رزومه علمی



مشخصات فردی

نام و نام خانوادگی: مرتضی ملکی مین‌باش‌رزگاه

آدرس محل کار: سمنان، پنج کیلومتری جاده دامغان، روبه‌روی پارک سوکان، دانشگاه سمنان، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، عضو هیات علمی گروه گروه مدیریت

تاریخ تولد: ۱۳۵۹/۰۳/۰۱

مرتبه علمی: دانشیار

ایمیل: mmaleki80@semnan.ac.ir; mmaleki1980@gmail.com

تلفن محل کار: ۰۲۳۳۱۵۳۲۵۷۵

تلفن همراه: ۰۹۱۲۳۱۸۳۴۵۸

سوابق آموزشی

۱) دکترای مدیریت کسب‌وکار (PhD in Business Administration) (بازرگانی)، کشور هندوستان

۲) کارشناسی ارشد مدیریت MBA (Master of Business Administration) (کسب‌وکار)، گرایش بازاریابی، کشور هندوستان

۳) کارشناسی مترجمی زبان انگلیسی، ایران

زبان‌های مسلط

زبان انگلیسی—کاملا مسلط

زبان فرانسه – آشنا

تخصص اصلی

مدیریت کسب‌وکار (کارآفرینی)، مدیریت بازاریابی، بازاریابی صنعتی

تخصص جنبی

تحقیقت بازاریابی، تجارت الکترونیکی

دروس تدریس شده

مقطع کارشناسی	مقطع کارشناسی ارشد	مقطع دکتری
۱) اصول و مبانی کارآفرینی	۲) تشخیص فرصتهای کارآفرینی	(۱) مدیریت بازاریابی صنعتی پیشرفته
۲) کسب‌وکار الکترونیکی	۳) طراحی و تدوین طرح کسب و کار	
۳) اصول بازاریابی	۴) روش تحقیق در کارآفرینی	
۴) مدیریت تحقیقات بازاریابی	۵) مدیریت بازاریابی/اصول بازاریابی	
۵) روش تحقیق در مدیریت	۶) بازاریابی صنعتی	
۶) تجزیه تحلیل و طراحی سیستمها	۷) تحقیقات بازاریابی	
۷) کارآفرینی اجتماعی	۸) روش تحقیق در کسب‌وکار	
	۹) مدیریت بازاریابی صنعتی	
	۱۰) روش تحقیق کیفی و آمیخته	
	۱۱) تجارت الکترونیکی	

پایان‌نامه‌های راهنمایی شده

۱. پایان‌نامه‌های راهنمایی شده در مقطع دکترا:

سه نفر به عنوان راهنمای اول و یک نفر به عنوان راهنمای دوم

۲. پایان‌نامه‌های در دست راهنمایی در مقطع دکتری:

چهار پایان نامه به عنوان استاد راهنمای اول

۳. پایان‌نامه‌های راهنمایی شده در مقطع کارشناسی ارشد:

۱۲۶ پایان نامه

۴. پایان‌نامه‌های در دست راهنمایی در مقطع کارشناسی ارشد:

۸ پایان نامه

سوابق اجرایی

۱) مدیر تحصیلات تکمیلی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری؛ دانشگاه سمنان از سال ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶

۲) مشاور مدیر کل بانک مهر اقتصاد استان سمنان از سال ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۶.

۳) عضو هیات تحریریه نشریه مدیریت کسب‌وکار و کارآفرینی - https://www.jbme.ir/issue_19083_20091.html

برگزاری دوره آموزشی

-- برگزاری ۱۵ دوره آموزشی در حوزه مشتری‌مداری برای کلیه کارکنان بانک ملی ایران (هر دوره ۲۸ ساعت)

-- اصول مذاکره (۱۳۹۲)؛ بانک مهر اقتصاد.

-- اصول مذاکره (۱۳۹۶)؛ بانک مهر اقتصاد.

-- استراتژی تبلیغات (۱۳۹۳)؛ مدیران شرکت‌های تعاونی شهرستان سرخه.

-- برند و برندسازی (۱۳۹۳)؛ مدیران شرکت‌های تعاونی شهرستان سمنان.

-- برند و برندسازی (۱۳۹۳)؛ مدیران شرکت‌های تعاونی شهرستان مهدیشهر.

سوابق پژوهشی

مقالات چاپ شده در مجلات علمی–پژوهشی مورد تایید وزارت علوم

1) Maleki Minbashrazgah, M., Fatemeh M., & Maedeh T. (2017) Green Chicken Purchase Behavior: The Moderating Role of Price Transparency. Management of Environmental Quality 28(6): 902-916. https://doi.org/10.1108/MEQ-12-2016-0093.
2) Zarei, A., Maleki Minbashrazgah, M., Feiz, D., Kojouri, M.A.S. (2018) Competitive Intelligence Text Mining: Words Speak. Journal of AI and Data Mining 6 (1): 79-92: http://jad.shahroodut.ac.ir/article_950.html.
3) Maleki Minbashrazgah, M., Zarei, A., Ghazvini, H. (2017). Identifying and Prioritizing Indicators of Macro-Environmental Factors in Entry of Semnan Plaster Plants into the Markets of Neighboring Countries, International Journal of Environmental and Science Education 12(2): 267-278. http://www.ijese.net/makale/1798.html
4) Minbashrazgah, M. M., & Shabani, A. (2019). Eco-capability role in healthcare facility's performance. Management of Environmental Quality. https://doi.org/10.1108/MEQ-07-2017-0073
5) Ghazvini, H., Maleki MinbashRazgah, M., Zarei, A. (2019). Strategic decisions to enter Semnan Gypsum plaster plants in the international markets, International Journal of Business Excellence, 18(2). DOI: 10.1504/IJBEX.2019.099559
6) Zarei, A., Feiz, D., Maleki Minbashrazgah, M., & Maleki, F. (2018). Factors influencing selection of medical tourism destinations: A special niche market. International Journal of Healthcare Management, 1-7. Taylor & Francis; http://www.tandfonline.com/loi/yjhm20.
7) Marvi, M.H., Maleki Minbashrazgah, M., Zarei, A., & Shojaei Baghini, G. (2020). Knowledge Foundation in Green Purchase Behavior: Multidimensional Scaling Method. Cogent Business & Management, 7(1); 1-18: https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1773676
8) Shakeri, M., Zarei, A., Azar, A., & Maleki MinbashRazgah, M. (2020). Green Supply Chain Risk Network Management and Performance Analysis: Bayesian Belief Network Modeling. Environmental Energy and Economic Research, 4(3), 165-183. Doi; 10.22097/EEER.2020.215399.1134.

۹) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، حاجی حسنی، ن. (۱۳۹۲). سرمایه گذاری بر شخصیت نام تجاری و اعتبار در تبلیغات. فصلنامه مدیریت بازرگانی ۵ (۴): ۹۸-۷۹. https://jibm.ut.ac.ir/article_50345.html

۱۰) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، زارعی، ع.، حاجیلو، ز. ۱۳۹۵. شناسایی و اولویت‌بندی مشتریان کلیدی بر مبنای ارزش دورهٔ عمر آنها با استفاده از مدل آر. اف. ام. (مطالعهٔ موردی: شرکت مخابرات استان قم). (۱۳۹۵). فصلنامه مدیریت بازرگانی. ۸ (۲): ۴۶۱-۴۷۸. https://jibm.ut.ac.ir/article_58700.html

۱۱) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، شرفی، و.، زنگیان، س. (۱۳۹۴). نقش بازاریابی خیرخواهانه برجذب مشتریان در صنعت بیمه با تبیین نقش میانجی متغیرهای توجه به سود مشتری و توجه به رفاه جامعه (مورد مطالعه: شعب بیمه ایران در شهر ایلام). تحقیقات بازاریابی نوین. ۵: ۱۳۸-۱۲۵. http://uijs.ui.ac.ir/nmrj/article-1-1962-fa.html

۱۲) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، دهقان سلطانی، م.، فارسی زاده، ف.، باغانی، ع.(۱۳۹۴). بررسی تأثیر ابعاد برند خدمات بر وفاداری به برند در صنعت بانکداری. تحقیقات بازاریابی نوین. ۵ (۴): ۱۳۸-۱۱۹. http://uijs.ui.ac.ir/nmrj/article-1-1924-fa.html

۱۳) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، بلوچی، ح.، فارسی زاده، ح. (۱۳۹۴). اثر تصویر مقصد و رضایت بر قصد گردشگر از بازدید مکان. برنامه ریزی و توسعه گردشگری. ۴ (۱۲): ۳۳-۱۱. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1053_198.html.

۱۴) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، سیاه سرانی، م. ع. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر سرمایه‌های ناملموس بر عملکرد شرکت‌ها با اثر میانجی قابلیت‌های بازاریابی: مورد مطالعه؛ شرکت‌های شهرک صنعتی شهر سمنان. نشریه مدیریت اجرایی. ۵ (۹): ۱۷۲-۱۴۹. http://jme.journals.umz.ac.ir/article_484_113.html

۱۵) فیض، د.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، زنگیان، س. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر قابلیتهای بازاریابی بر کارآفرینی سازمانی شرکتهای کوچک و متوسط (مورد مطالعه شرکت مواد غذایی تهران همبرگر). نشریه مدیریت اجرایی. ۵ (۱۰): ۱۵۶-۱۳۵. http://jme.journals.umz.ac.ir/article_601_113.html.

۱۶) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، دهقانی سلطانی، م.، فارسی زاده، ح.، غلامزاده، ر. (۱۳۹۴). تاثیر تصویر بانکداری اینترنتی و رضایت از بانکداری الکترونیکی بر جذب و نگهداری مشتریان نمونه: نقش تعدیل‌گر ارزش درک شده. چشم انداز مدیریت بازرگانی. ۱۴ (۲۲): ۱۴۱-۱۶۰. http://jbmp.sbu.ac.ir/issue/view/620.

۱۷) بلوچی، ح.، حسن قلی پور، ط.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، سیاه سرانی، م. ع. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر اعتماد و هویت برند بر بشارت برند. کاوش های مدیریت بازرگانی. ۷ (۱۴): ۹۸-۷۷. http://bar.yazd.ac.ir/article_658_157.html.

۱۸) زارعی، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، رحیمی، م. (۱۳۹۴). شعار برند و قصد خرید مشتریان نظام بانکی. کاوشهای مدیریت بازرگانی. ۷ (۱۴): ۹۸-۷۷. http://bar.yazd.ac.ir/article_658_157.html.

۱۹) جمشیدی، ل.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، رسولی، ن. (۱۳۹۳). شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر طراحی محصول جدید در صنعت لوستر ایران. نوآوری و ارزش آفرینی. ۳ (۶): ۵۶-۴۱. http://www.journalie.ir/article-1-130-fa.html.

۲۰) صفوی، گ.، شفیعی، م.، **ملکی مین باش رزگاه، م.** (۱۳۹۳). ارائه چارچوبی مفهومی برای موانع فنی، مالی و مدیریتی در استفاده از یادگیری الکترونیک برای آموزش منابع انسانی سازمان‌های دولتی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی شهرستان سمنان). آموزش در علوم انتظامی. ۸ (۳): ۴۵-۲۹. http://journals.police.ir/content.php?pagename=show-article&request_id=27064& journal _id=73.

۲۱) زارعی، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، رحمانی، ط. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ترجیح رنگ بر ترجیح محصول با تأکید بر نقش تعدیل گری عوامل منتخب جمعیت شناختی (مورد مطالعه: خریداران کفش ورزشی). علوم و فناوری رنگ. ۹ (۴): ۳۳۲-۳۲۱. http://jcst.icrc.ac.ir/?xid=011202012100000004&id=937&T=A.

۲۲) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، فیض، د.، همتی، م. (۱۳۹۵). توسعه مدل عملکرد برند سازمان بر مبنای بازاریابی داخلی و برندینگ داخلی. پژوهش های مدیریت منابع سازمانی. ۶ (۲): ۱۹۴-۱۶۹. http://ormr.modares.ac.ir/article_15393.html.

۲۳) گل ارضی، غ.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، شهریاری، م. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر بازارگرایی شرکت بر ارزش ایجاد شده سهامداران در بورس اوراق بهادار تهران. راهبردهای بازرگانی. ۷: ۵۶-۴۵. http://cs.shahed.ac.ir/search.php?slc_lang=fa&sid=1.

۲۴) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، شرفی، و. (۱۳۹۵). شناسایی و دسته بندی ذهنیت کارآفرینان در مورد بازاریابی کارآفرینانه با استفاده از روش کیو. نشریه توسعه کارآفرینی. ۹ (۳): ۵۵۱-۵۳۳. https://jed.ut.ac.ir/article_61106.html.

۲۵) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، کوهیار حقیقت، ا. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی کسب و کار (مورد مطالعه: خوشه قطعات خودرو شهرک های صنعتی استان سمنان). نوآوری و ارزش آفرینی. ۵ (۹): ۱۳۶-۱۲۳. http://journalie.ir/browse.php?a_code=A-10-142-1&slc_lang=fa&sid=1&sw=%D9%85%D9%84%DA%A9%DB%8C

۲۶) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، کوهیار حقیقت، ا.، کوهیار حقیقت، ع (۱۳۹۵). نقش بهبود کیفیت خدمات بیمارستانی در ترجیح برند بیمارستان در بازاریابی خدمات درمان، فصلنامه بیمارستان. ۱۵ (۴): ۳۹-۴۸. http://jhosp.tums.ac.ir/article-۱-۵۶۳۲-fa.html

۲۷) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، شعبانی، ع. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر استراتژی کسب‌وکار، بخشندگی و پویایی محیطی بر عملکرد بازاریابی؛ تبیین نقش ممیزی بازاریابی (مطالعه موردی: شرکت‌های تولیدکننده دارویی .راهبردهای بازرگانی-دانشور رفتار سابق-. ۲۴ (۹): ۴۵-۵۶. http://cs.shahed.ac.ir/article-1-1472-fa.html.

۲۸) ملکی مین باش رزگاه، م.، شهریاری، م. (۱۳۹۵). ارائه مدلی برای پذیرش اظهارنامه مالیاتی الکترونیکی از منظر مودیان مالیاتی در استان سمنان .پژوهشنامه مالیات. ۲۴ (۳۱): ۱۷۵-۲۰۴. http://taxjournal.ir/article-۱۹۸۶-fa.html

۲۹) ملاحسینی، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، دهقانی سلطانی، م.، فرج پور، ح. (۱۳۹۶). نقش تکنولوژی پیشرفته تولید در توسعه بهره‌وری در صنایع کوچک و متوسط با میانجی‌گری مدیریت کیفیت جامع و فناوری اطلاعات. مدیریت بهره وری. ۱۱ (۴۱): ۵۷-۹۲. http://jpm.iaut.ac.ir/article_532710.html.

۳۰) شرفی، و.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، زارعی، ع.، فیض، د. (۱۳۹۶). شناسایی و دسته‌بندی ذهنیت کارآفرینان نسبت به قلمرو اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی با استفاده از روش کیو. نشریه مدیریت بازرگانی. ۹(۳): ۵۷۲-۵۵۱. https://jibm.ut.ac.ir/article_63481.html.

۳۱) شرفی، و.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، زارعی، ع.، فیض، د. (۱۳۹۶). نقش عملکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین المللی. پژوهشهای مدیریت منابع انسانی. ۹ (۳): ۱۰۰-۷۵.

۳۲) ملکی مین باش رزگاه، م.، سیاه سرانی، م. ع. (۱۳۹۶). ارائه مدل پیش بینی کننده رفتار خریداران برندهای ایرانی با بکارگیری الگوریتم ژنتیک در ب‌هینه سازی درخت تصمیم: صنعت لوازم خانگی برقی. مدیریت برند. ۴ (۱): ۱۰۷-۱۳۴.

۳۳) ملکی مین باش رزگاه، م.، افشاری زاده جعفری، ا. (۱۳۹۶). خوشه بندی و بررسی تطبیقی چشم انداز، مأموریت و ارزش های شرکت‌های بین‌المللی و داخلی در صنایع غذایی با استفاده از رویکرد متن‌کاوی، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۷(۴): ۱۶۳-۱۷۹ (http://jbmp.sbu.ac.ir/issue/viewIssue/1059/60).

۳۴) زارعی، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، فیض، د.، سیاه سرانی، م. ع. (۱۳۹۶). مفهوم‌پردازی و اولویت بندی مولفه‌های هوشمندی رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان: پژوهش ترکیبی، مجله مدیریت نوآوری. ۶(۱): ۲۱-۴۴.

۳۵) قزوینی، ه.، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، م.** (۱۳۹۷)، شناسایی و اولویت‌بندی زیرآمیخته‌های بازاریابی با رویکرد بازاریابی اسلامی در ورود به بازارهای بین المللی (مورد مطالعه: کارخانجات گچ استان سمنان)، *نشریه اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۲(۲)؛ ۳۲۵-۳۴۵؛ http://smt.journals.isu.ac.ir/article_2595.html.

۳۶) بلوچی، ح.، **ملکی مین باش رزگاه، م.**، فیض، د.، حسنقلی پور یاصوری، طهمورث (۱۳۹۷). بررسی تأثیر استراتژی‌های رقابتی، ادراک از محیط پویا و جهت‌گیری بازار بر عملکرد با تعدیلگری زیرکی بازار (مورد مطالعه صنعت لبنیات). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۴۹ (۳): ۴۸۶-۴۷۳.

۳۷) رستمی، م.، فیض، د.، زارعی، ع.، رستگار، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م** (۱۳۹۷). عوامل تأثیرگذار بر برندسازی اسلامی. مدیریت اسلامی، ۲۶ (۲): ۴۰-۱۱.

۳۸) رستمی، م.، فیض، د.، زارعی، ع.، رستگار، ع.، **ملکی مین باش رزگاه، م** (۱۳۹۷). طراحی چارچوب مفهومی برندسازی اسلامی برای ورود به بازارهای جهانی در صنایع جمهوری اسلامی ایران. راهبرد اجتماعی – فرهنگی، ۷ (۲۶): ۱۵۰-۱۲۵.

۳۹) ملکی مین‌باش‌رزگاه، م.، شهریاری، م.(۱۳۹۶). استفاده از شبکه های اجتماعی برای کسب و کار در ایران: چالشها و فرصتها. مجله جهانی رسانه، ۱۲ (۲): ۱۰۸-۸۹.

۴۰) ملکی مین‌باش‌رزگاه، م.، امینی خیابانی، غ.، محمدی، م. (۱۳۹۷). نقش رهبری راهبردی در فعالیت‌های صنعت بانکداری، با میانجی‌گری بازاریابی داخلی. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۶ (۲۱)، ۲۰۹-۲۲۶

۴۱) ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی، امینی خیابانی، غلامرضا؛ خوانساری، یحیی (۱۳۹۸) ارزش‌سازی ظرفیت‌های بازاریابی با تأکید بر کارآفرینی محوری و بازارمحوری؛ نقش میانجی نگرش نوآورانه. *فصلنامه مدیریت بازرگانی*، ۱۰(۱): ۱۰۴-۸۷.

۴۲) بلوچی, حسین, **ملکی مین باش رزگاه, مرتضی**, فیض, داود, حسنقلی پور, طهمورث. (۱۳۹۸). قیمت‌گذاری راهبردی و اثر آن بر عملکرد شرکت .*تحقیقات بازاریابی نوین*، ۹(۱): ۱۴-۱؛ doi: 10.22108/NMRJ.2019.106390.1424

۴۳) زارعی عظیم الله، شاکری مهدی، آذر عادل، **ملکی مین باش رزگاه، مرتضی** (۱۳۹۸). ارائه یک مدل ریاضی برای تحلیل ریسک‌های تعاملی سیستم زنجیره تأمین دارو با استفاده از شبکه‌های باور بیزی. پژوهش های مدیریت منابع سازمانی ۹ (۱) :۱۴۱-۱۶۳؛ http://journals.modares.ac.ir/article-28-29402-fa.html

۴۴) بلوچی حسین، **ملکی مین باش رزگاه، مرتضی،** فیض داود، حسنقلی پور طهمورث (۱۳۹۸). بررسی تأثیر قابلیت های پویا بر عملکرد سازمانی با میانجی‌گری قابلیت‌های بازاریابی و فنی و بررسی نقش تعدیل‌گر تغییرات محیطی. *نشریه علمی راهبردهای بازرگانی-دانشور رفتار سابق.* ۱۶ (۱۳) :۱۱۸-۹۹؛

۴۵) **ملکی مین باش رزگاه، مرتضی،** ورمقانی، مریم، باقری قره بلاغ، هوشمند. (۱۳۹۸). خلق مزیت رقابتی: واکاوی ابعاد مدیریت منابع انسانی سبز بر مدیریت زنجیره تأمین سبز با نقش تعدیل‌گری نوجویی سبز در شرکت‌های صنعتی .*پژوهشنامه مدیریت اجرایی.* ۱۱(۲۱): ۱۲۹-۱۵۲: doi: 10.22080/jem.2019.15978.2849

۴۶) باقری، ابراهیم، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** فیض، داود، زارعی، عظیم (۱۳۹۸)، طراحی مدل مدیریت گردشگری قومی در ایران، *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری* ۸(۲۹): ۲۳۳-۲۵۳.

۴۷) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** باقری قره‌بلاغ، هوشمند، عین‌علی، محسن (۱۳۹۸). تأملی بر نقش تعدیلگری اخلاق کار اسلامی و سرمایهٔ روان شناختی در تأثیر نقش سرپرستی ظالمانه بر رفتارهای انحرافی کارکنان ادارات دولتی استان سمنان، نشریه علمی مدیریت اسلامی، ۳(۷۷): ۱۴۱-۱۶۱

۴۸) رستگار، عباسعلی، سبک رو، مهدی، **ملکی مین‌باش‌رزاه، مرتضی،** باقری قره‌بلاغ، هوشمند (۱۳۹۸). تاثیر مدیریت منابع انسانی سبز بر عملکرد زیست محیطی کارکنان هتل. دوفصلنمه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۷(۱۴): ۱۲۷-۱۴۸؛ http://journalitor.ir/Article/13981016204543

۴۹) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** فیض، داود، مرادی، هادی (۱۳۹۹) تقویت رفتار فرانقش مشتریان در محیط کسب و کار دیجیتال از طریق شخصیت و تجربه برند، نشریه علمی مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۳۱، ۱۵۳-۱۸۴.

۵۰) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** باقری قره‌بلاغ، هوشمند (۱۳۹۸) تاملی بر پیشآیندها و پسآیندهای ناهمسانی شناختی پس از خرید در میان مصرف‌کنندگان کالاهای تندمصرف، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی ۱۸(۳۹)؛ ۱۲۱-۱۴۰.

۵۱) فیض، داود، زارعی، عظیم، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** شعبانی نعیم‌صوفیانی، عاطفه (۱۳۹۸)، نقش بازی‌وارسازی به عنوان استراتژی خلق رشد در مدل پذیرش نوآوری تحول‌آفرین در نرم‌افزارهای کاربردی پرداخت موبایلی (مورد مطالعه؛ دانشجویان دانشگاه گیلان)، فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت توسعه فن‌آوری ۷(۳)؛ ۶۳-۹۰.

۵۲) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** زارعی، عظیم، فیض، داود، شرفی، وحید (۱۳۹۸)، اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات نوین بازاریابی، ۹(۴)؛ ۱-۱۴.

۵۳) مروی، محمدحسین، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** زارعی، عظیم، شجاعی باغینی، گلنار (۱۳۹۹). موانع موثر بر قصد خرید سبز: رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری. مطالعات رفتار مصرف‌کننده، ۸(۱): ۳۸ - ۵۸ (http://cbs.uok.ac.ir/article_61709.html).

۵۴) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** باقری قرهبلاغ، هوشمند، عینعلی، محسن (۱۳۹۹). تبلیغات رسانه‌های اجتماعی؛ واکاوی نقش اطلاع دهندگی، تصویر اجتماعی و خلاقیت در تبلیغات بر قصد خرید (مورد مطالعه: مشتریان محصولات تولیدی شرکت مجید). مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۸(۲)؛ ۵۰-۶۰. http://sportmedia.journals.pnu.ac.ir/article_6851.html

۵۵) رستگار, عباسعلی, **ملکی مین باش رزگاه,** مرتضی, باقری قره بلاغ ,هوشمند, جباری, اقبال. (۱۳۹۹). تأملی بر مدیریت منابع انسانی سبز: نقش تعدیلگری نوجویی بازاریابی در رابطهٔ بین درگیری کارکنان با مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت هتلداری .*گردشگری و توسعه*، ۹ (۳): ۲۲۵-۲۴۸: doi: 10.22034/jtd.2019.188059.1754

۵۶) کلوشانی، معین، فیض، داود، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، زارعی، عظیم (۱۳۹۹). ظراحی مدل همراستایی ابزارهای اهداف بازاریابی رسانه‌های اجتماعی شرکت‌های استارت‌آپی، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی ۱۹(۴۳)؛ ۱۲۰-۱۴۸ (http://jbmp.sbu.ac.ir/article_100736.html)

۵۷) افشاری‌زاده جعفری، امید، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، زارعی، عظیم، شفیعی نیک‌آبادی، محسن (۱۴۰۰) طراحی سیستم رتبه‌بندی محصولات خریداری شده بر اساس نظرات مصرف‌کنندگان و متخصصین با استفاده از رویکرد تحلیل احساسات مبتنی بر ویژگی، پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری، ۶(۲)؛ ۲۰-۴۷: http://journal.saim.ir/article_243741.html.

۵۸) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، باقری قره بلاغ، هوشمند، محمدی، فاطمه، عین‌علی، محسن (۱۳۹۹)، واکاوی نقش عوامل جمعیت‌شنختی (سن و جنسیت) و روانشناختی بر نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به مصرف محصولات کشاورزی ارگانیک در شهر ارومیه، مجله پژوهشها ترویج و آموزش کشاورزی ۱۳(۲)؛ ۶۹-۸۰: (http://jaeer.srbiau.ac.ir/article_16311.html)

۵۹) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، باقری قره بلاغ، هوشمند (۱۴۰۰)، تاب‌آوری در برابر اطلاعات منفی: واکاوی عوامل موثر بر هویت‌یابی مشتری با برند در صنعت هتلداری، گردشگری و توسعه، ۱۰ (۴)؛ ۵۱-۶۲؛ (http://www.itsairanj.ir/article_131564.html)

60) Feiz, D., Zarei, A. Maleki Minbashrazgah, M., Shabaani, A. (2021), typology of the Growth Hacking Strategies along the Growth Hacking Funnel, Iranian Journal of Management Studies 14(2): 331-346.

۶۱) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، ورمقانی، مریم (۱۳۹۹)، شناسایی پیشامدها و پیامدهای تردید سبز (مورد مطالعه: مصرف-کنندگان شرکت الماس سبز خزر، نشریه راهبردهای بازرگانی ۱۷(۲۵): ۲۰۵-۲۲۷ (http://cs.shahed.ac.ir/article_3237.html)

۶۲) باقری قره‌بلاغ، هوشمند، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، آذر، ،عادل، زارعی، عظیم (۱۴۰۰)، تاملی بر ناهمسانی شناختی پس از خرید: واکاوی عوامل موثر بر رفتار خرید مصرف کنندگان پوشاک مد، *چشم‌انداز مدیریت بازرگانی*، ۴۵ (۷۸)، ۱۳ – ۳۸ (doi: 10.29252/jbmp.2021.220640.1022).

63) Maleki MinbashRazgah, M., Bagheri, Gharbollagh, H., Varmaghani, M. (2022). Brand-specific transactional leadership: the effects of brand-building behaviors on employee-based brand equity in the insurance industry. *kybernetes* 51(7): 2326-2342 . https://doi.org/10.1108/K-03-2021-0201

۶۴) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، رستگار، عباسعلی، عین‌علی، محسن، باقری قره‌بلاغ، هوشمند (۱۴۰۰). تاملی بر نقش ترومای سازمانی بر بدبینی سازمانی با تقش تعدیلگر سرمایه روان‌شناختی (مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه سمنان). فرهنگ در دانشگاه اسلامی ۱۱(۱)؛ ۱۱۷-۱۳۶. (**http://ciu.nahad.ir/article_1058.html**)

۶۵) رستگار، عباسعلی، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، قزوینی، هادی (۱۴۰۰). فعالیت بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و قصد مشتری: نقش میانجی ارزش ادراک شده و رضایت مشتری. کاوشهای مدیریت بازرگانی ۱۳(۲۶): ۵۳۳-۵۶۰. doi:10.29252/bar.2022.14729.3675.

۶۶) فیض، داود، اصغری نجیب، مریم، علی‌پور، سیما، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی** (۱۴۰۰) اثربخشی تبلیغات مبتنی بر واقعیت مجازی در ایجاد نقشه همدلی مشتری، کاوشهای مدیریت بازرگانی ۱۴(۲۹): ۱۸۱-۲۱۲.

۶۷) زنگیان، سمیه، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، زارعی، عظیم (۱۴۰۰). شناسایی ابعاد استراتژیک کسب و کار دیجیتال جهت ورود به بازارهای بین‌المللی (۱۴۰۰). نشریه علمی مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی ۵(۱): ۴۵-۷۸. DOI:10.22034/JIBA.2021.47787.1766

۶۸) رستگار، عباسعلی، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، عین‌علی، محسن، باقری قره‌بلاغ، هوشمند (۱۴۰۰). عملکرد نوآورانه؛ واکاوی نقش قابلیتهای زیرساختی و عجین شدن با شغل بر تطبیق‌پذیری شغلی و رفتار نوآورانه کارکنانِ وزارت ورزش و جوانان، چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۱۳ (۱): ۱۶۱-۱۷۶. https://jpap.sbu.ac.ir/article_101758.html.

۶۹) رحیمی، مریم، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی** (۱۴۰۱)، طراحی الگوی اکوسیستم بازاریابی بین‌المللی برای صنعت تولید و فرآوری پسته در ایران، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۹ (پیاپی ۱۷): ۳۵ - ۴۵ .

۷۰) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، علی‌پور، سیما، اصغری نجیب، مریم (۱۴۰۱). شناسایی الگوهای ذهنی تعامل کسب و کارهای بنگاه به بنگاه در لینکدین با استفاده از روش کیو، *نشریه مدیریت بازرگانی*، ۱۴ (۴): ۶۲۵ - ۶۴۶ .

۷۱) زنگیان، سمیه، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، زارعی، عظیم (۱۴۰۱). استراتژی کسب وکار دیجیتال برای ورود به بازارهای بین المللی مبتنی بر پارادایم رایانش ابری، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۴ (۲۸): ۳۱۷ - ۳۵۳ .10.22080/JEM.2022.20978.3492

۷۲) محمدی‌زاده، عبدالکریم، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، کریمی، اوژن (۱۴۰۱)، ارائه الگوی بهینه فروش مبتنی بر برنامه‌ریزی منابع سازمانی در صنعت پتروشیمی، *مطالعات راهبردی در صنعت نفت انرژی* ... (...): .... - .... . (پذیرش شده).

۷۳) باقری قره‌بلاغ، هوشمند، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، آذر، ،عادل، زارعی، عظیم (۱۴۰۱)، الگوی گوناگونی نسل ها در رفتار مصرف کننده و تبیین آن با تأکید بر نگرش به آمیختهٔ بازاریابی (مورد مطالعه: برند پوشاک)، *نشریه علمی مدیریت برند*، ... (...): .... - .... . (Doi: 10.22051/bmr.2022.40213.2335).

۷۴) عارفی، امین، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فتحی، محمدرضا (۱۴۰۱) بخش‌بندی راهبردی شرکت‌ها جهت پذیرش سیستم تدارکات الکترونیکی دولت، دوماهنامه بررسی‌های بازرگانی، ۲۰ (۱۱۵): ۶۷-۸۴. Doi: 10.22034/BS.2022.254025.

۷۵) اصغری نجیب، مریم، فیض، داود، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، زارعی، عظیم (۱۴۰۰). شناسایی چهارچوب گفتمانی راهکارهای ماقبله با تغییرات اقلیی مبتنی بر هوش مصنوعی: تحلیل اکتشافی از کسب‌وکارهای B2B، نشریه علمی راهبردهای بازرگانی ۱۸ (۱۸): ۱۸۳-۲۰۱: Doi: 10.22070/CS.2023.17247.1274.

۷۶) ورمقانی، مریم، زارعی، عظیم، فیض، داود و **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی** (۱۴۰۲). طراحی مدل هوشمندی برند در استارت‌آپ‌های گردشگری: رویکردی آمیخته، مطالعات مدیریت گردشگری ۱۸(۶۲): .... - .....: Doi: 10.22054/tms.2023.73204.2832

۷۷) قزوینی، هادی، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، فیض، داود، دهقانی سلطانی، مهدی (۱۴۰۲). طراحی مدلی از بازیگران اکوسیستم نوآوری جهت ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای بین‌مللی، نشریه توسعه ارآفرینی .... (....): ..... - ..... . (پذیرش شده).

۷۸)

مقالات ارائه شده در نشریات علمی– ترویجی و علمی تخصصی مورد تایید وزارت علوم

1) Feiz, D., Maleki Minbashrazgah, M., Zargar, S.M. (2008), Measuring Service Quality: Iran Railway, SCMS Journal of Indian Management, 7(3): 68-88, www.scmsgroup.org.
2) Maleki Minbashrazgah, M., Akbarzadeh pasha, M (2012), Ethical Challenges: Customers' Rights; Elaborate upon Ethical Considerations for Consumers, SCMS Journal of Indian Management, 9 (4): 5-21 , www.scmsgroup.org.

۳) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، م.**، کریم‌نیا، ز.، دهقانی سلطانی، م. (۱۳۹۳). خرید آنی در محیط خرده فروشی در چارچوب مدل SOR (موردمطالعه: فروشگاه های لوازم آرایشی و بهداشتی شهر تهران). مدیریت بازاریابی. ۱ (۲): ۵۹-۴۶.

۴) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، فارسی زاده، ح.، بلوچی، ح. ۱۳۹۳. بررسی تاثیر مدیریت دانش مشتری بر تمایل به خرید اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سمنان). فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج. ۹ (ویژه نامه مدیریت دانش). ۲۶-۱۳.

۵) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، اسدزاده، م.، ۱۳۹۴. تاثیر تبلیغات از طریق پیام کوتاه بر ابعاد مختلف ارزش ویژه نام تجاری در صنعت بیمه. بررسی های بازرگانی. ۷۲: ۷۰-۵۹.

۶) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، زنگیان، س. ۱۳۹۲. سنجش الگوی تعاملی قابلیت نوآوری با بقای شرکت های کوچک و متوسط با میانجیگری کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت مواد غذایی تهران همبرگر). فصلنامه صنعت و دانشگاه. ۶ (۲۱ و۲۲). ۷۱-۶۱.

۷) صفوی جهرمی، گ.، شفیعی نیک آبادی، م.، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، م.** ۱۳۹۴. تجزیه و تحلیل و رتبه بندی موانع آموزشی اجرای یادگیری الکترونیک برای آموزش منابع انسانی در سازمان های دولتی (مورد مطالعه: سازمان های ولتی سمنان). فصلنامه مطالعات منابع انسانی. ۵ (۱۸): ۱۷۸-۱۶۳.

۸) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، شرفی، و. ۱۳۹۶. بررسی رابطه بین بازاریابی رابطه ای موسسات خیریه و تمایل به اهدای کمک از سوی خیرین با نقش تعدیل گر هویت فرهنگی- محلی در شهر ایلام. فرهنگ ایلام. ۱۸ (۵۴ و ۵۵): ۷۲-۵۸.

۹) حمزئیان، عظیم، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، باقری قره بلاغ، هوشمند، عین‌علی، محسن (۱۳۹۸). تاثیر سبک‌های رهبری بر رفتار نوآورانه؛ نقش تعدیلگر درگیری شغلی. فصلنامه مطاعات منابع انسانی. ۹(۲)؛ ۸۹-۱۱۰؛ http://www.jhrs.ir/article_101358.html

۱۰)

کتاب‌ها

۱) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، خدادای، س.، و اکبرزاده، م. (۱۳۹۳). سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری در هوشمندی کسب‌وکار، نویسنده: ویکی ال ساوتر، انتشارات دانشگاه سمنان.

۲) **ملکی مین باش رزگاه، م.**، صفوی، گ. (۱۳۹۴). تجارت الکترونیکی، نویسنده: گری پی. اشنایدر، انتشارات دانشگاه سمنان.

مقالات چاپ شده در سمینارها

۱) ممبینی، ه.، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، جمشیدی، ل. (۱۳۹۴). مروری بر سیر تکاملی سیستمهای اطلاعاتی درمانی : تاریخچه، تعاریف، مدل و ادبیات. همایش ملی پژوهش‌های مدیریت، تهران.

۲) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، زنگیان، س.، زحمتکش، م. (۱۳۹۲) طراحی وارائه مدل مفهومی تأثیر نوآوری استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی باتأکید برنقش یادگیری سازمانی، دهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک، تهران.

۳) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، بلوچی، ح.، دهقانی سلطانی، م.، فارسی‌زاده، ح. (۱۳۹۴). مدیریت روابط استراتژیک و بازاریابی برند خدماتی در صنعت بیمه، اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات. دانشگاه سمنان، سمنان.

۴) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، هواسی، ج.، شرفی، و.، زنگیان، س. (۱۳۹۴). نقش بازاریابی خیرخواهانه بر جذب مشتریان در صنعت بیمه با تبیین نقش میانجی متغیرهای توجه به سود مشتری و توجه به رفاه جامع (مورد مطالعه: شعب بیمه ایران در شهر ایلام)، اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات. دانشگاه سمنان، سمنان.

۵) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی**، احسانی، ر.، زنگیان، س.، شرفی، و. (۱۳۹۴). شناسایی الگوهای ذهنی افراد نسبت به آمیزه های نوآوری درموفقیت ارتباط با مشتری در صنعت بیمه(مورد مطالعه : شرکت بیمه البرز)، اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات. دانشگاه سمنان، سمنان.

۶) گل‌ارضی، غ.، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** شهریاری، م.(۱۳۹۴). رضایت مشتری، عملکرد مالی و ارزش ایجاد شده برای سهامداران در شرکت های بیمه ، اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات. دانشگاه سمنان، سمنان.

۷) بالدران، م.، رستگار، ع.، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی.** (۱۳۹۴). بررسی تا ثیر بازاریابی داخلی بر فرهنگ برند در بیمه ایران در شهر تهران ، اولین کنفرانس ملی بازاریابی خدمات. دانشگاه سمنان، سمنان.

۸) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** فارسی‌زاده، ح.، بلوچی، ح. (۱۳۹۴). توسعه و گسترش هوشمندی مدیریت ارتباط با مشتری در محیط بازارهای صنعتی، اولین همایش ملی بازاریابی؛ فرصت‌ها و چالش‌ها، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد.

۹) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** آقایان، س. (۱۳۹۱)، بررسی نقش نام تجاری در وفاداری مشتریان؛ مطالعه موردی کارخانجات گچ استان سمنان، دومین همایش ملی گچ، دانشگاه سمنان، سمنان.

۱۰) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** زنگیان، س.، قزوینی، ه. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر قابلیتهای مدیریت دانش بازاریابی بر عملکرد توسعه محصول، جدید)موردمطالعه :شرکت گچ امید سمنان، سومین همایش ملی گچ، دانشگاه سمنان، سمنان.

۱۱) اسلامی راد، ص. ، **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** قزوینی، ه. (۱۳۹۵). بررسی نقش مدیریت دانش در مدیریت ریسک پروژه‌های عمرانی، هشتمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش، تهران.

۱۲) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی.** زارعی، ع.، قزوینی، ه. (۱۳۹۵)، بررسی مولفه‌های تاثیرگذار بر عملکرد صادراتی واحدهای بازرگانی شرکت‌های گچ سمنان، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱، تهران.

۱۳) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** باقری قره‌بلاغ، ه.، اروجلو، ر. (۱۳۹۶)، رابطه بین رفتار شهروندی سازمانی با وفاداری کارکنان در محیط کار، رضایت کارکنان و مشتریان در صنعت بانکداری، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع، تهران.

14) Maleki Minbashrazgah, M., Maleki, F. (2017). Brand image, country of origin or brand reputation: who will reach the finish line (a research in Iran's cosmetic market). 6th international conference on accounting and management with modern research sciences.

۱۵) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** علی‌پور، سیما، اصغری نجیب، مریم (۱۴۰۰). *تدوین مدل کسب و کار شرکت‌ها بر اساس نقش اینترنت اشیاء در بحران کرونا (مورد مطالعه؛ آموزشگاه‌های مبتنی بر وب).* همایش ملی مدیریت کسب و کار در شرایط بحران و عدم اطمینان. دانشگاه کردستان.

۱۶) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** محبوبی جویباری، فاطمه زهرا (۱۴۰۰). *بررسی نقش بازاریابی شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات دهان به دهان بر قصد خرید: نقش میانجی درگیری ذهنی و اعتماد مشتری و وفاداری و آگاهی از برند.* اولین کنفرانس بین‌المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، موسسه آموزش عالی ادیب مازندران.

۱۷) **ملکی مین‌باش‌رزگاه، مرتضی،** قزوینی، هادی (۱۴۰۰). رتبه بندی عوامل محیط کلان و شاخصهای آنها در ورود کارخانجات گچ سمنان به بازارهای منطقه خاور میانه. اولین کنفرانس بین‌المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری، موسسه آموزش عالی ادیب مازندران.