2C در قصد خرید اینترنتی مشتریان با استفاده از تکنیک تحلیل متقارن. مدیریت بازرگانی، 4(4)، 127-146.
- 79) نظری م. و اصغر مبارک. (1391). اثر سرمایه‌گذاری تحقیق و توسعه (D & R) بر بهره‌وری در صنایع ایران. فصلنامه اقتصاد کلان، 7(14)، 6-6.
- 80) نظری م. و بحری نژاد ر. (1391). تأثیر ابعاد رضایت از قیمت بر وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری. مطالعه موردی بانک ملت. فصلنامه علوم مدیریت ایران، 7(28)، 131-153.
- 81) عزت‌اله عباسیان. ، نظری م. و الهام‌فرزانگان. (1391). اثر سیاست پولی در پیدایش حباب قیمتی سهام در بورس اوراق بهادار تهران. بورس اوراق بهادار، 5(18)، 19-38.
- 82) نظری م. ، پارسایی م. و نصیری س. (1391). رابطه‌ی عدم تقارن اطلاعاتی با سیاست‌های تقسیم سود در شرکت‌ها. دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، 1(2)، 103-113.
- 83) نظری م. و الهام‌فرزانگان. (1390). بی‌قاعده‌گی‌های دوره‌ای در بازدهی سهام عادی بورس اوراق بهادار تهران (روش باز نمونه‌گیری بوت استرپ ناپارامتریک). تحقیقات مالی، 13(31)، 147-167.
- 84) نظری م. و محمد بخشی زاده. (1390). تجزیه عوامل مثر بر انتشار CO2 در صنعت ایران. پژوهش‌های اقتصادی، 11(4)، 1-17.
- 85) کریمی غ. ، نظری م. و سید مجتبی شفیعی پو. (1390). ارزش افزوده اقتصادی نقدشوندگی بازار سهام. تحقیقات مالی، 12(30)، 117-132.
- 86) نظری م. ، سید وحید طباطبائی کلجاهی. ، امید محمودیان. ، سید وحید طباطبائی کلجاهی. و امید محمودیان. (1389). تحلیل روش‌های قیمت‌گذاری شرکت ام‌تی‌ان ایرانسل. مدیریت بازرگانی، 2(6)، 147-164.
- 87) نظری م. و الهام‌فرزانگان. (1389). سیاست پولی و حباب مسکن در تهران. مجله تحقیقات اقتصادی، -91(91)، 229-249.
- 88) اصغر مبارک. و نظری م. (1389). وفور منابع طبیعی، بیماری هلندی و رشد اقتصادی در کشورهای نفتی. فصلنامه مطالعات اقتصاد انرژی، 7(27)، 47-68.
- 89) نظری م. ، دامن کشیده م. و رضایی ا. (1389). بررسی عوامل موثر بر انتشار CO2 در ایران (مطالعه موردی نیروگاه‌ها). فصلنامه علوم اقتصادی (دانشگاه آزاد تهران مرکزی)، 12(4)، 63-79.
- 90) نظری م. و زهرا فتوره‌چی. (1389). رابطه جهانی شدن با توزیع درآمد در ایران آزمون فرضیه کوزنتس استالپر-ساموئلسون و ماندل در ایران. رفاه اجتماعی، 10(36)، 237-254.
- 91) سعید محمودی. و نظری م. (1383). اثرات جهانی شدن بر صنایع فلزات اساسی ایران. نامه مفید، -42(42)، 119-136.

- 92) نظری م. و معصومه بازرگانی کیا . (1383) . اثر جهانی شدن بر صنایع نساجی پوشاک و چرم. مجله تحقیقات اقتصادی، 64(---)، 103-126.
- 93) نظری م. و فاطمه گوهریان. (1381) . بررسی اثر متغیرهای سیاست پولی بر اشتغال به تفکیک بخش های عمده اقتصادی در ایران (1378 - 1345) . مجله تحقیقات اقتصادی، - (60)، - .
- 94) نظری م. (1377) . مشخصه های تحول بازار نیروی کار ایران در چهار دهه اخیر (1375 - 1335) . فصلنامه اطلاعات سیاسی- اقتصادی، - (131-132)، 158-171.

همایش های بین المللی

- 1) Mehrregan M. , Nazari M. , Abooyee Ardakan M. & Sadeghi Z. (2016). The Impact of Human Factors on Word of Mouth Communications & Emotional Contagion in Market: A Agent- Based Modeling. International conference on Management & Social Science. Dubai.
- 2) Nazari M. & Rezvani R. (2016). Studying the Factors of Periodic Purchase, Number of Competitors and Brand Loyalty on Consumer Price Estimation Error. XXV International Conference on Trends in ICT, Business Management and Law. Bangkok.
- 3) Nazari M. (2015). The Effect of Product's Extrinsic Cues on Consumers' Perception of Value: Case of Laptop. International Journal of Arts & Sciences' (IJAS) International Conference for Business and Economics..
- 4) Nazari M. (2014). Dimentions of Price Satisfaction and Its Effects On loyalty in Iranian Dairy Market. IJAS. paris.
- 5) Ghayoomi Z. & Nazari M. (2014). Effective factors on price acceptance (in buying social magazine in Iran). International Conference on Business and Economic Development (ICBED). New York.
- 6) Nazari M. & Hafezi H. (2013). Generational Differences in Purchasing Decision Making Process: Study of Buying Cell Phone in Tehran. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference. Salzburg.
- 7) Nazari M. & Heydarifard Z. (2013). Effectiveness of Customer Information Sources on Price Signaling of Quality Perception. INTERNATIONAL CONFERENCE ON BUSINESS AND MANAGEMENT. İzmir.
- 8) Nazari M. , , , , & . (2012). Investment and Regulation for a Cogeneration Plant and Heating District: A Possible Scenario in Italy. International Summer School on Regulation of Local Public Services edition 2012. Turin.
- 9) Nazari M. & . (2012). Role of Shopping Malls in Changing Consumers Behavior: Case Study of low Involvement products in Hyper Star Mall as the biggest shopping mall in Tehran. International Journal of Arts Sciences (IJAS conference for academic disciplines. Prague.
- 10) Nazari M. & . (2012). Impact of Open Trade on Labor Productivity: A Cross-Country Investigation. 13th International Conference On Economics Operations Reearch and Ststistics. Famagusta.
- 11) Abooyee Ardakan M. , Nazari M. , . & Sajedi Saba M. (2011). A Case Study on Historical Evolution and Renovation Plans for Textile Cluster in Yazd Province: Lessons for Integrated Policymaking. 8th Annual International Conference on Small and Medium Sized Enterprises: Management Marketing Economic and Social Aspects. Athens.
- 12) Nazari M. & . (2011). Presenting A Framework For Evaluating Economics Of Strategic Knowledge Management: Evidences From Iranian Banking Sector. International Journal of Arts Sciences (IJAS Conference. Toronto.
- 13) Nazari M. & . (2011). Comparing Laptop Price Estimators In The Iran Market: Hedonic Regression And Artificial Neural Network. Intl Journal of Arts Sciences (IJAS Conference. Gottenheim.
- 14) Nazari M. , . & . (2010). Hedonic Prices in the Iran market for mobile phones. ICBER 2010(Internationa Conference on Business and Economics Research. Kuala Lumpur.

15) نظری م. و نقیان م. (1393). بررسی رابطه ابعاد رضایت قیمتی و تمایل به پرداخت بیمه گذاران بدنه اتومبیل (مطالعه موردی: شرکت بیمه کارآفرین). کنفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت، علوم اجتماعی. تهران.

16) نظری م. و اشکانی م. (1393). بررسی تأثیر انصاف قیمتی ادراک شده بر روی رفتار مصرف کنندگان (وفاداری و رفتارهای شکایت آمیز). نفرانس بین المللی اقتصاد، حسابداری، مدیریت، علوم اجتماعی. سانتا مارتا.

همایش های داخلی

- 1) نظری م. (1398). نوآوری در قیمت گذاری منبع مزیت رقابتی. اولین همایش صنعت و کسب و کار. اصفهان.
- 2) نظری م. (1397). استراتژی های قیمت گذاری با رویکرد انصاف. پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک. تهران.

- 3) نظری م. و فتحی ه. (1397). بررسی تاثیر استراتژی های تخفیف با استفاده از کمیابی مقداری و زمانی بر قصد خرید. پنجمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری. تهران.
- 4) نظری م. ، عباسی راد ا. و متقی خامنه ص. (1395). بررسی تاثیر عوامل درونی بر روی گسترش تبلیغات دهان به دهان و ایجاد وفاداری مشتریان. دومین کنفرانس مدیریت بازاریابی..
- 5) نظری م. ، کمره ای م. ، حیدری ع. و قادری عابد ا. (1395). رقابت همکارانه: مروری بر یک تنش در استراتژی. چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک. تهران.
- 6) نظری م. و قهرمانی ع. (1395). ارایه مدل مدیریت توسعه محور برای سازمان های رسانه ای در ایران. نخستین کنفرانس بین المللی هوش تجاری و سازمانی. تهران.
- 7) صادقی ز. ، مهرگان م. ، نظری م. و ابویی اردکان م. (1394). توسعه مدل شبیه سازی رفتار خرید ناگهانی با رویکرد مدلسازی مبتنی بر عامل. کنفرانس بین المللی "مدیریت، اقتصاد و حسابداری". تهران.
- 8) صادقی آرانی ز. ، مهرگان م. ، ابویی اردکان م. ، نظری م. و روزمند ا. (1394). وسعه مدل شبیه سازی رفتار ناگهانی خرید با رویکرد مدل سازی مبتنی بر عامل. سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری..
- 9) نظری م. و سعادت زاده م. (1394). بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان فروشگاه های رفاه استان کهگیلویه و بویراحمد. کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار. تبریز.
- 10) نظری م. و اشعری پور م. (1394). بررسی تاثیر متغیر های جمعیت شناختی بر تمایل به پرداخت بیمه گذاران بیمه تکمیلی. همایش ملی علوم مدیریت نوین. گرگان.
- 11) نظری م. ، پریشان ف. و کریمی فرد ا. (1394). عوامل موثر بر انصاف قیمتی مصرف کنندگان: مورد مطالعه خریداران لباس و پوشاک در شهرستان شیراز. دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد های کاربردی و پژوهشی نوین. تهران.
- 12) نظری م. ، اشکانی م. و هزاوه هزار مسکن ب. (1393). مدلی برای ارزیابی اثرات ادراک انصاف قیمتی در خرید اینترنتی بلیت هواپیما. کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی. تهران.
- 13) نظری م. و حیدری فرد ز. (1393). بررسی تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی در ارزیابی علامت دهی قیمت. کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی. تهران.
- 14) شاه حسینی م. ، نظری م. و هاشمی م. (1393). تحلیل آثار رکود تورمی بر فعالیت بانک-های ایران: ارزیابی مناسب محیط اقتصادی، گام نخست فرایند مدیریت استراتژیک در دوران رکود. کنفرانس مدیریت خدمات. تهران.
- 15) نظری م. و لنگرودی ع. (1393). قیمت گذاری خدمات اتاق هتل های کیش با استفاده از روش هدانیک. کنفرانس مدیریت خدمات. تهران.
- 16) عباسی بنی ف. و نظری م. (1393). رفاه از دست رفته مصرف کننده در بازار خدمات بیمه ای ایران. کنفرانس مدیریت خدمات. تهران.
- 17) نظری م. و دارابی ط. (1393). برآورد خطای قیمتی مصرف کننده در خدمات خرده فروشی و بررسی عوامل موثر بر دانش قیمتی. کنفرانس ملی خدمات. تهران.
- 18) نظری م. ، شالچیان ج. و حیدری فرد ز. (1393). بررسی تاثیر رایحه محیطی بر ارزیابی و یادآوری برندهای آشنا و ناآشنا. کنفرانس استراتژی برند. تهران.
- 19) نظری م. و طباطبایی و. (1393). بررسی تاثیر پیشبرد قیمتی بر ارزش ویژه برند. اولین کنفرانس بین المللی استراتژی برند. تهران.
- 20) نظری م. و جلالی ا. (1393). بررسی تمایل به پرداخت شهروندان تهرانی برای برند آرمیوه های ارگانیک و عوامل موثر بر آن. اولین کنفرانس بین المللی استراتژی برند. تهران.
- 21) نظری م. و عباسی بنی ف. (1393). بررسی رقابت و تمرکز در صنعت بیمه و تعیین استراتژی های رقابتی مناسب. کنفرانس سالانه مدیریت استراتژیک. تهران.
- 22) شاه حسینی م. ، نظری م. و هاشمی م. (1393). ارائه چارچوبی برای استراتژی های بازاریابی شرکت ها در دوران رکود اقتصادی. دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت شریف. تهران.
- 23) نظری م. و دعاوی س. (1393). در Social-CRM ارایه چارچوبی مفهومی جهت پیاده سازی رستوران زنجیره ای پدر خوب. کنفرانس ملی رویکرد های نوین در مدیریت کسب و کار. تبریز.
- 24) نظری م. و حشمتی ر. (1393). هزینه های تغییر بانک و تأثیر آن بر میزان وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری. پنجمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی در ایران. تهران.

- (25) نظری م. و نقیان م. (1393). بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی بر تمایل به پرداخت بیمه گذاران بدنه انومیل. اولین همایش دوسالانه ملی "بازاریابی: فرصت ها و چالش ها". مشهد.
- (26) نظری م. ، امیری ی. و دستار ح. (1392). بررسی تأثیر برون سپاری بر کاهش هزینه های عملیاتی و عملکرد زنجیره. یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت. تهران.
- (27) نظری م. و اقا قزوینی ن. (1392). ارائه مدلی برای تعیین استراتژی قیمت گذاری شرکت ها. دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک. تهران.
- (28) اکبری م. و نظری م. (1392). بررسی رابطه بین متغیرهای حاکمیت شرکتی و عملکرد. دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک. تهران.
- (29) نظری م. ، میرا مکی ا. و رنجبر ا. (1392). تأثیر قیمت گذاری حداکثر بار در صرفه جویی مصرف برق با رویکرد شبکه های عصبی. بیست و هشتمین کنفرانس بین المللی برق. تهران.
- (30) نظری م. و رحیمی باغ ملک ج. (1391). نقش تبانی در انتخاب مزایده. بررسی راهکارهای ارتقا مباحث مدیریت حسابداری و مهندسی صنایع در سازمانها. گچساران.
- (31) نظری م. ، شاه حسینی م. و سیدوحید طباطبایی کلجاهی. (1391). بررسی عوامل مؤثر بر رضایت قیمتی مطالعه موردی: خدمات تلفن همراه شرکت امتیانايرانسل. دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت. تهران.
- (32) نظری م. ، عباس بنی ف. و هادیان ه. (1391). بررسی وجود اطلاعات نامتقارن در بیمه عمر و چگونگی تثیر آن بر منافع بیمهگر و بیمهگذار. پنجمین سمینار بین المللی بیمه و توسعه. تهران.
- (33) نظری م. (1390). کاربرد گراند تئوری در تدوین نظریه مواجهه با مشکلات اقتصادی عوامل و پیامدهای آن. اولین همایش سراسری اقتصاد. تهران.
- (34) نظری م. و موسوی س. (1389). محاسبه و تحلیل شاخص های دانش محوری در بنگاههای بزرگ صنعتی ایران و رابطه آن با عملکرد اقتصادی بنگاهها (مدلسازی FCM). هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت. تهران.
- (35) نظری م. (1389). اثرات هدفمندسازی یارانه ها بر الگوی تقاضا و تولید بنگاه ها. کنفرانس ملی چالشها و راهکارهای مدیریت بنگاه اقتصادی پس از هدفمندی یارانه ها. تهران.
- (36) نظری م. و مبارک ا. (1387). بررسی رابطه علت و معلولی میان تجارتصادرات و واردات با توسعه مالی در اقتصاد ایران (با تاکید در جذب سرمایه گذاری خارجی). اولین همایش ملی توسعه فعالیت های اقتصادی. تهران.
- (37) نظری م. و طاعی ح. (1375). اشتغال نیروی انسانی متخصص روند گذشته و پیش بینی آینده. نخستین سمینار آموزش عالی در ایران. تهران.
- (38) نظری م. (1375). ارزیابی بخش تحقیقات در ایران از روش جدول داده-ستانده. نخستین سمینار آموزش عالی در ایران. تهران.
- (39) نظری م. (1375). بررسی اهمیت بخش مسکن در توسعه اقتصاد ملی از روش جدول داده-ستانده. سومین سمینار سیاستهای توسعه مسکن. تهران.

فعالیت‌های اجرایی

- 1) عضو کارگروه تخصصی گردشگری وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، 1398/04/24، ایران، تهران
- 2) کمیته علمی پنجمین کنفرانس مدیریت استراتژیک دانشگاه تهران، 1397/07/09، ایران، تهران
- 3) مدیر گروه مدیریت بازرگانی، 1396/09/05، 1397/09/05، ایران، تهران
- 4) عضو شورای آموزشی و پژوهشی پردیس البرز، 1394/06/14، 1395/07/02، ایران، تهران
- 5) معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، 1394/02/05، 1395/07/01، ایران، تهران
- 6) عضو وابسته گروه 1395/11/30، 1393/11/12، MBA، ایران، تهران
- 7) مدیر گروه مدیریت بازرگانی و MBA پردیس البرز، 1393/06/16، 1395/07/02، ایران، تهران
- 8) معاون علمی و فناوری دانشکده مدیریت، 1392/09/24، 1393/09/27، ایران، تهران
- 9) هیئت علمی وابسته دانشکده مدیریت پردیس قم دانشگاه تهران، 1392/03/06، ایران، قم
- 10) مدیر گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، 1389/08/11، 1392/09/30، ایران، ایران

داوری‌های انجام شده

- 1) عضو هیأت داور کمیته‌ی پژوهشی علوم انسانی جشنواره دانشجوی نمونه سال 1394 دانشگاه تهران، دانشگاه تهران، 1396/08/15
- 2) جشنواره دانشجوی نمونه سال 1396، دانشگاه تهران، 1396/08/13

3) عضو هیأت داور کمیته‌ی پژوهشی علوم انسانی جشنواره دانشجوی نمونه سال 1394 دانشگاه تهران، دانشگاه تهران، 1394/08/14

کتاب های غیر از تالیف و ترجمه

- 1) نظری م. (1389). نظام های پولی و مالی. : مرکز آموزش الکترونیکی دانشگاه تهران .
- 2) نظری م. (1389). اقتصاد برای مدیران. : دانشگاه مهر البرز .
- 3) نظری م. (1387). اقتصاد کلان. : دانشگاه نور طویی .
- 4) نظری م. (1387). سیاست های پولی و مالی. : مرکز آموزش الکترونیکی دانشگاه تهران .

جوایز و افتخارات(در زمینه‌های مختلف مانند: طرح, مقاله, ...)

- 1) مقاله برگزیده لاتین، ملی، جشنواره پژوهش دانشگاه، 1397/12/05

مدیر مسئولی ، سردبیری و ...

- 1) مطالعات رفتار مصرف کننده، علمی پژوهشی، 1398/07/01، 1400/07/01، 124
- 2) مدیریت بازرگانی، علمی پژوهشی، 1397/11/16، 1400/11/16، 346579/140
- 3) مدیریت کسب و کارهای بین المللی، علمی پژوهشی، 1395/12/25، 1397/12/25، 5462/ص
- 4) سر دبیر مجله مدیریت بازرگانی، علمی پژوهشی، 1394/06/24، 1397/09/29، 4170885