

به نام خداوند جان و خرد



دکتر سید حمید خداداد حسینی
Sayed Hamid Khodadad Hosseini- PhD
دانشگاه تربیت مدرس
Tarbiat Modares University



اطلاعات فردی:

نام و نام خانوادگی: سید حمید خداداد حسینی

استاد تمام - پایه ۴۲، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس
آدرس: دانشکده مدیریت و اقتصاد

دانشگاه تربیت مدرس، تهران، صندوق پستی ۳۳۷-۱۴۱۵۵،

تاریخ استخدام: ۱۳۷۷/۶/۱۵

تلفن: ۸۲۸۸۴۶۳۴ نمابر: ۸۲۸۸۴۶۷۳ - ۲۱.

پست الکترونیک: Khodadad@modares.ac.ir

(۱) سوابق تحصیلی:

مقطع	نام دانشگاه	رشته تحصیلی	تاریخ فارغ التحصیلی
• کارشناسی	علامه طباطبائی	مدیریت صنعتی	۱۳۶۷
• کارشناسی ارشد	تهران	مدیریت بازرگانی-صنعتی	۱۳۷۰
• دکتری	ملبورن - استرالیا	مدیریت بازرگانی	۱۳۷۶

- مدیر گروه مدیریت بازرگانی دانشکده مدیریت و اقتصاد (از سال ۱۴۰۲- ادامه دارد)
- معاون برنامه ریزی، نظارت، و فناوری اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۴۰۱-۱۴۰۳)
- رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد - دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۳۸۸-۱۴۰۲)
- مسئول راه اندازی دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۳۸۶-۱۳۸۸)
- رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۲-۱۳۹۹)
- رئیس مرکز مطالعات مدیریت و توسعه فناوری- وابسته به دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۰-۱۳۸۸)
- عضو کمیته بهره وری دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۴۰۳- ادامه دارد)
- عضو هیات ممیزه دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۵-۱۳۹۱)
- معاون آموزشی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس (۸۶-۸۸)
- مدیر گروه مدیریت دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۲-۱۳۸۶)
- عضو شورای هدایت و نظارت طرح ارتقا و طراز دانشگاه تربیت مدرس از سال ۱۴۰۰ - ادامه دارد
- مشاور پارک علم و فناوری دانشگاه تربیت مدرس از سال ۱۴۰۰ - ۱۴۰۳
- عضو هیات امنای موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه ریزی از سال ۱۴۰۰ - ۱۴۰۴
- عضو کمیسیون دائمی هیات امنای دانشگاه تربیت مدرس از سال ۱۴۰۱-۱۴۰۴
- رئیس کار گروه مدیریت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و شورای تحول علوم انسانی- شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۵-۱۴۰۳)
- عضو کار گروه مدیریت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و شورای تحول علوم انسانی- شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۴۰۳ - ادامه دارد)
- رئیس هیات مدیره انجمن علوم مدیریت ایران (۱۳۹۵- ادامه دارد)
- عضو هیات مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران (۱۳۸۹- ادامه دارد)
- رئیس کارگروه علوم انسانی و عضو کمیسیون بررسی نشریات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۱۳۹۲- ادامه دارد)
- رئیس کمیسیون تخصصی هیات ممیزه دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس
- رئیس کمیسیون تخصصی هیات ممیزه علوم اجتماعی دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۹۱-۱۳۸۵)
- عضو شورای نظارت، ارزیابی و بهبود عملکرد دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۹۳-۱۳۸۵)
- عضو شورای تحول اداری دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۹۳-۱۳۸۲)
- عضو شورای مرکزی طرح کاراد (کارآفرینی در دانشگاهها) وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۱۳۸۲-۱۳۸۹)
- عضو کمیسیون برنامه ریزی جامع آموزشی دانشگاه
- عضو شورای پژوهشی تحصیلات تکمیلی دانشکده علوم انسانی
- عضو شورای پژوهشی معاونت آموزش ناجا
- عضو شورای نظارت و سنجش دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس

- دبیر علمی همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور ۱۳۸۴
- دبیر علمی همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور ۱۳۸۶
- شرکت سایپا یدک (مشاور امور اقتصادی و بازرگانی)
- مشاور مدیر عامل بانک توسعه صادرات ایران
- نماینده ایران در سازمان ملی بهره‌وری آسیایی APO (۱۳۹۲-۱۳۹۳)
- رئیس کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری پنجمین جشنواره فارابی ۱۳۸۹-۱۳۹۰
- رئیس کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری ششمین جشنواره فارابی ۱۳۹۰-۱۳۹۱
- عضو کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری هفتمین جشنواره فارابی ۱۳۹۶-۱۳۹۵
- عضو کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری هشتمین جشنواره فارابی ۱۳۹۷-۱۳۹۶
- دبیر کمیته علمی مدیریت و امور خیر، اولین همایش ملی خیر ماندگار ۱۳۹۵
- عضو شورای راهبری آموزش و بهسازی منابع انسانی دیوان محاسبات کشور ۱۳۹۵-۱۴۰۰
- عضو شورای پژوهشی بانک شهر ۱۳۹۵-۱۳۹۸
- رییس پانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۳۹۷- دانشگاه تربیت مدرس
- رییس شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۳۹۸- دانشگاه شهید بهشتی
- رییس شورای سیاستگذاری شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۳۹۹- دانشگاه الزهرا
- رییس شورای سیاستگذاری هفدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۴۰۰- دانشگاه شهید بهشتی
- رییس شورای سیاستگذاری هجدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۴۰۰- دانشگاه علامه طباطبایی
- رییس شورای سیاستگذاری نوزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۴۰۱- دانشگاه تربیت مدرس
- رییس شورای سیاستگذاری بیستمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۴۰۲- دانشگاه تهران
- رییس شورای سیاستگذاری بیست یکمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت ۱۴۰۴- دانشگاه الزهرا
- عضو شورای پژوهشی دافوس ناجا (۱۳۸۲-۱۴۰۰)
- عضو شورای پژوهشی پژوهشکده راهبردی سازمات تحقیقات ناجا (۱۳۹۴- ادامه دارد)
- سردبیر مجله پژوهش‌های مدیریت در ایران (از سال ۱۴۰۱ - ادامه دارد)
- سردبیر فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی-ناجا (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- سردبیر مجله آموزش در علوم انتظامی ناجا (۱۳۹۰ از سال - ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله پژوهش‌های مدیریت در ایران (۱۳۸۶- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله راهبرد های بازرگانی (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله مدیریت راهبردی (۱۳۹۴- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله مطالعات مدیریت بازرگانی (۱۳۸۷- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی (۱۳۸۷- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله بین‌المللی علوم انسانی (۱۳۸۲- ادامه دارد)

- عضو هیات تحریریه مجله توسعه کارآفرینی (۱۳۸۹- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله علوم مدیریت ایران (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله علوم انتظامی (۱۳۸۲- ادامه دارد)
- عضو هیات مدیره خیریه حق معلوم دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۴۰۱- ادامه دارد)
- عضو و نایب رییس بنیاد خیرین و حامیان دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۴۰۲ - ادامه دارد)

۳) زمینه های مطالعاتی و علایق تحقیقاتی:

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------------|
| ۱- برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک | ۵- بازاریابی و مدیریت بازار |
| ۲- مدیریت استراتژیک علم و فناوری | ۶- سیاستگذاری در صنعت |
| ۳- مدیریت استراتژیک پروژه و ساخت | ۷- روش شناسی تحقیق |
| ۴- خلاقیت و نوآوری در سازمانها | ۸- ساختار سازمانی و باز طراحی فرآیندها |

۴) تالیف و ترجمه کتاب:

- مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک: رویکردی جامع (با تجدید نظر و اضافات)، تالیف، انتشارات صفار. تهران. چاپ پنجم ۱۳۹۹.
- کسب و تجارت الکترونیک: رویکردی مدیریتی، چاپ چهارم، تالیف، انتشارات سمت، تهران ۱۳۹۶.
- ده کارآفرین منتخب دنیا: سرگذشت و تجارب، تالیف، انتشارات همای دانش ۱۳۸۸.
- تبلیغات، از تئوری تا عمل؛ تالیف، انتشارات، نگاه دانش، چاپ دوم ۱۳۹۷
- کتاب تعالی بازاریابی: مفهوم پردازی، الگو سازی، معیارها، و روش ارزیابی، تالیف و تصنیف، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ۱۳۹۲
- مدیریت جامع برند : مکاتب، ارزش گذاری و توسعه برند ملی، تالیف و ترجمه، انتشارات مطالعات فرهنگی، چاپ پنجم، ۱۴۰۰
- مدیریت استراتژیک برند، تالیف، انتشارات نگاه دانش، نوبت ششم ۱۴۰۱.
- اقتصاد یادگیرنده، انتشارات دانشکاه امام علی (ع)، ۱۳۹۴
- راهبری استراتژی دیجیتال بازنديشي : کسب و کارهای نوین، ترجمه، انتشارات نگاه دانش ۱۴۰۰

- استراتژی پیوسته: ایجاد روابط مستمر با مشتری برای خلق مزیت رقابتی، ترجمه، شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۴۰۳.

۵) طرحهای تحقیقاتی-کاربردی انجام شده:

- 1) تدوین سند تحول راهبردی نظام آموزش عالی کشور (مدیر پروژه)
- 2) طرح تدوین سند ملی راهبردی مقابله با تهدیدات زیستی (مدیر پروژه)
- 3) تدوین سند علم و فناوری کشور (مدیر گروه)
- 4) تدوین برنامه راهبردی پژوهشگاه ملی مهندسی ژنتیک و زیست فناوری (مدیر پروژه)
- 5) پروژه تدوین استراتژی بخش معدن در کشور (قائم مقام مدیر پروژه و مدیر کمیته متدولوژی و تلفیق طرحها)
- 6) طراحی و تدوین طرح جامع بانک سرمایه: آینده پژوه، برنامه راهبردی، بازاریابی و مزیت رقابتی (مدیر پروژه)
- 7) برنامه ریزی جامع گروه صنعتی باتری سازی سپاهان "آسیب شناسی، بهینه سازی، طراحی و تدوین برنامه راهبردی در سطح ملی و بین المللی" (مدیر پروژه)
- 8) برنامه راهبردی بازاریابی بانک ملی ایران (مدیر پروژه)
- 9) برنامه ریزی استراتژیک دانشگاه تربیت مدرس (مدیر پروژه)
- 10) طراحی و تدوین استراتژی صندوق قرض الحسنه و پس انداز قوامین - ناجا (مجری)
- 11) طراحی و پیاده سازی فرآیند برنامه ریزی استراتژیک در مرکز آمار ایران (مدیر پروژه)
- 12) طرح تدوین برنامه راهبردی مرکز آمار ایران (مدیر پروژه)
- 13) طرح تدوین برنامه راهبردی بانک سپه (مدیر پروژه)
- 14) طرح بهبود منزلت اجتماعی کارکنان دولت (همکار اصلی)
- 15) طرح انتخاب دانشجویان مستعد دانشگاهی برای آموزش مهارتهای مدیریتی (همکار اصلی)
- 16) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی وزارت امور خارجه (مدیر گروه)
- 17) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی وزارت کار و امور اجتماعی (مدیر گروه)
- 18) بررسی و مطالعه تطبیقی تجارب کشورها در زمینه مشارکت بخش دولتی با بخش خصوصی در رابطه با ساخت آزاد راهها (مدیر پروژه)
- 19) طرح جامع بهبود نظام جامع نیروی انسانی اداره کل امور مالی و مخازن شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران (مدیر گروه)
- 20) ارزیابی عملکرد دستگاههای دولتی و طراحی سیستم بهینه (مدیر گروه)
- 21) طراحی مراکز پشتیبانی از خلاقیت ها - نوآوریها و ابتکارات نیروهای خلاق و شرکتهای کوچک صنعتی (آنکوباتورها) - (مدیر پروژه)
- 22) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی حوزه ستادی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی (مدیر پروژه)

- (23) طراحی ساختار کلان وزارت راه و ترابری (مدیر پروژه)
- (24) تعیین شاخصهای ارزیابی عملکرد نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران - ناجا (مدیر گروه)
- (25) توسعه آموزشهای علمی - کاربردی کشور (مجری)
- (26) طراحی مجدد ساختار و فرآیندهای سازمان هواپیمائی کشوری و شرکت فرودگاههای کشور (مدیر پروژه)
- (27) طراحی مجدد فرآیندهای صندوق قرض الحسنه بسیجیان (مدیر پروژه)
- (28) طراحی مجدد ساختار و فرآیندهای کلان شرکت برق منطقه ای خوزستان (مدیر پروژه)
- (29) آسیب شناسی ساختار و فرآیندهای بانک مسکن (مدیر پروژه)
- (30) طراحی ساختار و فرآیندهای تفصیلی شرکت شبکه برق ایران (مدیر پروژه)
- (31) طراحی مجدد ساختار و فرآیندهای بانک تجارت (مدیر پروژه)
- (32) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل وزارت تعاون (مجری پروژه)
- (33) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل سازمان ثبت و اسناد کشور (مجری پروژه)
- (34) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل وزارت راه و ترابری (مجری پروژه)
- (35) طرح چالشهای مدیران مناطق نفت خیز جنوب (مشاور و ناظر)
- (36) تحلیل وضع موجود بخش حمل و نقل کشور در مدیریت بحران (ناظر)
- (37) پروژه بهره وری سبز در شرکت ملی گاز ایران (مشاور)
- (38) طراحی مجدد فرآیندهای دانشگاه تربیت مدرس (مدیر پروژه)
- (39) بررسی نحوه قیمت گذاری در بازارهای الکترونیکی و عوامل موثر بر آن (مدیر پروژه)
- (40) ارزیابی توان برند بانک کشاورزی و ارائه راهکارهای بهبود آن (مدیر پروژه)
- (41) طراحی مجدد فرآیندهای ستاد اجرایی فرمان امام (ره) (مدیر پروژه)
- (42) طراحی مجدد فرآیندهای معاونت های آموزش، پژوهش و فناوری وزارت علوم تحقیقات و فناوری (مدیر پروژه)
- (43) بازمهندسی فرآیندهای کسب و کار و ساختار سازمانی سازمان املاک و اموال (ناظر طرح)
- (44) باز طراحی ساختار سازمانی مجتمع گاز پارس جنوبی (ناظر پروژه)
- (45) شناسایی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در بنگاه های کارآفرین صنایع غذایی (مدیر پروژه)
- (46) تدوین برنامه مدیریت ارتقا بهره وری در نظام اداری کشور (مدیر پروژه)
- (47) باز طراحی ساختار کلان دانشگاه تربیت مدرس ۱۴۰۱ (مدیر پروژه)

مقالات فارسی:

- 1) خداداد حسینی، سید حمید، طراحی الگویی برای جو نوآوری سازمان بعنوان یک متغیر مداخله گر، دانشور، شماره ۲۸، ۱۳۷۹، صص ۶۶-۵۷.
- 2) خداداد حسینی، سید حمید، بررسی ارتباط نوآوری تکنولوژیکی با موقعیت استراتژیک، ساختار و محیط بیرونی، مجله مدرس، دوره پنجم، شماره دوم، ۱۳۸۰، صص ۱۲۲-۱۱۷.
- 3) خداداد حسینی، سید حمید و فرهادی نژاد، محسن، بررسی فساد اداری و روشهای کنترل آن، مجله مدرس دوره پنجم، شماره اول، بهار ۱۳۸۰.
- 4) خداداد حسینی، سید حمید و مبارکی، حسن، طراحی الگوی بکارگیری سیستمها و فناوری اطلاعات و بررسی تاثیر آن بر موفقیت سازمانهای صنعتی، دانشور، شماره ۲، ۱۳۸۳.
- 5) خداداد حسینی، سید حمید، توسعه آموزشهای علمی - کاربردی: مفهوم، جایگاه و مدل مفهومی، پژوهش و برنامه ریزی و آموزش عالی، شماره ۲۵، پائیز ۱۳۸۱.
- 6) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، ارائه روشی برای اولویت بندی صنایع ایران بر مبنای قابلیت بازاریابی بین المللی در تجارت الکترونیکی، مجله پژوهشنامه بارزگانی، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۸۱.
- 7) خداداد حسینی، سید حمید و مبارکی، حسن، ابعاد سازمانی و کاربرد سیستم ها و فن آوری اطلاعات در سازمانهای صنعتی موفق، مجله مدرس، شماره ۶، پاییز ۱۳۸۱.
- 8) خداداد حسینی، سید حمید و شم آبادی، محمد علی؛ طراحی الگوی بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۴۲، ۱۳۸۴، صص ۷۹-۱۰۰.
- 9) خداداد حسینی، سید حمید و علی مهري؛ طراحی مدل مزیت رقابتی برای صنعت خودرو ایران، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۸۴.
- 10) خداداد حسینی، سید حمید؛ اسماعیل پور، رضا؛ و الهی، شعبان؛ طراحی و تبیین الگوی ساختار سازمانی متناسب با فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی IT/IS در صنعت قطعه سازی خودروی

ایران، مجله مدرس علوم انسانی (ویژه نامه مدیریت)، بهار ۱۳۸۵، صص ۱-۴۵.

- (11) خداداد حسینی، سید حمید و فرشاد گلستان، طراحی الگوی استراتژیک ورود به بازار جهانی: مورد صنعت خودروی ایران، مجله مدرس، شماره ۱، بهار ۱۳۸۵، صص ۲۱۳-۲۴۳.
- (12) خداداد حسینی، سید حمید، شهریار عزیزی، و شعبان الهی، شناسائی موانع و راهکارهای بکارگیری تجارت الکترونیک: مورد مطالعه شرکت ایران خودرو، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۷، ۱۳۸۴، صص ۶۳-۸۹.
- (13) خداداد حسینی، سید حمید و جواد حضوری، طراحی و تبیین مدلی برای نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی، مجله دانشور، شماره ۱۱، تیرماه ۱۳۸۴، صص ۳۷-۵۶.
- (14) رجب زاده، علی، خداداد حسینی، سید حمید، و پرویزیان، کوروش، طراحی سیستم ارزشیابی کارکنان در سیستم بانکی: با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتبی، مجله دانشور، ۱۳۸۴.
- (15) خداداد حسینی، سید حمید؛ فتحی، سعید؛ و الهی، شعبان؛ طراحی الگوی تاثیر فناوری اطلاعات بر سنجه های عملکرد مالی با رویکرد فرا تحلیل، بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره ۴۶، زمستان ۱۳۸۵، صص ۶۱-۸۳.
- (16) خداداد حسینی، سید حمید؛ فتحی، سعید؛ و الهی، شعبان؛ آرایه الگوی رابطه فناوری اطلاعات و عملکرد شرکتهای تجاری: فرا تحلیلی بر عوامل اندازه گیری در معمای بهره وری؛ پژوهشنامه بازرگانی؛ شماره ۴۲؛ بهار ۱۳۸۶، صص ۲۶۳-۲۹۹.
- (17) خداداد حسینی، سید حمید، محمدی مقدم، یوسف، قرائی احمد، عوامل درون سازمانی موثر بر توانمندی کارکنان گذرنامه فرودگاه امام خمینی (ره)، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره ۳، ۱۳۸۶، صص ۲۸۳-۲۹۵.
- (18) خداداد حسینی، سید حمید و شم آبادی، محمد علی؛ بازار یابی صادراتی فرش دستباف ایران: بررسی عوامل موثر و آسیب شناسی، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۴۳، تابستان ۱۳۸۶.
- (19) خداداد حسینی، سید حمید؛ قلیچ لی، بهروز؛ و مشبکی، اصغر؛ نقش سرمایه فکری در ایجاد مزیت رقابتی، دانشور، شماره ۳۲، ۱۳۸۷، صص ۱۲۴-۱۰۹.

- (20) توکلی غلامرضا؛ آذر، عادل؛ خداداد حسینی، سید حمید؛ تقوی، الهوردی؛ طراحی یک مدل غربالگری ریاضی برای انتخاب مساله های کلیدی در مدل تعالی بنیاد کیفیت اروپا (EFQM)؛ مجله مدرس علوم انسانی، دوره دوازدهم، شماره اول، ۱۳۸۷، صص ۳۲-۱.
- (21) خداداد حسینی، سید حمید؛ و رضوانی، مهران؛ طراحی مدل ارتباطات یکپارچه بازاریابی فازی: مطالعه موردی-صنعت تولید تجهیزات پزشکی و ورزشی، چشم انداز مدیریت، شماره ۲۹، زمستان ۱۳۸۷، صص ۸۹-۱۳۷.
- (22) خداداد حسینی، سید حمید؛ هندیانی، عبدا...، و رستمی مرادی، محمد صادق، عوامل فردی و سازمانی مور بر عدم کشف پرونده های قتل، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره چهارم، ۱۳۸۷، صص. ۴۷۳-۴۵۹
- (23) عزیزی، شهریار؛ روستا؛ احمد، خداداد حسینی، سید حمید؛ و اسدالله؛ هوشنگ، طراحی الگوی عوامل موثر بر عملکرد نیروی فروش با رویکرد معادلات ساختاری، چشم انداز مدیریت، شماره ۲۹، زمستان ۱۳۸۷، صص ۲۷۵-۲۵۳.
- (24) خداداد حسینی سید حمید ، شاه طهماسب اسماعیل، اصلاح الگوی مصرف مفهوم ضرورت و نقش مدیریت زمان ، فصلنامه نظارت و بازرسی ، دوره ۱۳۸۷، شماره ۶، زمستان ، صفحه ۷-۲۶ سال ۱۳۸۸
- (25) خداداد حسینی، سید حمید؛ کرد نایب، اسدا...؛ و شیرخدایی، میثم؛ عوامل موثر بر اعتماد مشتری در تجارت الکترونیک (مدل B2C)، مجله مدرس علوم انسانی، شماره دوم، ۱۳۸۸، صص ۹۳-۱۱۸ .
- (26) خداداد حسینی، سید حمید؛ سهرابی، روح الله؛ فن بازار، حلقه مفقوده نظام مدیریت و مبادلات تکنولوژی: طراحی و تبیین الگوی جامع در سطح ملی، پژوهشنامه مدیریت تحول، شماره ۱، ۱۳۸۸.
- (27) دانانی فرد حسن ، خداداد حسینی سید حمید ، نظام ملی نوآوری و ضرورتها و فرصتها ، مجله مدیریت و توسعه ، سیاست علم و فناوری « بهار ۱۳۸۸ - شماره ۵، صفحه - از ۶۵ تا ۸۰
- (28) خداداد حسینی سید حمید ، ناظری عبدالرضا ، بررسی شیوه های موثر نظارت و کنترل روسای کلانتریها بر عملکرد کارکنان ، مجله نظارت و بازرسی ، مقاله ۵، دوره ، شماره ۳، بهار ۱۳۸۷، صفحه ۸۹-۱۱۰، سال ۱۳۸۸

- (29) خداداد حسینی، سید حمید؛ و رضوانی، مهران؛ مدلسازی آمیخته بازار یابی فازی: مطالعه موردی صنعت باتری خودرو؛ مجله پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۱، تابستان، ۱۳۸۸، صص ۲۴۱-۲۷۷.
- (30) خداداد حسینی سید حمید ، متقی پیمان ، مهندسی فرهنگ کسب و کار در ایران فصلنامه پژوهش فرهنگی مطالعات فرهنگ - ارتباطات بهار ۱۳۸۸ - شماره ۳۷ (22 ISC صفحه - از ۳۹ تا ۶۰)
- (31) رضوانی، مهران، ، خداداد حسینی، سید حمید؛ آذر، عادل: تاملی بر مبانی پارادایمیک و پارادایم نگاری در مطالعات میان رشته ای (مورد مطالعه: بازار یابی کارآفرینانه)، فصلنامه مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره دوم، شماره اول، زمستان ۱۳۸۸، صص.۱۱۹-۱۴۷.
- (32) شیر خدائی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید؛ آذر، عادل، و احمدی، پرویز؛ مفهوم پردازی "سرامدی بازاریابی" در شرکت های تولیدی با رویکرد کیفی؛ چشم انداز مدیریت، شماره ۳۱؛ تابستان ۱۳۸۸؛ صص ۴۳-۶۲.
- (33) رضوانی، مهران، ، خداداد حسینی، سید حمید؛ آذر، عادل، احمدی، پرویز، مفهوم پردازی بازاریابی کار آفرینانه بین المللی در بنگاه های کار آفرین ایرانی: بخش صنایع ایرانی، توسعه کارآفرینی ، شماره پنجم، پاییز ۱۳۸۸، صص ۳۱-۵۴
- (34) دانایی فرد، حسن، حضوری، محمد جواد، خداداد حسینی، سید حمید، آذر، عادل، فروهی، مهشید، طراحی نظام نامه عملکرد سازمانی نیروی انتظامی، فصلنامه دانش انتظامی، شماره ۴۰۳، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، صص ۴۸-۶۲.
- (35) شاه طهماسبی، اسماعیل، و خداداد حسینی، سید حمید. اندازه گیری و تحلیل حساسیت کارایی نسبی صادرات غیر نفتی ایران در مقایسه با کشور های منتخب، رویکرد DEA . فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره های ۱۷ و ۱۸، تابستان و پاییز ۱۳۸۸، صص ۱۱۹-۱۳۷.
- (36) کوزه چیان، هاشم، محمد احسانی، خداداد حسینی، سید حمید، و حسینی، سید عماد، ارزیابی مولفه های آمیخته بازاریابی لیگ برتر فوتبال ایران: از دیدگاه مدیران سازمان تربیت بدنی و فدراسیون فوتبال، مدیریت ورزشی، شماره ۵، تابستان ۱۳۸۹، صص ۵-۱۹.
- (37) کوزه چیان، هاشم؛ احسانی، محمد؛ خداداد حسینی، سید حمید؛ حسینی، سید عماد، ارزیابی مولفه های آمیخته بازاریابی (VP) لیگ برتر فوتبال ایران ، از دیدگاه مدیران سازمان تربیت بدنی و فدراسیون فوتبال ، نشریه مدیریت ورزشی ، تابستان ۱۳۸۹، شماره ۵

- (38) گلابی، امیر محمد، خداداد حسینی، سید حمید، رضوانی، مهران، و یداله‌ی، جهانگیر، مفهوم پردازی آمیخته بازاریابی در بنگاه های صنایع غذایی کوچک و متوسط ایران، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲، ۱۳۸۹، صص ۲۷-۴۲.
- (39) احمدی پرویز، حسینی سید فرهاد، خداداد حسینی سید حمید، بررسی تاثیرگذاری توسعه گردشگری قومی بر موضوعات اجتماعی و فرهنگی جامعه (مورد پژوهی روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه، مدیریت شهری و روستایی پاییز و زمستان ۱۳۸۹ - شماره ۲۶ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/18) ISC صفحه - از ۱۶۳ تا ۱۸۰) سال
- (40) عسگری، غلامرضا؛ مقبل، عباس، و خداداد حسینی، سید حمید؛ مروری بر رویکرد های رتبه بندی شرکتها: نقد و بررسی و ارئه الگو، مجله مدرس علوم انسانی، دوره ۱۴، شماره ۳، ۱۳۸۹، صص ۱۷۲-۱۴۵.
- (41) خداداد حسینی، سید حمید؛ و رضوانی، مهران؛ الگوسازی آمیخته ترفیع بازار یابی با رویکرد فازی: مطالعه موردی صنعت باتری خودرو؛ مجله مدیریت بازرگانی، شماره ۵، پاییز ۱۳۸۹، صص ۷۸-۶۱.
- (42) خداداد حسینی، سید حمید، و خدای، سهیلا، اثر اینترنت بر جهت دهی کانال های صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط، کاوشهای مدیریت بازرگانی، سال دوم، شماره سوم، بهار و تابستان ۱۳۸۹، صص ۱-۳۱.
- (43) احسانی، محمد، شریفیان، اسماعیل، کوزه چیان، هاشم، و خداداد حسینی، سید حمید. تعیین مولفه های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشکده های تربیت بدنی و ارتباط آن با انگیزه کارآفرینی دانشجویان ایران، مطالعات مدیریت ورزشی- پژوهش در علوم ورزشی، شماره ۲۸، پاییز ۱۳۸۹، صص ۱۳-۳۲.
- (44) مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، و ضابط، محمد رضا، بررسی تاثیر عملکرد بر بهبود نیروی انسانی در ستاد ناجا، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره چهارم، زمستان ۱۳۸۹، صص ۵۴۷-۵۶۲.
- (45) رضوانی، مهران، خداداد حسینی، سید حمید، طغرای، محمد تقی، جایگاه نگاشتی سرمایه اجتماعی در راهبرد های کسب و کار های کوچک و متوسط بر اساس راهبرد های محصول-بازار انفس، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره های ۱۹ و ۲۰، زمستان ۸۸ و بهار ۱۳۸۹، صص ۸۲-۶۱.

- (46) خداداد حسینی، سید حمید، حمیدی زاده، محمد رضا، حسینی، سید محمود، کسایی، مسعود، و لشکر بلوکی، مجتبی، طراحی مدل فرایندی نوین راهبردی پا برجا در شرایط عدم قطعیت، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۵، بهار ۱۳۹۰، ۸۳-۱۱۰.
- (47) خداداد حسینی سید حمید، شاه طهماسب اسماعیل، شمن الهی سارا، تعیین جایگاه مدیریت تنوع قومی عامل فراموش شده بهره وری در مدیریت کلان فرهنگی کشور، ماهنامه تخصصی مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب مهندسی فرهنگی خرداد و تیر ۱۳۹۰ - شماره ۵۳ و ۵۴ (16) صفحه - از ۴۴ تا ۵۹)
- (48) شیر خدائی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید؛ و احمدی، پرویز، طراحی الگوی "سر آمدی بازاریابی" در صنایع تولیدی با رویکرد ترکیبی، مدرس علوم انسانی-پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۱۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۰، صص ۲۹۰-۳۰۱.
- (49) شاه طهماسبی، اسماعیل، و خداداد حسینی، سید حمید. اندازه گیری کارایی نسبی مزیت رقابتی بر اساس مدل الماس گون پورتر در مقایسه با کشور های منتخب: رویکرد DEA، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۳، شماره ۹، پاییز ۱۳۹۰، صص ۹۱-۱۱۲.
- (50) دلخواه، جلیل، مشبکی، اصغر، دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید حمید، ارزیابی کارایی بانک های دولتی در مقایسه با بانک های خصوصی در ایران، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۶، ۳۹، تابستان ۱۳۹۰، ۹۳-۱۱۶.
- (51) ابراهیمی، مریم، مقبل، عباس، خداداد حسینی، سید حمید، و آذر، عادل، طراحی مدل برنامه ریزی استراتژیک فناوری با رویکرد هوشمند ترکیبی، پژوهش های مدیریت عمومی، شماره ۱۴، زمستان ۱۳۹۰، صص ۲۳-۳۹.
- (52) علیپور، وحیده، احمدی، پرویز، خداداد حسینی، سید حمید، و مشبکی، اصغر. عوامل موثر در حفظ همکاری عرضه کننده - توزیع کننده در زنجیره توزیع از منظر عرضه کننده، نشریه مدیریت بازرگانی، پذیرش مهر ۱۳۹۰.
- (53) خداداد حسینی، سید حمید، و فتحی، سعید، بررسی ارتباط بین آمادگی الکترونیکی کشور و اثر بخشی کاربرد فناوری اطلاعات در بنگاه ها با رویکرد فرا تحلیل، مجله مدیریت فناوری اطلاعات، شماره ۸، پاییز ۱۳۹۰، صص ۸۱-۹۶.

- (54) خداداد حسینی، سید حمید، صفری کهره، محمد، ابراهیمی، عباس، و نداف، مهدی، توسعه فناوری بخش غیر دولتی: بررسی عوامل انگیزشی، موانع و شیوه های ارتقاء، فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، شماره ۶۵، ۱۳۹۰، صص. ۱۶۴-۱۲۸.
- (55) رحیمی معصومه، احمدی پرویز، خداداد حسینی سید حمید، بررسی تاثیرات بازرگانی بر صنعت دارویی ایران در صورت الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی (WTO)، مجله تحقیقات نظام سلامت، تابستان، دوره ۱۴، شماره ۲، از صفحه ۷۳ تا صفحه ۷۷. سال ۱۳۹۰.
- (56) کلایی امیر، خداداد حسینی سید حمید، یدالهی جهانگیر، رضوانی مهران، مفهوم پردازی نقش فرد کارآفرین در بازاریابی کسب و کارهای خانگی محور، مجله مدیریت بازاریابی «تابستان ۱۳۹۰، سال ششم - شماره ۱۱ (۲۲ صفحه - از ۶۳ تا ۸۴).
- (57) خداداد حسینی سید حمید، عزیزی شهریار، مقایسه تطبیقی بازار شبکه ای و ساختارهای هرمی، مجله بررسی های بازرگانی، بررسی های بازرگانی مهر و آبان، شماره ۴۹، سال ۱۳۹۰.
- (58) لشکر بلوکی، مجتبی، و خداداد حسینی، سید حمید، تحلیل تطبیقی انتقادی فنون طراحی استراتژی پابرجا در شرایط عدم قطعیت، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره دوم، تابستان، ۱۳۹۰، صص ۳۷۴-۳۵۳.
- (59) عزیزی، شهریار، خداداد حسینی، سید حمید، و روستا، احمد، الگوی مفهومی دوسطحی عوامل تعیین کننده عملکرد نیروی فروش، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۹، بهار ۱۳۹۱، صص ۸۰-۶۱.
- (60) امیدی کیا، کامران، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، و عزیزی، شهریار، شناسایی قابلیت های سازمانی جایگاه سازی برند شرکت در صنعت مواد غذایی با استفاده از نظریه داده بنیاد، فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، شماره اول، بهار و تابستان، ۱۳۹۱، صص ۷۲-۳۵.
- (61) خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد، مهرابی، روزا، مفهوم پردازی فرایند تصمیم گیری کارآفرینانه در بنگاه های کوچک و متوسط، پژوهش نامه مدیریت تحول، شماره ۸، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صص ۵۲-۶۹.
- (62) نوروزی حسین، مشبکی اصفهانی اصغر، خداداد حسینی سید حمید، کرد نائیح اسداله، بررسی ارتباط قابلیت های هوش هیجانی با کارآفرینی سازمانی، مدیریت نوآوری، زمستان ۱۳۹۱ - شماره ۲ علمی-پژوهشی/26) ISC صفحه - از ۳۹ تا ۶۴.

- (63) آذر عادل ، دانشور مریم ، خداداد حسینی سید حمید ، عزیزی شهریار ، طراح الگو ارزیاب عملکرد گروه ها کار تبیین و بسط الگو تحلیل پوشش داده ها استوار ، بهبود مدیریت « زمستان ۱۳۹۱ - شماره ۱۸ علمی-پژوهشی (23 صفحه - از ۳۴ تا ۵۶.
- (64) عزیزی، شهریار؛ روستا؛ احمد، خداداد حسینی، سید حمید؛ و روستا، احمد، الگوی مفهومی دو سطحی عوامل تعیین کننده عملکرد نیروی فروش، چشم انداز مدیریت بازرگانی، ۹، ۴۲، بهار ۱۳۹۱، صص ۸۰-۶۱.
- (65) خداداد حسینی، سید حمید، ریاحی، پریسا، و نوری، مینا، پیشبرد نوآوری در کشور های در حال توسعه: بررسی برنامه های توسعه اقتصادی ایران، مجله سیاست علم و فناوری، شماره ۳، بهار ۱۳۹۱، صص ۱۰۱-۱۱۹.
- (66) خدای، سهیلا، خداداد حسینی، سید حمید، مشبکی، اصغر، و آذر، عادل، طراحی مدل چابکی مشتری با رویکرد قابلیت های پویای سازمانی: بررسی نقش شایستگی IT، هوشیاری کارآفرینانه، و زیرکی بازار، مجله تحقیقات نوین بازاریابی، شماره اول، شماره پیاپی (۴)، بهار ۱۳۹۱، صص ۱-۲۴.
- (67) باشکوه اجیرلو ، محمد، خداداد حسینی ، سید حمید ، کردنائیچ، اسدالله، و آذر ، عادل، بررسی عوامل مؤثر بر هماهنگی کانال های توزیع چندگانه از منظر عرضه کنندگان، فصلنامه مدیریت بازرگانی شماره ۱۱، مهر ۱۳۹۱، صص ۱-۱۸.
- (68) لشکربلوکی، مجتبی، خداداد حسینی، سید حمید، حسینی، سید محمود، و حمیدی زاده، محمد رضا، طراحی مدل فرایندی راهبردی با برجا با استفاده از رویکرد ترکیبی، مجله اندیشه مدیریت راهبردی، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صص ۱۲۱-۱۵۱.
- (69) خداداد حسینی، سید حمید، و گلابی، امیر، جایگاه باور های مذهبی - اسلامی کارآفرینان در بازاریابی کارآفرینان در بازاریابی کارآفرینانه ای کسب و کار های کوچک و متوسط، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۱، صص ۱۰۷-۱۲۸.
- (70) خداداد حسینی، سید حمید، سینایی، مهدی، و کرد نایچ، اسدا...، رقابت، حلقه ای مفقوده در فرایند ارزیابی بسط برند، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۲۶، تابستان ۱۳۹۱، صص ۴۹-۷۱.
- (71) خداداد حسینی، سید حمید، محمد زاده سیامک، شناسایی و اولویت بندی سازوکارها و ابزار های بازاریابی خط مشی های عمومی در ایران: رویکرد پژوهش آمیخته، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۱۱، پاییز ۱۳۹۱، صص ۳۵-۵۸.

- (72) آذر، عادل، دانشور، مریم، خداداد حسینی، سید حمید، و عزیزی، شهریار، طراحی الگوی ارزیابی عملکرد گروه های کاری: رویکرد تحلیل پوششی داده ها، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۱، صص. ۱-۲۲.
- (73) آذر، عادل، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییچ، اسدا...، و معزز، هاشم، طراحی مدل زنجیره ارزش آفرینی استراتژیک سازمانی، اندیشه های نوین در مدیریت، شماره سوم، بهار ۱۳۹۱، صص ۳۳-۶۴.
- (74) خداداد حسینی، سید حمید، لشکر بلوکی، مجتبی، فرخی، فاطمه، رویکردهای جایگزین طراحی استراتژی در شرایط عدم قطعیت، رویکردی تحلیلی-تطبیقی، پژوهش های مدیریت عمومی، شماره ۱۸، زمستان ۱۳۹۱، صص ۴۵-۶۳.
- (75) رضوانی مهران، خداداد حسینی، سید حمید، طغرای، محمد تقی، نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در بازاریابی بنگاه های کارآفرین: صنایع غذایی، پژوهش مدیریت منابع سازمانی، دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صص ۶۷-۹۰.
- (76) راموز، نجمه، مشبکی، اصغر، احمدی، پرویز، خداداد حسینی، سید حمید، سنجش میزان گرایش به بازاریابی داخلی در صنایع خدماتی (مطالعه موردی: صنعت بانکداری ایران)، مدیریت بازرگانی، شماره ۴، دوره ۴، زمستان ۱۳۹۱، صص ۹۳-۱۰۶.
- (77) راموز نجمه، مشبکی اصفهانی اصغر، احمدی پرویز، خداداد حسینی سید حمید، عناصر آمیخته بار بازاریابی داخلی رمز موفقیت صنایع خدماتی مطالعه موردی صنعت بانکداری ایران، مدیریت بازرگانی زمستان ۱۳۹۱، دوره چهارم - شماره ۴ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/ISC (14) صفحه - از ۹۳ تا (۱۰۶)
- (78) خلیلی شجاعی، وهاب، خداداد حسینی، سید حمید، برند سازی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار با استفاده از تئوری مفهوم سازی بنیادی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶۸، پاییز ۱۳۹۲، صص ۱۷۵-۱۹۹.
- (79) آذر عادل، غلامرضائی داود، دانانی فرد حسن، خداداد حسینی سید حمید، تحلیل چالش کیفیت آموزش عالی در برنامه پنجم توسعه، راهبرد فرهنگ بهار ۱۳۹۲ - دوره ششم، شماره ۲۱ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/ISC (34) صفحه - از ۱۳۹ تا ۱۷۲)
- (80) خداداد حسینی سید حمید، نوری علی، ذبیحی محمد رضا، پذیرش آموزش الکترونیکی در آموزش عالی کاربرد نظریه جریان، مدل پذیرش فناوری و کیفیت خدمات الکترونیکی، پژوهش و برنامه

ریزی در آموزش عالی بهار ۱۳۹۲ - شماره ۶۷ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/26) ISC صفحه - از
۱۱۱ تا ۱۳۶)

(81) خداداد حسینی، سید حمید، عبدی، بهنام، احمدی، علی محمد، و حسن زاده، علیرضا، شناسایی و
تبیین عوامل موثر بر گذار به اقتصاد یادگیرنده در ایران، راهبرد اقتصادی، شماره پنجم، ۱۳۹۲، صص
۱۹۲-۱۵۵.

(82) آذر، عادل، غلامرضایی، داوود، دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید حمید، تحلیل چالش
آموزش عالی در برنامه پنجم، فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۲، صص ۱۳۹-۱۷۲.

(83) آذر عادل، خداداد حسینی سید حمید، کرد نایب اسدالله، معزز هاشم، طراحی الگوی مفهومی
ارزیابی عملکرد راهبردی مبتنی بر زنجیره ارزش افرینی راهبردی پویا، چشم انداز مدیریت بازرگانی
تابستان ۱۳۹۲ - شماره ۴۷ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/21) ISC صفحه - از ۱۱۵ تا ۱۳۵)

(84) خداداد حسینی، سید حمید، بهاره اصلولو، اصغر مشبکی، و کرد نایب، اسدا...، طراحی مدل سودآوری
مشتری برای سازمان: صنعت الکترونیک در ایران، پژوهش های مدیریت در ایران، شماره اول، بهار
۱۳۹۲، صص ۷۳-۹۴.

(85) آذر عادل، غلامرضائی داود، دانایی فرد حسن، خداداد حسینی سید حمید، نشریه چشم انداز
مدیریت صنعتی، سال ۱۳۹۲ - شماره ۹ علمی-پژوهشی (وزارت علوم/38) ISC صفحه - از ۷۹ تا
۱۱۶

(86) آذر، عادل، غلامرضایی، داوود، دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید حمید، طراحی مدل تحلیل
حساسیت های آموزش عالی کشور با استفاده از پویایی سیستم: مورد برنامه پنجم توسعه، فصلنامه
سیاست علم و فناوری، شماره ۴، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱-۱۸.

(87) خداداد حسینی، سید حمید، نجفی سیاه رودی، مسیبی، علیرضا، و علوی، سید محسن، بررسی اثر
نواهنگ بر خرید فروشگاه های با نقش واسطه گرایانه مدت زمان ماندگاری مشتری در فروشگاه،
فصلنامه تحقیقات نوین بازاریابی، شماره ۹، تابستان ۱۳۹۲، صص ۶۹-۸۴.

(88) وحدتی، حجت، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، احسانی، محمد، طراحی الگوی هویت
برند صنعت ورزش ایران: مرد مطالعه لیگ برتر فوتبال، پژوهش های مدیریت در ایران، شماره ۴،
زمستان، ۱۳۹۲، صص ۲۰۳-۲۲۳.

- (89) خداداد حسینی، سید حمید، عبدی، بهنام، احمدی، علی محمد، و حسن زاده، علیرضا، مفهوم‌پردازی گذار به اقتصاد یادگیرنده در ایران با رویکرد سیاست علم و فناوری، فصلنامه مجلس و راهبرد، جلد ۲۰، شماره ۷۶، ۱۳۹۲، صص ۱۳۹-۱۷۸.
- (90) خداداد حسینی، سید حمید، شفیعی رودپشتی، میثم، بررسی تاثیر هوش هیجانی با گرایش به کارآفرینی دانشجویان: با تاکید بر ویژگیهای قومیتی و جنسیتی، فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۲، صص ۹۳-۱۱۸.
- (91) محترمی، امیر، خداداد حسینی، سید حمید، الهی، شعبان، بررسی عوامل موثر بر پذیرش فناوری های اطلاعات در سازمان ها، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۲، صص ۹۷-۱۲۲.
- (92) آذر، عادل، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایچ، اسدا...، و معزز، هاشم، طراحی مدل مفهومی ارزیابی عملکرد راهبردی، مبتنی بر زنجیره ارزش آفرینی راهبردی پویا، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۱۵-۱۳۵.
- (93) شاه طهماسبی، اسماعیل، سیدحمید، خداداد حسینی، اسداله کردنایچ، تقی آزاد ارمکی، طراحی مدل نقش سرمایه اجتماعی بیرونی در کسب مزیت رقابتی، مورد مطالعه صنعت رنگ رزین، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۳ شماره ۱، بهار ۱۳۹۲، صص ۸۷-۶۹.
- (94) علی پور، وحیده، احمدی پرویز، سیدحمید، خداداد حسینی، و مشبکی، اصغر، عوامل تاثیر مؤثر در حفظ همکاری عرضه کننده - توزیع کننده در زنجیره توزیع از دیدگاه عرضه کنندگان، فصلنامه مدیریت بازرگانی، زمستان ۱۳۹۲، صص ۶۰-۴۳.
- (95) خداداد حسینی، سیدحمید، نایب پور، محمد، محبوبی، داود، عوامل درون سازمانی مؤثر بر کارایی هزینه های آمادی دانشگاه علوم انتظامی امین، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۲، صص: ۹۷-۱۲۲.
- (96) کارگر سامانی، امیر، کردنایچ، اسداله، خداداد حسینی، سید حمید، موسوی شفاپی، سید مسعود، تاثیر رقابت پذیری شهری بر رقابت پذیری ملی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۳، صص ۱۴۱-۱۲۵.
- (97) شفیعی رودپشتی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایچ، اسداله، و محمدیان، محمود، مفهوم‌پردازی مدل تحقق بازاریابی پایدار در صنعت خودرو ایران، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صفحه صص ۲۵-۵۳.

- (98) خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد، یدالهی، جهانگیر، طراحی مدل فرایند سازی کارآفرینانه کسب و کار های کوچک و متوسط صنایع غذایی، فصلنامه مدیریت برند، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صص. ۴۴-۱۳.
- (99) محترمی امیر، خداداد حسینی سید حمید، الهی شعبان، شماره ۷۹، مجله مجلس و راهبرد، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۷ تا ۶۶
- (100) شفیعی رودپشتی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسداله، و محمدیان، محمود، طراحی مدل بازاریابی پایدار صنعت خودرو ایران، دو فصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، سال ششم، بهار و تابستان ۱۳۹۳، شماره ۱۱، صص: ۱-۲۶.
- (101) مرتضوی، مونا سادات، حاجی کریمی، عباسعلی، و خداداد حسینی، سید حمید، بررسی و تحلیل تأثیر اعتماد شناختی و عاطفی بر تبادلات رابطه ای خریداران و فروشندگان (مورد مطالعه شرکتهای صادراتی صنعت مواد غذایی)، مجله تحقیقات بازاریابی نوین، شماره های ۱۰ و ۱۱، اردیبهشت ۱۳۹۳، صص ۱۶۷-۱۸۲.
- (102) شاه طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسداله، تأثیر روابط بیرونی مدیران ارشد بر مزیت رقابتی، مورد مطالعه صنعت ساختمان، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۹، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۰-۵۵.
- (103) الهی، شعبان، شایان، علی، قاضی نوری، سپهر، خداداد حسینی، سید حمید، خداداد حسینی، مدلی برای بهبود خودسازمان دهی و یادگیرندگی شبکه های نوآوری در پارک علم و فناوری اهواز، مدیریت نوآوری، سال سوم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صص ۷۴-۴۷
- (104) آذر، عادل، شربتی، راحیل، خداداد حسینی، سید حمید، رویکرد ترکیبی برای اجرای کارت امتیازی متوازن (BSC) در محیط فازی، مهندسی صنایع و مدیریت شریف، دوره ۳۰، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۳، صص ۷۹-۶۹.
- (105) شاه طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسداله، آزاد ارمکی، تقی، بررسی تأثیر شبکه های کسب و کار بر مزیت رقابتی با تبیین نقش قابلیت ایجاد قابلیت ها، مورد مطالعه صنعت ساختمان، مدیریت بازرگانی، دوره ۶، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صص ۱۲۴-۱۰۷.

106) خداداد حسینی، سید حمید، و سیبی، علیرضا، بررسی اثر اعتبار باشگاههای ورزشی بر تغییر رفتار هواداران با رویکرد بازاریابی اجتماعی، مجله مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳، صص: ۶۴۲-۶۲۷.

107) امیر محترمی، سیدحمید خداداد حسینی، شعبان الهی، ارائه چارچوبی برای معماری نظام نوآوری فناوری اطلاعات با تأکید بر اشاعه فناوری، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال ۲۱، شماره ۷۹، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۷-۶۵.

108) فلاح تفتی، سعید، کردنائیج، اسداله، خدادادحسینی، سیدحمید، و جمالی، مجید، شناسایی و تبیین اهداف راهبردی کارت امتیازی متوازن در صنعت بانکداری ایران، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۱۲، ۱۳۹۳.

فروشگاه

109) شیرخدایی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، علیرضا مسیبی، خرم، جلال. بررسی تاثیر یادگیری سازمانی بر کیفیت استراتژی در زنجیره تامین سبز با تبیین نقش رابطه گرایی؛ (مورد مطالعه شرکتهای اقماری و وابسته به ایران خودرو)، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۱۲، ۱۳۹۳.

110) حسینی، سیدفرهاد، خدادادحسینی، سیدحمید، کردنائیج، اسدالله، احمدی، پرویز، ارایه الگوی اجرای موفق استراتژی در شرکت های خودروسازی ایران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۳۶، زمستان ۱۳۹۳، صص ۱-۲۴

111) خدادادحسینی، سیدحمید، مسیبی، علیرضا، بررسی اثر اعتبار باشگاههای ورزشی بر تغییر رفتار هواداران با رویکرد بازاریابی اجتماعی، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۶، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳، صص ۶۲۷-۶۴۲

112) الهی، شعبان، شایان، علی، قاضی نوری، سیدسپهر، خدادادحسینی، سیدحمید، ارزیابی ابعاد شبکه‌های نوآوری (مورد مطالعه: صنعت فناوری اطلاعات ایران)، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳

113) صفری کهره، محمد، خدادادحسینی، سیدحمید، آذر، عادل، تجزیه و تحلیل ارزش بلندمدت مشتری (CLV) به منظور بخش‌بندی و مدیریت سودآوری مشتریان (مورد مطالعه: یکی از بانک های تجاری ایران)، پژوهش های مدیریت ایران، دوره ۱۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳

114) مدنی، فاطمه‌السادات، خدادادحسینی، سیدحمید، کرد ناییج، اسدا... و مشبک، اصغر، طراحی و تدوین الگوی فرایند تعالی مشتریان در بخش خدمات بانک و بیمه، فصلنامه راهبردهای بازرگانی، شماره ۴، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، صص ۱-۱۸.

- (115) تقوی شوازی، الهه ، احمدی، پرویز، و خداداد حسینی، سید حمید، الگوی توسعه تجارت الکترونیک بر وضعیت شرکت های تولید کننده لوازم خانگی، دو فصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۱، بهار و تابستان ۱۳۹۳، صص ۵۳-۸۴.
- (116) خداداد حسینی، سید حمید، جعفرزاده کناری، مهدی ، و بخشی زاده، علیرضا، مطالعه ارزش ویژه برند از دیدگاه باورهای شکل دهنده نگرش مصرف کنندگان نسبت به تبلیغات از طریق ورزش (فوتبال)، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، شماره ۲۸ ، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴، صص ۵-۳۳.
- (117) خداداد حسینی، سید حمید ، کریمیان ، مجتبی، و مشبکی، اصغر ، بررسی تاثیر محرک های ارزش ویژه برند برطینین برند دانشگاه (مورد مطالعه :دانشگاه های امیرکبیر، تربیت مدرس، تهران و شریف)، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، سال پنجم، شماره اول، شماره پیاپی(۱۶)، بهار ۱۳۹۴، صص ۱۶۹-۱۸۲.
- (118) عبدی بهنام ، خداداد حسینی سید حمید ، گذار به اقتصاد یادگیرنده در ایران تبیین نقش آموزش عالی ، مجله آموزش در علوم انتظامی ، دوره ۳، شماره ۹، تابستان ، صفحه 40-20 سال ۱۳۹۴
- (119) خداداد حسینی، سید حمید ، کریمیان ، مجتبی، جمالی، شهرام، و هاشم زهی، علی، پیشایندهای گرایشهای سبز و نقش آن در ایجاد پیامدهای مشتری، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره 23 پاییز ۱۳۹۴، صص ۴۸ - ۲۹.
- (120) کارگر سامانی ، امیر، کردنائیچ ، اسدالله، خداداد حسینی ، سید حمید، و موسوی شفایی سید مسعود، سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی، پژوهش های مدیریت در ایران، شماره ۱ (پیاپی ۸۷)، بهار ۱۳۹۴، صص: ۱۲۰-۱۴۰.
- (121) مشبکی، اصغر، کردنائیچ؛ اسداله، خداداد حسینی ، سید حمید، و جهانی زاده، فاطمه، تبیین مبانی فکری رویکرد اکوسیستم کسب و کار، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صفحه ۲۱-۴۰.
- (122) عابدین ، بهاره، کردنائیچ، اسداله ، دانایی فرد ،حسن ، و خداداد حسینی، سیدحمید، ظهور مسایل راهبردی در دستور کار تصمیم گیرندگان کلیدی سازمان، نشریه بهبود مدیریت، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صص. ۵-۳۰

- (123) حیدری، سیدعلی، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، زالی، محمدرضا، تبیین جایگاه گرایش کارآفرینانه سازمانی در تحقق مزیت های رقابتی (مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران)، توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صص
- (124) نیکبخت، محمدجواد، مشبکی، اصغر، خدادادحسینی، سیدحمید، بررسی تاثیر عوامل آنی گرای خریدار و دورن‌فروشنگاهی بر خرید آنی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مدیریت بازرگانی، دوره ۷، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴، صص ۹۸۵-۱۰۰۴
- (125) استیری، مهرداد، دیواندری، علی، سیدجوادین، سیدرضا، خدادادحسینی، سیدحمید، شناسایی ابعاد بازاریگرایی در صنعت خدمات بانکداری کشور با تاکید بر نقش منابع انسانی، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صص
- (126) فلاح تفتی، سعید، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، جمالی افوسی، مجید، توسعه اهداف راهبردی کارت امتیازی متوازن در دو سطح سازمان و اکوسیستم کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران، اندیشه مدیریت راهبردی، سال نهم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۳۹۴، صص ۵-۲۴
- (127) خدادادحسینی، سیدحمید، شاه طهماسبی، اسماعیل، منصوری، مهدیه، بررسی تاثیر ابعاد عرق ملی بر نگرش نسبت به محصولات (داخلی و خارجی) با تعدیل‌گری تهدید اقتصادی ادراک شده، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال هفتم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۵۹-۱۸۱
- (128) صادقی، امیر، مشبکی اصفهانی، اصغر، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، فرا روش پژوهش‌های مدیریت اسلامی در ایران (مورد مطالعه: مقاله علمی - پژوهشی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۴)، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۳، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴، صص ۱۰۱-۱۳۱
- (129) خدادادحسینی، سیدحمید، خدامی، سهیلا، مشبکی، اصغر، طراحی مدل عملکرد بازار مبتنی بر قابلیت‌های پویای بازاریابی با رویکرد چابکی عملیاتی، پژوهش‌های مدیریت ایران، دوره ۱۹، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴
- (130) فلاح تفتی، سعید، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، جمالی افوسی، مجید، تبیین اهداف استراتژیک تعاملی صنعت بانکداری ایران با استفاده از مفهوم اکوسیستم کسب‌وکار، پژوهش‌های مدیریت ایران، دوره ۱۹، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴

- (131) کارگر سامانی، امیر، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، موسوی شفایی، سیدمسعود، سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴
- (132) خدادادحسینی، سیدحمید، جعفرزاده کناری، مهدی، بخشی‌زاده، علیرضا، مطالعه ارزش ویژه برند از دیدگاه باورهای شکل‌دهنده نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به تبلیغات از طریق ورزش (فوتبال)، مطالعه مدیریت ورزشی، شماره ۲۸، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴، صص ۳۳-۵۴
- (133) جهانی‌زاده، فاطمه، مشبکی، اصغر، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، تبیین مبانی فکری رویکرد اکوسیستم کسب‌وکار، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴
- (134) خدادادحسینی، سیدحمید، خدای، سهیلا، مشبکی، اصغر، طراحی مدل عملکرد بازار مبتنی بر قابلیت‌های پویای بازاریابی با رویکرد چابکی عملیاتی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴
- (135) بیاضی طهرابند، علی، خدادادحسینی، سیدحمید، نظریه‌پردازی فرایند مدیریت منابع استراتژیک، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴.
- (136) کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، جمالی افسوسی، مجید، فلاح تفتی، سعید، شناسایی و تبیین اهداف راهبردی کارت امتیازی متوازن در صنعت بانکداری ایران، پژوهشنامه علمی-پژوهشی مدیریت اجرایی، سال هفتم، شماره ۱۳، نیمه اول ۱۳۹۴
- (137) دیواندری، علی، سیدجوادین، سیدرضا، خدادادحسینی، سیدحمید، استیری، مهرداد، بررسی رابطه بین اقدامات مدیریت منابع انسانی با رویکرد سیستم‌های کاری با عملکرد بالا و بازارگرایی در صنعت بانکداری، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۲۴، زمستان ۹۴، صص ۳۵-۵۷.
- (138) بانگیان تبریزی، پگاه، خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده و هزینه‌های جابه‌جایی مشتری بر وفاداری مشتری در بیمارستان‌های خصوصی منتخب شهر تهران، مدیریت اطلاعات سلامت، شماره ۱، ۱۳۹۵، صص ۴۸-۵۴.
- (139) شاه طهماسب اسماعیل، خدادادحسینی سید حمید، اندازه‌گیری کارایی کشور ایران در مزیت رقابتی در مقایسه با کشورهای منتخب و تحلیل حساسیت آن در مقایسه با کشورهای پیشرو جهان و منطقه، راهبردهای بازرگانی، پاییز و زمستان ۱۳۹۵ - شماره ۲۶ علمی-پژوهشی/ISC (14) صفحه - از ۲۹ تا ۴۲

(140) بخشی زاده علیرضا ، کرد نائیج اسداله ، خداداد حسینی سید حمید ، احمدی پرویز ، تاثیر ابعاد بصری تبلیغات محیطی مجتمع های تجاری بر آگاهی از برند ، ترجیح برند و وفاداری مشتریان، مجله تحقیقات بازاریابی نوین ، زمستان ۱۳۹۵ - شماره ۲۳ علمی-پژوهشی/24/ ISC صفحه - از ۱ تا ۲۴

(141) شاه طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدالله، طراحی مدل کسب مزیت رقابتی از سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور و مدیرمحور با تبیین نقش ابعاد قابلیت های پویا، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صص. ۸۱-۱۰۱.

(142) شاه طهماسب اسماعیل ، خداداد حسینی سید حمید ، طراحی مدل کسب مزیت رقابتی از سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور و مدیر با تبیین نقش ابعاد قابلیت های پویا ، پژوهش های مدیریت در ایران ، بهار ، دوره بیستم - شماره ۱ علمی-پژوهشی/21/ ISC صفحه - از ۸۱ تا ۱۰۱) سال ۱۳۹۵.

(143) طالاری محمد ، خداداد حسینی سید حمید، کرد نائیج اسداله ، آذر عادل ، گونه شناسی استراتژیهای توازن در یک پرتفوی دوستوان نظریه پردازی داده بنیاد در شرکت های هلدینگ ، مجله علوم مدیریت ایران ، پاییز ۱۳۹۵ - شماره ۴۳ علمی-پژوهشی/28/ ISC صفحه - از ۵۹ تا ۸۶

(144) بخشی زاده علیرضا ، کرد نائیج اسداله ، خداداد حسینی سید حمید ، ارائه الگویی به منظور تبیین نقش موفقیت مجتمع های تجاری در کشور ، مجله بررسی های بازرگانی، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۵ - شماره ۷۶ علمی-ترویجی/13/ ISC صفحه - از ۱ تا ۱۳

(145) اکبری امامی، شهناز، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدا...، طراحی مدل رفتاری اجرای استراتژی، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صص ۱۰۳-۱۳۰.

(146) میر بلوک زهرا، خداداد حسینی سید حمید، همتی نژاد مهرعلی، نور صالحی اسماعیل، طراحی مدل گرایش به گردشگری پزشکی در استان گیلان، مدیریت اطلاعات سلامت، دوره ۱۳، شماره ۳، مرداد و شهریور ۱۳۹۵، صص ۲۰۹-۲۱۵.

(147) خسروانی، فرزانه، آذر، عادل و خداداد حسینی، سید حمید، ساختاردهی مسئله تدوین استراتژی با استفاده از رویکردهای استراتژی مذاکره و بازتاب مفاهمه و تئوری درام (مورد مطالعه: فاز پالایش بعد از تولید زنجیره تامین سبز گاز)، نشریه پژوهش های نوین در تصمیم گیری، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صص ۱۰۳-۱۳۸.

- (148) صحاف زاده، آتوسا، منصوری، فرشته، خدادادحسینی، سیدحمید، و کردنائیج، اسدالله، تاثیرابعاد بسته بندی بر رضایت و درگیری ذهنی خرید مشتریان با تاکیدبر نقش میانجی نگرش آنان نسبت به بسته بندی، مجله علوم و صنایع غذایی ایران، شماره ۱۰ (پیاپی ۵۹)، دی ۱۳۹۵، صص ۱۲۲-۱۰۹.
- (149) بخشی زاده، علیرضا، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، و احمدی، پرویز، تأثیر نگرش نسبت به تبلیغات تلویزیونی بر وفاداری مشتریان به مجتمع‌های تجاری (مورد مطالعه: مجتمع تجاری اطلس مال در سریال پایتخت ۳، پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۸۸، زمستان ۱۳۹۵، صص ۱۴۷-۱۲۵.
- (150) منصوری، مهدیه، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، تاثیر ارزش های مصرف بر قصد خرید، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صص ۱۷۱-۱۸۸.
- (151) طالاری محمد ، خداداد حسینی سید حمید، کرد نائیج اسداله ، آذر عادل ، پرتفوی کسب و کارها شکل گیری دوسوتوانی در سطح شرکت های هلدینگ نظریه پردازی داده بنیاد کلاسیک ، مجله علوم مدیریت ایران « پاییز ۱۳۹۵ - شماره ۴۳ علمی-پژوهشی/ISC (28) صفحه - از ۵۹ - ۸۶
- (152) بخشی زاده، علیرضا، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، و احمدی، پرویز، موفقیت مجتمع های تجاری از منظر عوامل موثر بر رفاه خرید مشتریان، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، صص ۲۵-۴۳.
- (153) خدادادحسینی، سیدحمید، میرزایی، زینب، و همتی نژاد، مهر علی، عوامل موثر بر رفتار کارمندان بعنوان سفیران برند در صنعت هتلداری، برنامه بریزی و توسعه گردشگری، شماره ۲۰، بهار ۱۳۹۶، صص ۷۴-۵۶.
- (154) اسکاره طهرانی حسین ، کرد نائیج اسداله ، خداداد حسینی سید حمید ، مشبکی اصفهانی اصغر ، طراحی مدل زیرساخت ها و الزامات توسعه بازارهای بین المللی در حوزه ict ، مجله مدیریت فناوری اطلاعات ، زمستان ۱۳۹۶ - شماره ۳۳ علمی-پژوهشی/ISC (30) صفحه - از ۷۲۹ - ۷۵۸
- (155) میرزایی زینب ، آذر عادل ، خداداد حسینی سید حمید ، جواهری محمد مهدی ، صدای کارمند بمب ساعتی یا سفیران برند بررسی اثر صدا بر تعهد کارمندان، مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی ، پاییز ۱۳۹۶ - شماره ۶۴ علمی-پژوهشی/ISC (18) صفحه - از ۶۵ - ۸۲

- (156) الیاسی، نبی الله، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، و احمدی، پرویز، طراحی الگوی تجاری سازی خدمات مالی (مورد مطالعه: صنعت بانک و بیمه ایران)، پژوهشهای مدیریت در ایران، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۶، صص ۱-۲۸.
- (157) طالاری محمد ، خداداد حسینی سید حمید، کرد نائیج اسداله ، آذر عادل ، مدیریت راهبردی پرتفوی کسب و کارها شکل گیری دوسوتوانی در سطح شرکت های هلدینگ ، پژوهش های مدیریت راهبردی « تابستان ۱۳۹۶ - شماره ۶۵ علمی-پژوهشی/31) ISC صفحه - از ۱۳ تا ۴۳
- (158) صمصامی، پردیس، خدادادحسینی، سیدحمید، و کردنائیج، اسدالله، آذر، عادل، انعطاف پذیری راهبردی: از تحلیل مفهومی تا الگوی فرآیندی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲۹، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۳-۳۲.
- (159) صادقی، امیر، مشبکی اصفهانی، اصغر، کرد نائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، کاستی‌های روش‌شناسی مقاله‌های علمی پژوهشی مدیریت اسلامی؛ آسیب‌شناسی فراروش، فصلنامه علمی پژوهشی روش‌شناسی علوم انسانی، س ۲۳، ش ۹۲، پاییز ۱۳۹۶، صفحات ۷-۴۴.
- (160) فرخ، شیمایا، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، زالی، محمدرضا، شناسایی الگوی رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی ایران، با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶، صص ۴۷۵-۴۵۷.
- (161) رضوانی، مهران، خدادادحسینی، سیدحمید، کیایی، کیاندخت، مدل‌بایی تاثیر بازاریابی و بررسی بر ارزش ویژه برند مشتری محور در بازار تلفن همراه تهران، مجله مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، صص ۳۵۲-۳۳۷.
- (162) گلدوست جویباری، یاسر، صبحیه، محمد حسین، خدادادحسینی، سیدحمید، شاکری، اقبال، امیری، مجتبی، شناخت منابع اعتماد کارفرما به پیمانکار بر پایه ویژگی‌های قابلیت اعتماد پیمانکار، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال هشتم، شماره ۳۱، تابستان ۱۳۹۶، صص ۲۶-۷۵.
- (163) خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی، اصغر، ملایی، فاطمه، بررسی تاثیر کیفیت خدمات الکترونیکی بر وفاداری الکترونیکی، ارزش ادراک شده و تبلیغات توصیه‌ای الکترونیکی؛ مطالعه موردی: خرده‌فروشی‌های شهر تهران، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال هفتم، شماره دوم، شماره پیاپی (۲۵) تابستان ۱۳۹۶، صص ۱-۱۶.

- 164) بخشی‌زاده، علیرضا، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، احمدی، پرویز، موفقیت مجتمع‌های تجاری از منظر عوامل موثر بر رفاه خرید مشتریان، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، صص ۲۵-۴۲.
- 165) فلسفی، رضا، صبحیه، محمدحسین، خدادادحسینی، سیدحمید، نوبخت، محمدباقر، الوانی، سیدمهدی، موانع حاکمیت خوب پورتفولیوی پروژه‌ها در سازمان‌های متولی زیرساخت‌های راه کشور، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۷، شماره ۴، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۳۰-۱۵۳.
- 166) خدادادحسینی، سیدحمید، محترمی، امیر، الهی، شعبان، قاضی نوری، سیدسپهر، تحلیل نهادی مداخلات دولتی در توسعه فناوری اطلاعات در سطح ملی، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۲۹، بهار ۱۳۹۶، صص ۴۵-۱۵.
- 167) خدادادحسینی، سیدحمید، نجات، سهیل، هاشمی، مسلم، گفتمان‌کاوی الگوهای ذهنی خریداران محصولات بدلی برندهای لوکس، بر مبنای روش‌شناسی کیو، فصلنامه مدیریت برند، دوره پنجم، شماره ۹ بهار ۱۳۹۶، صص ۴۰-۱۳.
- 168) تهرانی، حسین، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، طراحی مدل زیرساخت‌ها و الزامات توسعه بازارهای بین‌المللی در حوزه ICI، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۹، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۶، صص ۷۵۸-۷۲۹.
- 169) بخشی‌زاده، علیرضا، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، احمدی، پرویز، مطالعه تاثیر شخصیت‌های مشهور حامی بر موفقیت مجتمع‌های تجاری به واسطه اعتبار برند، فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۱۳۹۶، بهار ۱۳۹۷، صص ۸۸-۶۵.
- 170) شغابی فلاح، مصطفی، خدادادحسینی، سیدحمید، خرمی بتارکی، آناهیتا، علیزاده زوارم، علی، تحلیل خوشه‌ای مشتریان در خرید علی بر اساس نوع محصول انتخابی، فصلنامه علمی-پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال هشتم، شماره اول، شماره پیاپی (۲۸)، بهار ۱۳۹۷، صص ۹۶-۷۴.
- 171) اسمعیلی سالومحله فرزاد، کردنائیج اسداله، خداداد حسینی سید حمید، آذر عادل، طراحی مدل تحول استراتژیک در سازمانهای سلسله مراتبی: رویکرد نظریه داده بنیاد، مجله پژوهشنامه مدیریت اجرایی، دوره 10، شماره 20 پاییز و زمستان نیمه دوم ۱۳۹۷، صص ۹۵-۶۷.

- (172) خداداد حسینی سید حمید ، سمیعی نیلوفر، احمدی پرویز ، تاثیر بازاریابی رسانه های اجتماعی بر رفتار مصرف کنندگان ، بررسی نقش ارزش ویژه برند ، کیفیت رابطه برند و نگرش نسبت به برند ، مطالعات رفتار مصرف کننده ، دوره پنجم - شماره ۱ ISC بهار ۱۳۹۷، صص ۵۹-۳۷
- (173) کلباسفروشها، مریم؛ خداداد حسینی، سید حمید؛ آقایی، محمد؛ تاثیر آمیخته بازاریابی سیاسی بر نیت رای دهندگان مبتنی برویژگی های جمعیت شناختی ؛ مطالعه موردی : انتخابات مجلس دهم شورای اسلامی شهر تهران، پژوهش های راهبردی سیاست، شماره ۲۶ پاییز ۱۳۹۷، صص ۷۰ تا ۴۳
- (174) اسماعیل شاه طهماسبی، سیدحمید خدادادحسینی، اسدالله کردنائیج ، قابلیت های پویا در استراتژی کسب مزیت رقابتی رابطه محور، مورد مطالعه صنعت ساختمان ، دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۹، دوره ۱۰ ، سال ۱۳۹۷، صص ۹۹-۱۲۱
- (175) محسن اکبری، سید حمید خداداد حسینی، آمنه حسین زاده امیلدانی، محمد حاتمی نژاد ، تجزیه و تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی، نوآوری سازمانی و بهره وری سازمانی ، فصلنامه سیاست نامه علم و فناوری شماره ۴، دوره ۸ ، سال ۱۳۹۷، صص ۳۳-۴۷
- (176) سید حمید خداداد حسینی، مهدی مینائی، ابراهیم داودی ، تاثیر رهبری خدمتگزار بر توانمندسازی کارکنان با نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی مورد مطالعه کارکنان پلیس اطلاعات و امنیت عمومی استان همدان، فصلنامه پژوهش های مدیریت انتظامی شماره ۳، دوره ۱۳، سال ۱۳۹۷، صص ۴۸۵-۵۰۴
- (177) سید حمید خداداد حسینی، اسماعیل شاه طهماسبی ، تاثیر شبکه های کسب و کار بر کسب مزیت رقابتی پایدار ، مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳۳، دوره ۱۷ ، سال ۱۳۹۷، صص ۵۱-۶۶
- (178) علی قاسمیان صاحبی، اصغر مشبکی اصفهانی، سید حمید خداداد حسینی ، بررسی وفاداری به برند، از طریق عجین شدن مشتری در جوامع برند آنلاین (مورد مطالعه: کاربران اینستاگرام)، مدیریت برند، شماره ۱، دوره ۵، سال ۱۳۹۷، صص ۱۳-۳۴
- (179) سید حمید خدادادحسینی، محمدرضا اسداللهی ، عوامل موثر بر پذیرش سیستم سفارش غذای آنلاین از دیدگاه مشتریان ، فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، شماره ۲۳، دوره ۶ ، سال ۱۳۹۷، صص ۱۷۵-۲۱۲
- (180) مصطفی شغایی فلاح، سید حمید خداداد حسینی، آناهیتا خرمی بنارکی، علی علیزاده زوارم، تحلیل خوشه ای مشتریان در خرید علی بر اساس نوع محصول انتخابی ، تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۱، دوره ۸ ، سال ۱۳۹۷، صص ۷۵-۹۶

- (181) غضنفری، حسین، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیچ، اسدالله، آذر، عادل، "مدل سرمایه گذاری مخاطره آمیز شرکتی در شرکت های فناوری اطلاعات"، دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی شماره ۱، دوره ۱۳، بهار ۱۳۹۸، صص ۲۹۳-۲۵۵
- (182) محمود حسن زاده، سید حمید خداداد حسینی، پرویز احمدی، عدم انطباق بین نگرش و رفتار خرید محصولات داخلی (مورد مطالعه: بازار خودرو)، دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده شماره ۲، دوره ۶، سال ۱۳۹۸، صص ۹۰-۱۱۱
- (183) سپیده اشفاق، سید حمید خداداد حسینی، فرشته منصوری موید، تاثیر نوستالژی و بازاریابی تجربی بر رضایت مشتریان از طریق تبیین ارزش های تجربی: مطالعه ای از مکان های گردشگری شهر اصفهان، فصلنامه گردشگری شهری شماره ۲، دوره ۶، سال ۱۳۹۸، صص ۱۵-۳۲
- (184) الصبری بشیر احمد محمد، خداداد حسینی سید حمید، مشبکی اصفهانی اصغر، احمدی پرویز، طراحی مدل عملکرد بازاریابی بانک: تبیین نقش کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک و استراتژی های مدیریت ارتباط با مشتری، با نقش تعدیل گر فرهنگ، مجله راهبردهای بازرگانی، بهار و تابستان ۱۳۹۸ - شماره ۳۱ علمی-پژوهشی (ISC) 20، سال ۱۳۹۸، صص ۱۹ - ۳۸
- (185) الهام وحیدی نیا، معصومه حسین زاده شهری، سید حمید خداداد حسینی، ندا عبدالوند، شناسایی و مفهوم پردازی محرک های همکاری رقابتی برای ورود به بازار در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران، فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی شماره ۴۰، دوره ۱۰، سال ۱۳۹۸، صص ۱۹-۴۳
- (186) کرد حیدری راحیل، منصوری مویدی فرشته، خداداد حسینی سید حمید، فراترکیب عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای فناورانه نوپا در اکوسیستم کارآفرینی، مجله توسعه کارآفرینی، بهار ۱۳۹۸ - شماره ۴۳ علمی-پژوهشی (ISC) 20، سال ۱۳۹۸، صص ۱۴۱ - ۱۶۰
- (187) اشفاق سپیده، خداداد حسینی سید حمید، منصوری مویدی فرشته، تاثیر نوستالژی و بازاریابی تجربی بر رضایت مشتریان از طریق تبیین ارزش های تجربی: مطالعه ای از مکان های گردشگری شهر اصفهان، مجله گردشگری شهری، دوره ششم - شماره ۲ علمی-پژوهشی (ISC) 18، تابستان ۱۳۹۸، صص ۱۵ تا ۳۲
- (188) معصومی جهانگیرلو رحمان، خداداد حسینی سید حمید، همتی نژاد مهر علی، تاثیر تقلید برند بر شباهت درک شده توسط مصرف کننده با نقش تعدیل گری ذهنیت مصرف کننده و وفاداری به برند، مجله پژوهش های مدیریت در ایران، بهار، دوره ۲۳، شماره ۱ سال ۱۳۹۸، صص ۱-۲۴

- (189) جلیلی اسماعیل ، خداداد حسینی سید حمید ، مشبکی اصفهانی اصغر ، آذر عادل ، طراحی مدل اجرایی استراتژی ادغام سازمان های دولتی ایران ، مجله پژوهش های مدیریت در ایران دوره ۲۳ تابستان ۱۳۹۸، صص ۱۸۱-۱۵۱
- (190) حسن زاده محمود ، خداداد حسینی سید حمید ، مشبکی اصفهانی اصغر ، احمدی پرویز ، ارائه مقیاسی برای خوشه بندی مشتریان در ترجیح محصولات داخلی مورد مطالعه صنعت خودرو ، مجله پژوهش های مدیریت در ایران ، دوره ۲۳، شماره ۴، زمستان سال ۱۳۹۸، صفحه ۱۷۳-۱۹۶.
- (191) شیخه پور زانیار ، مشبکی اصفهانی اصغر ، خداداد حسینی سید حمید ، منصوری موید فرشته ، بیگانگی مصرفی و رفتار خرید مصرف کننده درباره محصولات ایرانی ، مجله سیاست های راهبردی و کلان ، دوره ۶، ویژه نامه سال ۱۳۹۷، اردیبهشت سال ۱۳۹۸، صفحه ۸۲۴-۸۴۳
- (192) شرعی فاطمه ، کلابی امیر محمد ، خداداد حسینی سید حمید ، طراحی مدل توسعه پایدار شرکتی : تبیین نقش مسئولیت اجتماعی شرکتی ، حاکمیت شرکتی ، و خلق ارزش مشترک ، مجله مدیریت سرمایه اجتماعی ، دوره ششم - شماره ۳ علمی-پژوهشی/ISC صفحه پاییز سال ۱۳۹۸، صص ۳۰۵ - ۳۲۵
- (193) اکبری، محسن؛ خداداد حسینی، سیدحمید؛ پروانه مقدم، علیرضا؛ حاتمی نژاد، محمد؛ تاثیر جو اخلاق کاری بر عملکرد کنشگرایانه خدمات به مشتریان و تعهد عاطفی کارکنان : نقش میانجی سیاست های نظام ، توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی ، تابستان ۱۳۹۸ ، صص: ۱ - ۲۰
- (194) جعفری هفت خوانی، نادر؛ پهلوان سیدآقا، رضا؛ شناسایی عوامل کلیدی موفقیت برای نیل به چشم انداز دانشگاه های غیر دولتی مطالعه مودی : دانشگاه امام صادق (ع) ، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، پاییز ۱۳۹۸ - شماره ۳۲ صص ۳۲۳ تا ۳۴۰
- (195) سپهری راد ابوالفضل ، خداداد حسینی سید حمید ، کردنائیچ اسداله ، مشبکی اصفهانی اصغر ، طراحی الگوی پیاده سازی و اجرای موفق راهبردی در دوسطح فردی و سازمانی : پیشایندها ، پیامدها ، مجله پژوهش های مدیریت منابع سازمانی ، سال نهم، شماره ۲ تابستان سال ۱۳۹۸ صص ۴۱-۶۴.

- 196) حقیقی محمد ، آقازاده هاشم ، خداداد حسینی سید حمید ، غریبی معین ، تبیین ابعاد هوشمندی رقابتی با بهره گیری از قابلیت های شبکه های اجتماعی در صنعت ماء الشعیر ایران ، مجله مدیریت بازرگانی ، دوره ۱۱ شماره ۴ ، زمستان ۱۳۹۴ ، صص ۷۴۲-۷۶۱
- 197) قرطاسی پرنیان ، احمدی پرویز ، خداداد حسینی سید حمید ، تحلیل کیفیت خدمات نوین در بانک های دولتی و خصوصی ، مجله پژوهش های مدیریت منابع سازمانی ، تابستان ، دوره ۹ ، شماره ۲ سال ۱۳۹۸ ، صص ۸۵-۱۰۰ .
- 198) سپهری راد ، ابوالفضل ، خداداد حسینی ، سید حمید ، کردنائیج ، اسداله ، مشبکی اصفهانی ، اصغر (۱۳۹۹) ، "ارائه مدل پیاده سازی و اجرای استراتژی در سازمان های شبکه ای و سلسله مراتبی ارتش" ، مجله فرماندهی و کنترل ، تابستان ، دوره ۲۳ ، شماره ۲ سال ۱۳۹۸ صص ۱۵۱-۱۸۹ .
- 199) سپهری راد ، ابوالفضل ، خداداد حسینی ، سید حمید ، کردنائیج ، اسداله ، مشبکی اصفهانی ، اصغر (۱۳۹۸) ، "طراحی الگوی پیاده سازی و اجرای موفق راهبردی در دو سطح فردی و سازمانی : پیشایندها ، پیامدها" ، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی ، دوره ۹ ، شماره ۲ ، صص ۶۴-۴۱ .
- 200) محمود حسن زاده ، سید حمید خداداد حسینی ، اصغر مشبکی ، پرویز احمدی ، بررسی گرایش مثبت به محصولات داخلی و عوامل موثر بر آن در طبقات محصولی؛ دو مورد خودرو و برنج ، تحقیقات بازاریابی نوین ، شماره ۲ ، دوره ۹ ، سال ۱۳۹۸ ، صص ۱-۱۹
- 201) بیاضی طهرابند ، علی ، کردنائیج ، اسداله ، خداداد حسینی ، سید حمید ، دانایی فرد ، حسن ، "شناسایی و تبیین عناصر تفکر استراتژیک" ، دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی شماره ۲ ، دوره ۱۳ ، پاییز ۱۳۹۸ ، صص ۲۰۴-۱۷۱
- 202) بیاضی طهرابند ، علی ، کردنائیج ، اسداله ، خداداد حسینی ، سید حمید ، دانایی فرد ، حسن ، "طراحی مدل یکپارچه تفکر استراتژیک : پیشران ها ، عناصر و پیامدها" ، پژوهش های مدیریت عمومی ، سال ۱۳ ، شماره ۴۹ ، پاییز ۱۳۹۸ ، صص ۱۳۴-۱۱۱
- 203) زانبار شیخه پور ، اصغر مشبکی ، سید حمید خداداد حسینی ، فرشته منصوری موید ، رابطه بین هوشیاری برند و رفتار خرید مصرف کننده نوشیدنی غیرالکلی ایرانی در بین شهروندان سردشتی ، مدیریت برند شماره ۲ ، دوره ۶ ، سال ۱۳۹۸ ، صص ۱۵-۶۳

- (204) حمزه سعادت قره باغ، محمد حسین صبحیه، سید حمید خداداد حسینی، هاشم داداش پور ، تدوین مدل نظری فرایند تعریف ابرطرح موفق منطقه آزاد در ایران ، فصلنامه فرآیند مدیریت و توسعه شماره ۲، دوره ۳۲ ، سال ۱۳۹۸، صص ۲۹-۳
- (205) نیک بخت محمد جواد ، مشبکی اصفهانی اصغر ، کرد نائیج اسداله ، خداداد حسینی سید حمید ، شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تشکیل انواع اتحادیه های استراتژیک بین المللی ، مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی ، سال ۱۳۹۸
- (206) خداداد حسینی سید حمید ، لاجوردی محمد ، بررسی تاثیر فناوری اطلاعات ، مدیریت دانش و یادگیری سازمانی بر عملکرد سازمانی ، مجله مدیریت منابع در نیروی انتظامی دانشکده فرماندهی و ستاد نیروی انتظامی ، سال ۱۳۹۸
- (207) نیکبخت، محمد جواد، مشبکی اصفهانی ، اصغر، کرد نائیج ، اسدالله، خداداد حسینی ، سید حمید ، "شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تشکیل انواع اتحادیه های استراتژیک بین المللی" ، چشم انداز مدیریت بازرگانی شماره ۳۹، دوره هجدهم ، پاییز ۱۳۹۸، صص ۳۴-۱۳.
- (208) غضنفری، حسین، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدالله، آذر، عادل، "مدل سطح بندی عوامل موثر بر به کارگیری راهبرد سرمایه گذاری مخاطره شرکتی با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM)" ، فصلنامه دانش سرمایه گذاری ، سال هشتم ، شماره ۳۱، پاییز ۱۳۹۸، صص ۲۶۵-۲۸۴.
- (209) زارع پور نصیرآبادی، ابراهیم، خداداد حسینی، سید حمید، کرد نائیج، اسداله، منصوری مویدی، فرشته، "تاثیر هویت جنسیتی بر وفاداری به برند با تاکید بر هویت شخصی، الگوی مصرف و سبک های تصمیم گیری خرید" ، مجله پژوهش های مدیریت در ایران ، دوره ۲۳، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۸، صص ۲۱۱-۱۸۹.
- (210) گلدوست جویباری، یاسر، صبحیه، حسین، و خداداد حسینی، سید حمید، ارائه مدل نظری زمینه ای عملکرد پروژه بر پایه اعتماد در رابطه کارفرما و پیمانکار، مدیریت صنعتی، دوره ۱۱ ، شماره ۴، ۱۳۹۸، صص. ۶۹۳-۲۹.
- (211) سپهری راد، ابوالفضل، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسداله، مشبکی اصفهانی، اصغر، "ارائه مدل پیاده سازی و اجرای استراتژی در سازمان های شبکه‌ای و سلسله مراتبی ارتش" ، چشم انداز مدیریت بازرگانی ، سال ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۹، صص ۲۳-۳۷.

- (212) الهام وحیدی نیا، معصومه حسین زاده شهری، سیدحمید خدادادحسینی، ندا عبدالوند، تبیین الگوی همکاری رقابتی برای ورود به بازار در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات، دوفصلنامه کاوش های مدیریت بازرگانی شماره ۲۴، دوره ۱۲، سال ۱۳۹۹، صص ۵۱۱-۵۳۸
- (213) توکلی، سیما، خداداد حسینی، سید حمید، سهرابی، شهلا، تاثیر ویژگی های هوش تجاری بر رقابت پذیری شرکت ها با نقش میانجی کارآفرینی محور، بازار محور و نوآوری در کسب و کار، مجله راهبردهای بازرگانی (دانشور رفتار)، دوره ۱۷، شماره ۱۵، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صفحه 159-178.
- (214) دیلمی، عضدی، آرمان، خداداد حسینی، سید حمید، کرد نائیج، اسداله، مشبکی اصفهانی، اصغر، "شناسایی و مفهوم پردازی قابلیت های پویا به منظور سازگاری مدل کسب و کار در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات"، پژوهش های مدیریت راهبردی، دوره ۲۶، شماره ۷۷، تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۳-۴۲.
- (215) دیلمی، عضدی، آرمان، خداداد حسینی، سید حمید، کرد نائیج، اسداله، مشبکی اصفهانی، اصغر، "مفهوم سازی و تبیین الگوی سازگاری مدل کسب و کار در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات"، راهبردهای بازرگانی (دانشور رفتار)، سال ۲۶، شماره ۱۵، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صص ۷۷-۹۹.
- (216) فرجود، محمد، خداداد حسینی، سید حمید، کرد نائیج، اسداله، اسلامی، سید مهدی فراترکیب مدل های کسب و کار در شهر هوشمند"، مجله مدیریت شهری، شماره ۶۱، سال ۱۳۹۹، صص ۲۶-۷
- (217) دیلمی، عضدی، آرمان، خداداد حسینی، سید حمید، کرد نائیج، اسداله، مشبکی اصفهانی، اصغر، مفهوم پردازی سازگاری الگوی کسب و کار و پیشرانهای محیطی آن در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران"، فصلنامه چشم انداز مدیریت بازرگانی، سال نوزدهم، شماره ۴۱ (پیاپی ۷۴)، بهار ۱۴۰۰، صص ۳۷-۱۳.
- (218) کلایی، امیر محمد، خداداد حسینی سید حمید(۱۳۹۹)، اخلاق کارآفرینان در کسب و کار های کوچک و متوسط ایران: با رویکرد مبانی اسلامی، مجله پژوهشنامه مدیریت اجرایی، نشریه پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صص ۲۶۱-۲۸۷
- (219) بارزانی، هلیا، اسدالله، کردنائیج، خداداد حسینی، سید حمید، حسن دانایی فرد، "شناسایی و تبیین عناصر تفکر استراتژیک" اندیشه مدیریت راهبردی، سال ۱۴، شماره ۱، پیاپی ۲۷، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۰۱-۱۲۴.

- (220) عبدی سنفرآبادی، احمد ، سید جوادین، سید رضا ، اسفیدانی، محمد رحیم ، خداداد حسینی، سید حمید(۱۳۹۹)، طراحی مدل تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی برای جلب مشارکت مردمی در مناسب های انقلابی ، مطالعات راهبردی بسیج « - شماره ۸۹ علمی-پژوهشی / ISC صفحه زمستان ۱۳۹۹، صص ۴۱ - ۶۰
- (221) شرعی، فاطمه ، کلایی، امیرمحمد ، خداداد حسینی، سید حمید، تاثیر جایگاه بازاریابی کارآفرینانه بر پایداری شرکتهای دانش بنیان با تاکید بر نوسازی استراتژیک ، مجله توسعه کارآفرینی، پاییز، دوره ۱۳ ، شماره ۳ ، سال ۱۳۹۹، صص ۴۲۱-۴۴۰ .
- (222) علیان نژادی، محمدرضا، مشبکی اصفهانی، اصغر، خداداد حسینی ،سید حمید، کرد نائج، اسداله(۱۳۹۹) ، طراحی الگوی یادگیری استراتژیک دوسوتوان در قرارگاه پدافند هوایی خاتم الانبیاء (ص) ، فصلنامه آموزش علوم دریایی شماره ۲، دوره ۷ سال ۱۳۹۹ صص ۴۶۰-۶۰ .
- (223) راضی سقین سرا، نسرین، مشبکی اصفهانی، اصغر ، خداداد حسینی، سید حمید ، کرد نائج، اسداله ، هم گرایی در رویکردهای چند بعدی بین بخشی و بین سازمانی در پژوهش های ارزیابی عملکرد : مرور نظام مند ادبیات B2B فروش ، مجله مدیریت بازرگانی ، دوره ۱۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صص ۳۱۴-۲۸۵
- (224) هاشمی، سیدرامین ، مشبکی اصفهانی، اصغر ، کرد نائج، اسداله ، خداداد حسینی، سید حمید(۱۳۹۹) ، مدل سازی استراتژی تنوع بخشی در شرکت های چند کسب و کاره خصوصی ایرانی ، مجله مدیریت بازرگانی ، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۴۲-۶۵ .
- (225) رئوفیان، احمد رضا ، آذر، عادل ، خداداد حسینی، سید حمید، کاربرد برنامه ریزی فیزیکی خطی در بهینه سازی گسترش عملکرد کیفیت فازی ، مجله تحقیق در عملیات در کاربردهای آن ، بهار، دوره ۱۷ ، شماره ۱، پیاپی ۶۴، سال ۱۳۹۹ صص ۱-۲۳
- (226) شیخه پور، زانیار، مشبکی اصفهانی، اصغر ، خداداد حسینی، سید حمید ، منصوری مویدی، فرشته، طراحی مدل ترجیح محصولات داخلی با توجه به نقش هوشیاری مصرف کننده در صنعت نوشیدنی ایران ، دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده شماره ۱، دوره ۷، سال ۱۳۹۹، صص ۱۰۵-۱۲۹
- (227) گنجه، کاوه، خداداد حسینی، سید حمید ، منصوری مویدی، فرشته، بررسی رضایتمندی ارتباطی مشتریان ، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول شماره ۴۰، سال ۱۳۹۹، صص ۱۵-۹

- (228) وحیدی نیا، الهام، معصومه، حسین زاده شهری، خداداد حسینی، سید حمید، ندا عبدالوند، طراحی و تبیین پیامدهای همکاری رقابتی برای ورود به بازار در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات، فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند شماره ۳۴، دوره ۹ سال ۱۳۹۹ صص ۱۳۷-۱۶۶
- (229) خداداد حسینی، سید حمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، الناز، فرهادی، بررسی تاثیر تصویر برند بر مصرف نامی: با در نظر گرفتن نقش میانجی ارزش های خرید، قصد خرید و نقش تعدیلگر جنسیت مورد مطالعه: شرکت نوین چرم، مدیریت برند شماره ۴، دوره ۷ سال ۱۳۹۹ صص ۵۵-۸۸
- (230) محمدرضا، علیان نژادی، مشبکی اصفهانی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیچ، اسدا...، تبیین مفهوم یادگیری استراتژیک دوسوتوان در قرارگاه پدافند هوایی خاتم الانبیاء (ص)، فصلنامه فرماندهی و کنترل شماره ۴، دوره ۳ سال ۱۳۹۹، صص ۹۲-۱۰۷.
- (231) خلیلی بالندی، فرشته، کرد نائیچ اسداله، خداداد حسینی سید حمید، شیرخدایی میثم، مرور نظام مند ادبیات: مقایسه تطبیقی مطالعات انگیزه های خرید، مجله پژوهش های مدیریت در ایران، پژوهش های مدیریت در ایران دوره ۲۵، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صص ۱۱۷-۱۳۵.
- (232) بیاضی طهرابند، علی، اسدالله کردنائیچ، خداداد حسینی، سید حمید، حسن دانایی فرد، شناسایی و مفهوم پردازی پیشران های تفکر استراتژیک، فصلنامه مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی، سال یازدهم، شماره ۴۲، بهار ۱۴۰۰، صص ۲۹۱-۳۱۸.
- (233) بیاضی طهرابند، علی، کرد نائیچ، اسداله، خداداد حسینی، سید حمید، دانایی فرد حسن، شناسایی و مفهوم پردازی پیشران های تفکر استراتژیک، مطالعات بین رشته ای دانش راهبردی " سال یازدهم، شماره ۴۲، بهار ۱۴۰۰، صص ۲۹۱-۳۱۸.
- (234) سید فرید موسوی، عادل آذر، سید حمید خداداد حسینی، طراحی مدل سرآمدی نوآوری در موسسات بانکی ج.ا. ایران با رویکرد ترکیبی، نشریه مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، دوره دوم دی ماه، شماره ۴، شماره پیاپی سال ۱۴۰۰، صص ۳۷-۵۱.
- (235) هاشمی، سید رامین، مشبکی اصفهانی، اصغر، کرد نائیچ، اسدالله، خداداد حسینی. " مدل سازی استراتژی تنوع بخشی در شرکت های چند کسب و کاره خصوصی ایرانی " مدیریت بازرگانی، دوره ۱۳، شماره ۱، سال ۱۴۰۰، صص ۴۲-۶۵.
- (236) اسماعیلی سالومحله فرزاد، کردنائیچ، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، و آذر، عادل تبیین الگوی جامع تحول راهبردی سازمانی در سازمانهای نظامی، فصلنامه علمی-پژوهشی فرماندهی و کنترل، سال پنجم، شماره چهار، زمستان ۱۴۰۰، صص ۶۰-۷۸.

(237) شهبابی، الهه، کردنائیچ، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، تبیین عوامل حیاتی موفقیت در زنجیره تأمین شرکتهای برتر توزیع دارویی ایران با استفاده از روش ترکیبی، پژوهشهای مدیریت در ایران، دوره ۲۵، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۵۹-۱۸۰.

(238) خلیلی پالندی، فرشته، کردنائیچ، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، و شیرخدایی میثم، مفهوم پردازی افت خرید نسل زد از دیدگاه نظریه ساخت گرای، فصلنامه علمی تحقیقات بازاریابی نوین، سال یازدهم، شماره چهارم، شماره پیاپی (۴۳)، زمستان ۱۴۰۰، صص ۲۱-۳۴.

(239) بخشی، مرضیه، کردنائیچ، اسدالله، آکوچکیان، احمد، و خدادادحسینی، سید حمید، فهم مبانی هستی شناسی تصمیم گیری استراتژیک از منظر قرآن مبتنی بر سوره انفال، دو فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی، سال پانزدهم، شماره دوم (پیاپی ۳۰)، پاییز و زمستان ۱۴۰۰، صص ۱-۴۴.

(240) خشوعی، امیرحسین، خداداد حسینی، سید حمید، و کلابی، امیرمحمد، طراحی مدل پیشبینی چرخه عمر محصول با رویکرد ترمودینامیک، پژوهشهای نوین در تصمیم گیری، دوره ۶، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۰، صص ۷۹-۱۰۱.

(241) نجات، سهیل، کردنائیچ، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، و شیرخدایی میثم، آسیب شناسی مطالعات برند در ایران با تمرکز بر متغیر وفاداری به برند: رویکرد فراترکیب، مدیریت بازرگانی، دوره ۱۳، شماره ۴، ۱۴۰۰، صص ۸۸۷-۹۰۹.

(242) موسوی، سید فرید، آذر، عادل، و خداداد حسینی، سید حمید، طراحی مدل سرآمدی مدیریت نوآوری در موسسات بانکی ج. ا. ۱. با رویکرد ترکیبی، فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمانهای دفاعی، دوره ۴، شماره ۱۴، زمستان ۱۴۰۰، صص ۸۵-۱۱۴.

(243) اشراقی، حسن، منصوری مؤید، فرشته، و خدادادحسینی، سیدحمید، شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر بین المللی شدن شرکت های فعال در حوزه استخراج مواد اولیه (مورد مطالعه صنعت سنگ)، مدیریت کسب وکارهای بین المللی، سال پنجم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۱، صص ۳۳-۴۸.

(244) صوری، سارا، غفاری، محمد، شیرازی، حسین، و خداداد حسینی، سید حمید، طراحی مدل توسعه رفتار شهروندی برند در گردشگری پزشکی، فصلنامه بیمارستان، سال بیست و یکم، شمار ۳، پاییز ۱۴۰۱، صص ۲۰-۳۳.

- (245) راضی، نسرین، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی سید حمید، و کرد نائیج اسداله ، عوامل تعیین کننده عملکرد فروشنده های B2B صنعت مواد غذایی بر اساس دیدگاه اکوسیستم خدمت، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، دوره ۱۵ . شماره ۲۹ . بهار و تابستان ۱۴۰۲ . صص. ۱۶۶ - ۲۰۰
- (246) هاشمی، مسلم، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدالله، و کامران، افسانه، تحلیلی بر ارتباط شخصیت زنانه و مردانه برند و ارزش ویژه برند مشتری محور در صفحات اینستاگرام محصولات مصرفی تند گردش، تحقیقات نوین بازاریابی، سال سیزدهم، شماره اول، شماره پیاپی ۴۸، بهار ۱۴۰۲، صص ۷۳-۸۸.
- (247) جوادی، محمد، کردنائیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، و گنجعلی، اسدالله، مروری نظام مند از نقش ابعاد طراحی سازمانی در اجرای تغییرات استراتژیک، فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، سال شانزدهم، شماره اول پیاپی ۳۱، بهار ۱۴۰۱، صص ۷۹-۱۲۸.
- (248) حسین زاده، آرزو، خداداد حسینی، حمید، و آذر، عادل، نقش تعدیلگر نوآوری باز در تاثیر جذابیت های وب سایت بر نیت رفتاری مشتریان، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوازدهم، شماره ۲، پاییز ۱۴۰۱، صص ۵۱-۸۴.
- (249) نوراللهی، مهدی، و خداداد حسینی، سید حمید، تاثیر گردشگران بر سلامت جسمانی و رفاه اجتماعی در شهرک تاریخی ماسوله، فصلنامه مطالعات میان رشته ای مدیریت بازاریابی، دوره اول، شماره ۲، پاییز ۱۴۰۱، صص ۱۶-۲۷
- (250) عباس نژاد، سعید، مشبکی اصفهانی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، و کلابی، امیر محمد، مدل کسب و کار پایدار (م.ک.پ) و شبکه سازی مرور نظام مند، اندیشه مدیریت راهبردی، سال ۱۶، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۱، صص ۱۳۷-۱۶۶
- (251) ملک محمدی، مجید، خداداد حسینی، سید حمید، و حیدرزاده هنزائی، کامبیز، طراحی مدل یکپارچه عوامل شکست کسب و کار نوآفرین و ارائه استراتژیهای کارآفرینانه اجتناب از شکست، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۶، شماره ۲، ۱۴۰۲، صص ۱۱۲-۱۲۸.
- (252) جعفرپور، سپهر، خداداد حسینی، سید حمید، و کردنائیج، اسدالله، واکاوی استواری استراتژیک کسب و کارهای فعال در بخش کشاورزی هوشمند ایران، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۲، صص ۹ - ۱۱۶.

(253) شیخه پور، زانیار، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، و منصوری موید، فرشته، تاثیر هوشیاری دینی بر ترجیح محصولات داخلی: تحلیل نقش قومگرایی و بیگانگی مصرفی، مدیریت کسب و کارهای بین المللی، سال ششم، شماره ۳، پاییز ۲۰، صص ۱-۲۰.

(254) جوادی، محمد، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، و گنجعلی، اسدالله، بررسی نقش مدیریت سازمان در اجرای تغییرات استراتژیک ابتکاری؛ مروری نظام مند، مدیریت بازرگانی، ۱۴۰۲، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۲۱۷-۲۴۷.

(255) امین زاده واحدی، میثم، خدادادحسینی، سید حمید، و اکبری مقدم، بیت الله، واکاوی تجربه زیسته مفهوم لمس در خرید طبقات محصول از فروشگاه های فیزیکی و اینترنتی، مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، سال دوازدهم، شماره ۴، پاییز ۱۴۰۲، صص ۹۳ تا ۳۹.

(256) بخشی، مرضیه، کردنائیج، اسدالله، آکوچکیان، احمد، و خدادادحسینی، سید حمید، فهم مبانی روش‌شناسی تصمیم‌گیری استراتژیک بر مبنای دلالت‌های روش‌شناسانه قرآن کریم (با نمونه سوره انفال)، مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۴۰۲

(257) یوسفیان، محمدحسین، خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، و شایان، علی، تبیین ویژگی های زیست بوم با روش فرا ترکیب، مدیریت کسب و کار، شماره ۶۰، زمستان ۱۴۰۲، صص ۲۰۸-۲۲۹

(258) رشیدی آشتیانی، بابک، خدادادحسینی، سیدحمید، و اکبری مقدم، بیت الله، شناسایی ویژگی های کلامی و بصری پلتفرم های فروشگاه های آنلاین بر اساس تجربه زیسته مشتریان، کاوش های مدیریت بازرگانی، شماره ۳۳، پاییز ۱۴۰۲، صص ۲۳۰-۲۶۲

(259) جعفرپور، سپهر، خدادادحسینی، سید حمید، و کردنائیج، اسدالله، واکاوی رویکردهای استراتژیک توسعه و نوآوری در بخش کشاورزی هوشمند ایران با به کارگیری روش SIMUS، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، سال سیزدهم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۲، صص ۱۰۵-۱۳۸

(260) امین زاده واحدی، میثم، خدادادحسینی، سید حمید، و اکبری مقدم، بیت الله، تبیین نقش مفهوم لمس در رفتار خرید مشتریان فروشگاه های فیزیکی و آنلاین، مدیریت توسعه و تحول، شماره ۵۵، زمستان ۱۴۰۲، صص ۲

- (261) محبوب، حسین، خدادادحسینی، سیدحمید، کردنائیج، اسدالله، و اسماعیلی نسب، مریم، تاثیر ویژگی های مزاجی شخصیت مشتریان و درگیری ذهنی محصولات بر ناسازگاری شناختی پس از خرید، تحقیقات بازاریابی نوین، سال سیزدهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، صص ۲۷-۵۰
- (262) صادقیانی، فرشاد، خدادادحسینی، سیدحمید، منصوری موید، فرشته، و اسماعیلی نسب، مریم، کیفیت شخصیت برند از شخصیت برند پررنگ تا اختلال شخصیت برند، مدیریت برند، سال دهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، صص ۶۷-۱۲۴
- (263) صوری، سارا، غفاری، محمد، و خدادادحسینی، سیدحمید، اعتبارسنجی مدل توسعه رفتار شهروندی برند در کارکنان گردشگری پزشکی، راهبردهای مدیریت در نظام سلامت، سال هشتم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۲، صص ۲۷۶-۲۹۲
- (264) نجات، سهیل، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، و شیرخدایی، میثم، شناسایی ابعاد تعالی برند با رویکرد تحلیل مضمون (مورد مطالعه: صنعت کالاهای تند مصرف)، چشم انداز مدیریت بازرگانی، سال ۲۲، شماره ۵۳، بهار ۱۴۰۲، صص ۱۳-۴۸
- (265) علیزاده مقدم، شکوه سادات، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، و محمدیان، ایوب، شناسایی و مفهوم پردازی پیشران های تصمیم گیری استراتژیک تجل دیجیتال در سازمان های خرده فروشی پوشاک ایران، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۷، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۲، صص ۵۹-۸۸
- (266) یوسفیان، محمدحسین، خدادادحسینی، سیدحمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، و شایان، علی، یکپارچه سازی راهبرد چرخه عمر زیست بوم کسب و کار، نشریه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۱۵، شماره ۵۷، فروردین ۱۴۰۳، صفحه ۲۱-۵۴
- (267) فردی، معصومه، خدادادحسینی، سیدحمید، و اکبری مقدم، بیت الله، ارائه مقیاسی برای سنجش کانال های جستجوی محصول بر اساس ویژگی های خرید لذت جویانه و سودمندگرایانه، نشریه راهبردهای بازرگانی، دوره ۲۰، شماره ۲۱، شهریور ۱۴۰۲، صفحه ۹۹-۱۱۶
- (268) رشیدی آشتیانی، بابک، خدادادحسینی، سیدحمید، و اکبری مقدم، بیت الله، واکاوی ویژگی های کلامی و بصری محصولات ارائه شده در فروشگاه های آنلاین، مدیریت بازاریابی، شماره ۶۴، پاییز ۱۴۰۳، صص ۴۷-۶۶

- (269) یعقوب پور، مریم، جنتی فر، حسین، و ثانوی فرد، رسول، طراحی مدل تعالی بازاریابی دیجیتالی (مطالعه موردی بانکداری تجاری)، مدیریت بازرگانی، سال شانزدهم، شماره ۶۱، پاییز ۱۴۰۳، صص ۵۹۶-۶۱۷
- (270) یوسفیان، محمدحسین، خدادادحسینی، سیدحمید، مشیکی اصفهانی، اصغر، و شایان، علی، یکپارچه سازی راهبرد چرخه عمر زیست بوم کسب و کار، مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۱۵، شماره ۵۷، بهار ۱۴۰۳، صص ۲۱-۵۴
- (271) مصلحی، مهدی، خدادادحسینی، سیدحمید، منصوری موید، فرشته، و خدایار، ابراهیم، واکاوی مولفه های زمینه ای تصمیم گیری بر اساس اندیشه جلال الدین محمد مولوی، پژوهش های میان رشته ای زبان و ادبیات فارسی، سال سوم، دوره جدید، شماره اول، بهار و تابستان ۱۴۰۳
- (272) مهدی زاده، بی بی ملیحه، خدادادحسینی، سیدحمید، و نظر پور کاشانی، حامد، بررسی تحلیلی تولیدات علمی سواد و دانش مالی و رهیافت های بهبود تجربه مشتری در بستر بازار سرمایه با رویکرد علم سنجی، مهندسی مالی و اوراق بهادار، دوره ۱۵، شماره ۶۰، پاییز ۱۴۰۳
- (273) یعقوب پور، مریم، خدادادحسینی، سیدحمید، جنتی فر، حسین، و ثانوی فرد، رسول، تاثیر تفکر استراتژیک بر تعالی بازاریابی دیجیتال بانکداری با رسانه اجتماعی و جو نوآوری، کاوش های مدیریت بازرگانی، دوره ۱۶، شماره ۳۷، پاییز ۱۴۰۳، صص ۱۴۸-۱۶۴
- (274) درویش، حسن، خدادادحسینی، سیدحمید، منصوری موید، فرشته، و گودرزی غلامرضا، تحلیل نقش و جایگاه ذی نفعان اکوسیستم هوش مصنوعی در صنعت خودروسازی ایران، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۸، شماره ۴، دی ۱۴۰۳، صفحه ۱۳۶-۱۶۷.
- (275) فردی، معصومه، خدادادحسینی، سیدحمید، و اکبری مقدم، بیت الله، تجربه زیسته مشتریان از کانال های جستجوی محصول و انگیزه های خرید آنلاین، مطالعات رفتار مصرف کننده، سال یازدهم، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۳، صص ۱۱۱-۱۳۳
- (276) پورعسکری، محمدحسین، خدادادحسینی، سیدحمید، کردنائیج، اسدالله، و منصوری موید، فرشته، شناسایی و اولویت بندی عوامل تعیین کننده در تصمیم های مالی و سرمایه گذاری (مورد مطالعه: سرمایه گذاران نسل زد)، چشم انداز مدیریت بازرگانی، سال ۲۳، شماره ۶۰، اسفند ۱۴۰۳، صص ۱۳۶-۱۶۱

277) قربانی، زهرا، آمنه خدیور، خدادادحسینی، سیدحمید، و نیاکان، لیلی، الگوی پذیرش مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی شرکتهای بیمه، کاوشهای مدیریت بازرگانی، دوره ۱۶، شماره ۳۷، ۱۴۰۳، صص: ۱۶۵ تا ۱۸۵.

278) قربانی، زهرا، آمنه خدیور، و خدادادحسینی، سیدحمید، طراحی مدل سیستم استنتاج فازی برای انتخاب استراتژیهای مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی (مورد مطالعه صنعت بیمه)، پژوهشهای نوین در تصمیم گیری، دوره ۱۰، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴، صص ۹۵-۶۷.

279) خدادادحسینی، سیدحمید، جلال زاده سیدرضا، لایقمند، حدیث، بررسی عوامل موثر بر استفاده واقعی از فناوری بازاریابی دیجیتال هوشمند، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، دوره ۱۷، شماره ۳۳، شهریور ۱۴۰۴، صص ۷-۴۰.

280) مهدی زاده، بی بی ملیحه، خدادادحسینی، سیدحمید، و نظر پور کاشانی، حامد، نگاشت علمی تجربه مشتری در بازار سرمایه در اپیدمی کرونا ویروس، فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۴، صص. ۱۳۴-۱۱۸.

281) فردی، معصومه، خدادادحسینی، سیدحمید، و اکبری مقدم، بیت الله، نقش اطلاعات محصولات سودمندگرایانه و لذت جویانه بر درگیری مشتریان در خرده فروشی آنلاین، مجله مدیریت توسعه و تحول، شماره ۶۱، بهار ۱۴۰۴، صص. ۲۷-۱۷.

مقالات خارجی:

282) A Mixed Integer Goal Programming Model for Multi-period Complex Corporate Financing Problems, Finance India, June, Vol. XVII No. 2, 2003, pp.495-509.

283) The Intervening Role of Innovative Climate: A Study of Middle Managers in Manufacturing Organizations in Iran, Public Organization Review: A Global Journal, 3(2), June 2003, pp. 151-170.

284) Employees' social status in Iranian public and governmental organizations: effect of individual, organizational, and social factors. Singapore Management Review, Vol. 30, No1, 2008, pp. 76-98.

285) Mobile Advertising: An Investigating of Factors Creating Positive Attitude (A Study of Iranian Customers), Journal of African Marketing Management, Vol. 5(2), 2011. PP. 394-404

286) Conceptualization of Integrated Brand Engagement (IBI) Grounded Theory Strategy: A Case Study of Iran Automobile Industry. The International Journal of Humanities. Vol. 18, NO. 2, Spring 2011, pp. 133-150

- 287) Designing the Model of Customer Agility and Competitive Activity. African Journal of Business Management, vol. 5, No. 33, 2011, pp. 12915-12928.
- 288) Developing Entrepreneurial Marketing Mix: Case Study of Entrepreneurial Food Enterprises in Iran, Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, issue 5, August 2011, pp.75-91.
- 289) "Identification and Verifying the Entrepreneurial Promotion Mix Via Innovative Approach in Iranian Entrepreneurial Enterprises" Research Journal of International Studies, 23, 2012. pp. 53-69.
- 290) Investigating the Role of Word of Mouth on Consumer Brand Equity Creation in Iran's Cell-Phone Market, Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology, Issue 8, Feb. 2012, pp.1-15
- 291) Multi-Level Analysis of Salesperson Performance, Determinants, Intl. J. of Humanities, 2012, Vol. 19 (4), pp.183-210
- 292) Investigating the effect of emotional and social stimulants of store atmosphere and prices on the customers' satisfaction and loyalty, Management Science Letters, 3, 2013, pp. 1521–1528
- 293) A New Model of Petrochemical Technology Strategic Planning, International Journal of Business Administration, Vol. 4, No. 2; 2013, pp.57-73
- 294) Customer Relationship Management and Organizational Performance: A Conceptual Framework Based on the Balanced Scorecard (Study of Iranian Banks), Journal of Business and Management, V.10, No 6, May. - Jun. 2013, PP 18-26
- 295) Impact of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation on Market Orientation on Export Performance, International Journal of Management Research and Review, V. 3, No 5, 2013, pp. 2249-2293.
- 296) The Impact of CRM and Brand Equity on Organizational Performance, International Journal of Market Research, No 5, 2013.
- 297) An Architectural Framework for IT Innovation Systems: A Case Study on IT Diffusion in Iran, European Journal of Scientific Research, Vol. 106 Issue 3. 2013, PP. 1-19.
- 298) Iran's Transition to Learning Economy: Exploring the Intervening Role of Information and Communication Technology, European Journal of Scientific Research, Vol.107 Issue 3, 2013.
- 299) A Survey and Study of Capabilities and Emotional Intelligence of Employees at Work Place: A Case Study of Automotive Industry in Iran, JKL Journal, September 2013, pp. 351-365.

- 300) Rethinking the National Innovation System Functions Based on Viable System Model: A Theoretical Discussion and a Comparative Analysis, Middle-East Journal of Scientific Research, Vol. 16, No. 10, 2013, pp.1383-1392.
- 301) The Comparison of Product and Corporate Branding Strategy: A Conceptual Framework, Journal of Business and Management, Vol. 14, No. 2, 2013, pp. 41-48.
- 302) Higher Education Policy Analysis in the Fifth Development Plan Using System Dynamics, Journal of Science & Technology Policy, Vol. 5, No. 4, Summer 2013.
- 303) Study the Impact of Brand Equity on Impulse Buying: Mediating Role of Product Attributes (Mobile Phone Industry), American Journal of Scientific Research, Jan. 2014, Issue 97, pp-72-82.
- 304) Designing a Model of Brand Equity for Sports Industry of Iran: Football Premier League (A Case Study), International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, November 2013, Vol. 3, No. 1, pp. 681-693
- 305) Brand Identification Model of Sport Industry: A Case Study of Iran Pro-League, Research Journal of Recent Sciences, November 2013, Vol. 3, No. 11, PP. 681-693.
- 306) Designing a Model of Brand Equity for Sports Industry of Iran: Football Premier League (A Case Study). International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2013. 681/693.
- 307) Design and Formulation of Branding Strategy Selection Model in Organizations: Multi Business Firms, Journal of Economics and Education, Vol. 6, No. 6, November 2014.
- 308) A Model for Achieving Customer Exultation in Commercial Banks, South Asian Journal of Management Research, Vol. 3 Issue 11, November 2014, pp. 320-339.
- 309) Intellectual Capital: Investigating the Role of Customer Citizenship Behavior and Employee Citizenship Behavior in Banking Industry in Iran, Management and Administrative Sciences Review, Volume 4, Issue 4, July 2015, Pages: 736-747.
- 310) A Comparative View of Globalization: A Political Approach, International Journal of Current Life Sciences, Vol. 4, No. 9, Spetember.2014.
- 311) Customer Satisfaction Measurement in Banking Industry Using Multicriteria Satisfaction Analysis (MUSA) Method, Indian Journal of Science Research, Vol. 4, No. 4, 2014, pp.22-35.
- 312) Study the Impact of Brand Equity on Impulse Buying: Mediating Role of Product Attributes (Mobile Phone Industry), American Journal of Scientific Research, 2014, Issue 97, pp. 72-82.

- 313) Developing the model of customer value and loyalty: The effect of innovation and responsiveness to the customers, International Bulletin of Business Administration, 14, April 2014, pp. 82-94.
- 314) Identification of Effective Factors in Success of Innovation Management System in Iranian Banking and Monetary Institutions Using Principal Component Analysis, Journal of Social Issues & Humanities, Volume 2, Issue 4, April 2014, pp. 45-55.
- 315) Designing Export Performance Model Based on Organizational Orientations, Iranian Journal of Management Studies, Vol. 8, No. 2, April 2015, pp: 265-285
- 316) Investigating the Role of Customer Citizenship Behavior and Employee Citizenship Behavior in Banking Industry in Iran, Management and Administrative Sciences Review, Vol. 4, No.4, July 2015, p.736-747.
- 317) Managing Environmental Uncertainty: From Conceptual Review to Strategic Management Point of View, International Journal of Business and Management, Vol. 10, No. 7, July 2015, pp. 215.
- 318) Business Ecosystem as a New Approach in Strategy, Management and Administrative Sciences Review, Volume: 4, Issue: 1, January 2015, pp. 198-205.
- 319) Formation and Identification of Strategic Issues in Organizations: A Review and Classification of Current Studies, International Technology Management Review, Vol. 5, No. 1, 2015, pp. 28-39.
- 320) Designing Export Performance Model based on Organizational Orientations, Iranian Journal of Management Studies, Vol. 8, No. 2, April 2015, pp: 265-285.
- 321) Survey and Explain the Role of Sense making in Successful Strategy Implementation Implementation in Iran's Automotive Companies, Verslas: Teorija Ir Praktika / Business: Theory and Practice, Vol. 8, N0.3 July, 2015 pp:201-211.
- 322) Investing What determines Strategic Issues in Organizations: A Qualitative Study, Mediterranean Journal of Sciences Vol. 6, No. 5, September 2015, pp:553-560.
- 323) Explaining and Testing the Aboriginal Model of Shopping Malls' Success: (Case Study: shopping malls in Tehran), Iranian Journal of Management Studies, Vol. 1, 2017, pp. 259-282.
- 324) Developing a Commercialization Model of Financial Services (Case Study: Iranian Banking and Insurance Industry), Management Research in Iran, Vol. 21, Spring 2017, pp. 1-28.
- 325) Brand trust and image: effects on customer satisfaction, International Journal of Health Care Quality Assurance, 2017 Aug 14;30(7):580-590.

- 326) Explaining and Testing the Aboriginal Model of Shopping Malls' Success: (Case Study: shopping malls in Tehran), Iranian Journal of Management Studies, Vol. 10, No. 1, Winter 2017, pp. 259-282.
- 327) "Investigating the Critical Success Factors in Supply Chain of Leading Pharmaceutical Distribution Companies in Iran Using Hybrid Method", International Journal of Economic Perspectives, 2017, Vol 11, Issue 4, pp.
- 328) Critical Success Factors in the Supply Chain an Adaptive Approach", International Journal of Applied Business and Economic Research, Vol.15, No.5, April, 2017, pp.367-381.
- 329) "Developing A Digital Banking Framework in the Iranian Banks: Prerequisites and Facilitators", International Journal of e-Business Research, Vol. 14, No.4, Oct, 2018, pp.65-77
- 330) "Developing a Framework for the Interactive Prerequisites of Prosumption in the Banking Industry of Iran", Journal of Organisational Studies and Innovation, 2019, Vol. 6, No.2, Summer, pp.1-15
- 331) "Designing infrastructures and requirements model of international markets development in ICT industry", International Journal of Business Information Systems, Vol. 33, No.3, Summer, 2020, pp.360-382.
- 332) "A model for B2B salesperson performance with service ecosystems perspective :a grounded theory", Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 37, No, 6, 2021, pp. 1314-1337.
- 333) Modeling and comparing data mining algorithms for prediction of recurrence of breast cancer, PLoS One, 15(10), 2020 Oct, pp. 1-23.
- 334) Success factors of innovation management in the banking industry using the grounded theory approach, Journal of Industrial Engineering and Management Studies, Vol. 8, No. 2, 2021, pp. 138-159.
- 335) Knowledge Acquisition in Market by Customer-Seller Interaction Model based on Accepting Seller's Misbehavior by Customer (Case Study: Gold and Jewelry Industry of Iran), International Journal of Knowledge Processing Studies, Knowledge Processing Studies. Serial 6, 2(5), 2022, pp. 52-65.
- 336) A qualitative investigation of entrepreneurial marketing dimensions and their effect on brand image on the Instagram platform, The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, September 27, 2023, pp. 1-13.
- 337) A Model for the Realization of Sustainable Marketing, Green Economy and Sustainable Development, Vol. 19 No. 1, 2024, pp. 162-173.

- 1) خداداد حسینی، سید حمید، نوآوری در سازمانها: مفهوم، انواع و فرآیندها، اقتصاد و مدیریت، ۴۲، ۱۳۷۸، ۶۴-۴۷.
- 2) خداداد حسینی، سید حمید و قلیچ لی، بهروز، مشتری گرایی: راهی به سوی موفقیت، بازاریابی، ۷، ۱۳۷۹، ۲۹-۲۴.
- 3) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، بازاریابی، بررسی تحولات عصر ارتباطات و نقش آن در بازاریابی، مدیریت و توسعه، شماره ۸، ۱۳۸۰.
- 4) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، بازاریابی، تحولات، چالشها و راهکارها در هزار سوم، مطالعات مدیریت، ۱۳۸۱.
- 5) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر بازاریابی، نقش فناوری های پیشرفته اطلاعات و ارتباطات در تغییر ماهیت بازاریابی و تبلیغات، پژوهش و سنجش، شماره ۲۹، بهار ۱۳۸۱، صفحات ۴۵۷-۴۴۳.
- 6) خداداد حسینی، سید حمید، و بهروز قلیچ لی، نوآوری استراتژیک: رویکردی نوین در شایستگی سازمانهای امروز، مدیریت و توسعه، شماره ۱۴، ۱۳۸۱.
- 7) خداداد حسینی، سید حمید، اصغر پور، علیرضا و عزیزی، شهریار، شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان خودروهای سواری شرکت ایران خودر، پیام مدیریت، شماره ۸ و ۷، پاییز ۱۳۸۲، صص ۴۷-۷۴.
- 8) دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید حمید، طراحی نظام ملی نوآوری: ضرورت ها و چالشها، مجله مدیریت و توسعه، جلد ۵، شماره ۲۰، بهار ۱۳۸۳، صص ۸-۳۱.
- 9) دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید حمید، چارچوب های نهادی در نظام ملی نوآوری: رویکرد تطبیقی به نقش دولت و مدیریت دولتی، مجله مطالعات مدیریت، شماره ۴۴ و ۴۳، ۱۳۸۳، صص ۹۵-۱۱۲.
- 10) خداداد حسینی، حمید و قلیچ لی، بهروز، توسعه مدیریت: نوع شناسی، شایستگیها، و استراتژیها، نشریه پیک نور علوم انسانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۴، صص ۵۶-۶۸.

- 11) خداداد حسینی، سید حمید و خادمی، علی اکبر، آسیب شناسی توان استراتژیک شرکت سایپا برای ورود به بازارهای جهانی: بررسی عوامل درون سازمانی، فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی، شماره ۲، پاییز ۱۳۸۶، صص ۲۹-۶۷.
- 12) خداداد حسینی، سید حمید و شاه طهماسبی، اسماعیل، اصلاح الگوی مصرف: مفهوم، ضرورت و نقش مدیریت زمان، فصلنامه نظارت و بازرسی، شماره ۶، زمستان ۱۳۸۷، صص ۷-۲۶.
- 13) خداداد حسینی، سید حمید، و متقی، پیمان، مهندسی فرهنگ کسب و کار در ایران، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۵، بهار ۱۳۸۸، صص ۳۹-۶۰.
- 14) خداداد حسینی، سید حمید، شاه طهماسبی، اسماعیل، و سارا، شمس الهی، تبیین جایگاه مدیریت نوع قومی، عامل فراموش شده بهره وری در مدیریت کلان فرهنگی کشور، ماهنامه مهندسی فرهنگی، نشریه علمی تخصصی شورای عالی انقلاب فرهنگی، شماره ۵۳ و ۵۴، خرداد و تیر ۱۳۹۰، صص ۴۴-۵۹.
- 15) خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد، یدالهی، جهانگیر، و رضوانی، مهران، مفهوم پردازی نقش فرد کارآفرین در بازاریابی کسب و کارهای خانگی محور، مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۱۱، تابستان ۱۳۹۰، صص ۶۳-۸۴.
- 16) عزیزی، شهریار، و خداداد حسینی، سید حمید، مقایسه تطبیقی بازاریابی شبکه ای و ساختارهای هرمی، بررسیهای بازرگانی، شماره ۴۹، مهر و آبان ۱۳۹۰، صص ۳۶-۵۲.
- 17) خداداد حسینی، سید حمید، نایب پور، و یآوری، علی، بررسی عوامل درون سازمانی موثر بر بودجه ریزی عملیاتی دانشگاه علوم انتظامی، مجله توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، شماره ۲۱، تابستان ۱۳۹۰، صص ۱۲۵-۱۶۲.
- 18) خداداد حسینی، سید حمید، نایب پور، محبوبی، داود، عوامل درون سازمانی موثر بر کارایی هزینه های آمادی دانشگاه علوم انتظامی امین، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، شماره ۲۸، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۴۹-۱۷۶.
- 19) خداداد حسینی، سید حمید، قربانی، عباس، و ظهرا بیان، محمد، بررسی تاثیر فرهنگ سازمانی بر اثر بخشی عملکرد با تبیین نقش تعهد و رضایت شغلی کارکنان نگهداری و تعمیرات در آمادوپشتیبانی فرماندهی انتظامی استان اصفهان، فصلنامه اندیشه آمد، شماره ۵۷، تابستان ۱۳۹۵، صص ۸۷-۱۰۶.

20) خوش اخلاق، مهدی، خداداد حسینی، سید حمید، بررسی تأثیر جنسیت برند و ارزش ویژه برند مبتنی بر مصرف کننده بر وفاداری با وجه به نقش رضایت و اعتماد (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی اینستاگرام)، مدیریت عملیات خدمات، سال اول، شماره چهارم، تابستان ۱۳۹۸، صص ۷۱-۸۸.

21) شیخه پور، زانیار، مشکبکی اصفهانی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، منصوری مویدی، فرشته، تأثیر مصرف گرایی خارجی بر تمایل به خرید محصولات ایرانی، مجله بررسی های بازرگانی، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۹، صص ۱۰-۲۴.

22) حسین زاده، آرزو، خداداد حسینی، سید حمید، و آذر، عادل، نقش تعدیل گر نوآوری باز در تأثیر جذابیت های وبسایت بر نیت رفتاری مشتریان، ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوازدهم، شماره دو، پاییز ۱۴۰۱، صص ۵۱-۸۸.

23) نوراللهی سلامت، مهدی، و خداداد حسینی، سیدحمید، تأثیر گردشگران بر سلامت جسمانی و رفاه اجتماعی در شهرک تاریخی ماسوله، فصلنامه مطالعات میان رشته ای مدیریت بازاریابی، دوره اول، شماره ۲، پاییز ۱۴۰۱، صفحه ۱۶-۲

۷) فهرست مقالات ارائه شده در مجامع علمی

- 1) Khodadad Hosseini, Hamid, and Willis, Quentin F., The Impact of Workplace Climate on Middle Managers' Innovation, ANZAM Conference, 1996. Wollongong, Australia.
- 2) Khodadad Hosseini, Hamid, and Willis, Quentin F., Organizational Structure, Strategic Posture, and Environment: Their Relationship with Middle Managers' Product and Process Innovation, ANZAM Conference, 1997, Melbourne, Australia.
- 3) خداداد حسینی، حمید، مدیریت واکنش سریع: تحولی نو در امور لجستیک نظامی، اولین همایش نگهداری اقلام، دانشگاه امام حسین (ع)، بهمن ماه ۱۳۸۰.
- 4) خداداد حسینی، سید حمید، و قلیچ لی بهروز، تو سعه منابع انسانی: مفاهیم، استانداردها و کاربرد آنها در آموزش و پرورش، اولین همایش استاندارد و استانداردسازی در آموزش و پرورش، تهران ۱۳۸۲.
- 5) خداداد حسینی، سید حمید، و روح ا... سهرابی، ایجاد فن بازار، حلقه مفقوده نظام مدیریت و مبادلات تکنولوژی، دومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی، تهران، ۱۳۸۴.

6) انواری رستمی، علی اصغر، و خداداد حسینی، سید حمید، بررسی تحلیلی الگو و مدل ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی کشور، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت کیفیت فراگیر (TQM) و تجارت جهانی، تهران، آذر ۱۳۸۴.

7) خداداد حسینی، سید حمید؛ و صفری کهره، محمد؛ هوشمندی استراتژیک در سیاستگذاری حوزه آینده نگری فناوری، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، آبان ۱۳۸۷.

8) خداداد حسینی، سید حمید؛ و صفری کهره، محمد؛ بررسی نقش تجارت الکترونیک در مدیریت زنجیره تامین به منظور کسب مزیت رقابتی برای سازمانها، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران، بهمن ۱۳۸۷

9) خداداد حسینی، سید حمید؛ شاه طهماسبی، اسماعیل؛ بررسی دانش و مدیریت دانش بر نسل های تحقیق و توسعه، کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، ۱۳۸۶

10) خداداد حسینی، سید حمید؛ شاه طهماسبی، اسماعیل؛ تبیین بازار یابی قومی با نگرشی بر قومیت های ایرانی، کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، دیماه ۱۳۸۷.

11) خداداد حسینی، سید حمید؛ و صفری کهره، محمد، مدیریت ارتباط با مشتری، ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات، اصفهان، اسفند ۱۳۸۸.

12) خداداد حسینی، سید حمید؛ و صفری کهره، محمد، بیات، علی، و ابراهیمی، عباس، شناسایی و اولویت بندی موانع و چالش های پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران با رویکرد فازی، کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی، تهران، ۱۳۸۷.

13) خداداد حسینی، سید حمید، صفری کهره، محمد، نیشابوری، ابوالفضل، و عابدی، احسان، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM): رویکردی یکپارچه به افراد، فرایندها و فناوری، ششمین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران، ۱۳۸۸.

14) محمد لو، مسلم، محمدی جهرمی، مهشید السادات، و خداداد حسینی، سید حمید، مدلسازی فرایند مدیریت استراتژیک: رویکرد مدیریت فرایندها، چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۸۸.

15) خداداد حسینی، سید حمید؛ شاه طهماسبی، اسماعیل، شمس الهی، سارا، بررسی روند آینده پژوهی و تلفیق روش تحلیل علی لایه ای و تئوری جامعیت، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک و عملکرد، تهران، ۱۳۸۹.

16) خداداد حسینی، سید حمید؛ و لشکر بلوکی، مجتبی، تحلیل تطبیقی- انتقادی فنون طراحی استراتژی پابرجا در شرایط عدم قطعیت، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۸۹.

17) زارع پور، ابراهیم، خداداد حسینی، سید حمید و رشادت جو، حمیده، بررسی تاثیر شهرت شرکت، قیمت ها و هزینه ها بر ارزش و وفاداری مشتریان محصولات صوتی تصویری، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، تهران، ۱۳۸۹.

18) گلابی، امیر محمد، خداداد حسینی، سید حمید، رضوانی، مهران، و یدالهی، جهانگیر، شناسایی و تبیین آمیخته ترفیع کارآفرینانه با رویکردی نوگرایانه در بنگاه‌های کارآفرین، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، تهران، ۱۳۸۹.

19) زارع پور، ابراهیم، خداداد حسینی، سید حمید و رشادت جو، حمیده، توسعه مدل ارزش و وفاداری مشتری: بررسی تاثیر نوآوری کالا و خدمات بر ارزش و وفاداری مشتریان محصولات صوتی تصویری، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، تهران، ۱۳۸۹.

20) Khodadad Hosseini, Seyed Hamid, Azar, Adel, Rajabzadeh Ghatari, Ali, and Bahram Mirzaee Arash, Developing Combined Forecasting Models in Oil industry: A Case Study in OPEC Oil Demand, NCTA 2011, International Conference on Neural Computation Theory and Application, 24-26 October 2011, Paris, France.

21) خداداد حسینی، سید حمید؛ فکری، رکسانا، عبدالهیان، زینب، بررسی ارتباط شاخص های مهارتی مدیران کارآفرین (مطالعه موردی: جهاد دانشگاهی)، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، خوانسار، ۱۳۹۱.

22) خداداد حسینی، سید حمید؛ فکری، رکسانا، عبدالهیان، مریم، بررسی مهارت های کارآفرینی دانش آموختگان مهندسی صنایع، اولین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی، خوانسار، ۱۳۹۱.

23) کلانتری، نادیا، خداداد حسینی، سید حمید؛ و حاجی شیروودی، ریحانه، چاقویی برای تدوین استراتژی تکنولوژی در کشور های در حال توسعه، نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران ۱۳۹۱.

24) Rajabzadeh Ghatari, Ali, Khodadad Hosseini, Seyed Hamid and Shekari, Hamideh, Developing Factors of GSCM (Green SCM with) with Considering the Impact on Voice of Customers (Case Study Cable Industry), International Conference on Education, Applied Sciences and Management (ICEASM), December 26-27, 2012 Dubai (UAE), pp. 184-187.

- 25) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایچ، اسدا...، احمدی، پرویز، بررسی جایگاه معنا بخشی در اجرای استراتژی و تغییرات استراتژیک، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.
- 26) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایچ، اسدا...، احمدی، پرویز، بررسی و سنجش آمادگی سازمانی برای پیاده سازی استراتژی ها در شرایط بحرانی، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.
- 27) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایچ، اسدا...، احمدی، پرویز، طراحی و تبیین الگوی معنا بخشی استراتژیک در سازمان، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.
- 28) گلدوست یاسر جویباری ، خداداد حسینی سید حمید، صبحیه محمد حسین، شناسایی پارامتر های حاکمیت پورتفولیوی پروژه با استراتژی سازمانی، کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران ۱۳۹۲.
- 29) Rajabzadeh Ghatari, Ali, Khodadad Hosseini, Seyed Hamid and Shekari, Hamideh, Developing Factors of GSCM (Green SCM With) With Considering the Impact on Voice of Customers (Case Study Cable Industry), International Conference on Education, Applied Sciences and Management (ICEASM'2012), December 26-27, 2012 Dubai (UAE)
- 30) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، اسماعیل نورصالحی، زهرا میربلوک، بررسی و تحلیل وضعیت انتخاب مقصد گردشگران پزشکی در استان گیلان، اولین همایش ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران، ۱۳۹۳.
- 31) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، فزه نجف پور، بررسی اولویت بندی عوامل موثر بر وفاداری الکترونیک، مورد مطالعه شرکت های آنلاین شهر رشت، دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار، همدان، ۱۳۹۳.
- 32) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، فزه نجف پور، بررسی عوامل موثر بر وفاداری الکترونیک : مورد مطالعه شرکت های آنلاین شهر رشت، دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار، همدان، ۱۳۹۳.
- 33) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، اسماعیل نورصالحی، زهرا میربلوک، بررسی عوامل موثر در جذب گردشگری پزشکی در استان گیلان، اولین همایش ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران، ۱۳۹۳.

34) سید حمید خداداد حسینی، زینب میرزایی، طراحی مدل دیدگاه کارکنان به عنوان سفیران برند در صنعت هتل داری، دوازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، ۱۳۹۳.

35) یار احمدی شیما، تلخایی هادی، نقاش طوسی حسین، خداداد حسینی سید حمید، صبحیه محمد حسین، ارائه چارچوب تعیین رابطه استراتژی پروژه با استراتژی سازمان در سازمان های پروژه محور، یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت پروژه، تهران ۱۳۹۴

36) عابدی نگار، خداداد حسینی سید حمید، آذر عادل، عوامل موثر بر مزیت رقابتی با تاکید بر هوشمندی رقابتی و سازمانی در صنایع مواد غذایی شهرستان رشت، نخستین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران ۱۳۹۵

37) عاشوری، اعظم، خداداد حسینی سید حمید، احمدی پرویز، بررسی اثر بخشی خلاقیت در تبلیغات بر ماندگاری در ذهن مخاطب مبتنی بر ویژگی های جمعیت شناختی (مورو مطالعه: مخاطبان تبلیغات تلویزیون و بیلورد در شهرستان رشت)، نخستین کنفرانس بین المللی هوش تجاری و سازمانی پارادایم های نوین مدیریت، تهران ۱۳۹۵

38) احمدی، پرویز، خداداد حسینی سید حمید، خندان حقیقی نغمه موسوی، تاثیر شایعات برون سازمانی بر ارزش ویژه برند (مورد مطالعه صنایع لبنی پگاه گیلان) نخستین کنفرانس بین المللی هوش تجاری و سازمانی پارادایم های نوین مدیریت، تهران ۱۳۹۵

39) براتی مهدیه، خداداد حسینی سید حمید، طراحی مدل عملکرد صادراتی شرمتهای نواد غذایی با تبیین نقش تعهد عاطفی، تعهد مستمر و قابلیت یادگیری سازمانی، چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری، تهران ۱۳۹۵.

40) یار احمدی شیما، تلخایی هادی، نقاش طوسی حسین، خداداد حسینی سید حمید، صبحیه محمد حسن، ارائه چارچوب تعیین رابطه استراتژی پروژه با استراتژی سازمان در سازمان های پروژه محور، یازدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت پروژه، تهران ۱۳۹۵.

41) خداداد حسینی، سیدحمید، احمدی، پرویز، حسینی، سیده صفورا، بررسی عوامل موثر بر وفاداری الکترونیک کبتنی بر اعتماد و رضایت الکترونیک بین مشتریان شعب بانک انصار شهر رشت، دومین کنفرانس ملی اقتصاد مدیریت و حسابداری، سازمان صنعت، معدن و تجارت استان خوزستان، تیر ۱۳۹۶.

42) فردوسی، شهرام، احمدی، پرویز، خدادادحسینی، حمید، تاثیر تبلیغات شفاهی الکترونیکی بر قصد خریء سبز، تبیین نقش تعدیل‌گری نگرش نسبت به خرید، اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی، اردیبهشت ۱۳۹۶، دانشگاه تهران.

43) قربان‌زاده، پیمان، خدادادحسینی، سیدحمید، آذر، عادل، تاثیر تجربه برند بر ترجیحات مشتریان: مطالعه تطبیقی مشتریان بانک‌های ملی و پاسارگاد شهرستان رشت، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری، تهران، خرداد ۱۳۹۶.

44) سید حمید خداداد حسینی، زینب علیزاده، بررسی تاثیر کیفیت، اعتبار مقصد و عادلانه بودن قیمت بر تبلیغات توصیه‌ای: تبیین نقش رضایت و وفاداری به مقصد گردشگری شهر رشت، شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت (علمی-پژوهشی)، سال ۱۳۹۸

45) امیرمحمد کلابی، سیدحمید خدادادحسینی، فاطمه شرعی، ارزش شخصی از دیدگاه کارآفرینان اجتماعی: با رویکرد خلق ارزش مشترک، شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت (علمی-پژوهشی)، سال ۱۳۹۸

46) سیدحمید خداداد حسینی، زینب صفری چینجانی، مهرعلی همتی نژاد، نقش شخصیت و جنسیت برند بر برندسازی شخصی (مطالعه موردی: مدیران و روزنامه‌نگاران روزنامه‌های پرتیراژ ایران، شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت علمی-پژوهشی، سال ۱۳۹۸

47) زهرا فرخ‌نسب، سید حمید خداداد حسینی، اصغر مشبکی اصفهانی، تاثیر بازاریابی تجربی بر تبلیغات توصیه‌ای: تبیین نقش ارزش ویژه برند و وفاداری به برند (مورد مطالعه: هتل‌های چهار ستاره شهر تهران، شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت علمی-پژوهشی، سال ۱۳۹۸

48) سیدحمید خدادادحسینی، رغیب عزیزی، اصغر مشبکی اصفهانی، بررسی عوامل موثر بر رفتار مصرف‌کنندگان کالاهای ایرانی در افغانستان مورد مطالعه (شهرهای کابل و مزار شریف، چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه‌ای و جهانی، سال ۱۳۹۸

49) سید حمید خداداد حسینی، مدینه ظهرابی، پرویز احمدی، بررسی تاثیر قابلیت عملکرد وب سایت، محرکها و ریسک ادراک شده بر رضایت مشتری و تبلیغات توصیه‌ای (مطالعه موردی: بانک ملی استان گیلان، دومین همایش ملی علوم مدیریت، اقتصاد و بانکداری اسلامی، سال ۱۳۹۸

- 50) سیدحمید خداداد حسینی، مارال شادپور ، تبیین عوامل موثر بر تبلیغات توصیه ای در رسانه اجتماعی، مورد مطالعه: کاربران اینستاگرام ، هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، سال ۱۳۹۹
- 51) پژمان احمدی فرد، سیدحمید خداداد حسینی، عادل آذر ، بررسی اثرات شبکه های اجتماعی و کسب و کار بر عملکرد شرکت های تولیدی مستقر در شهرک صنعتی رشت ، هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت ، سال ۱۳۹۹
- 52) محمدرضا پورطرق ساز، سیدحمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد ، تأثیر بازاریابی سبز استراتژیک بر مزیت رقابتی: تبیین نقش نوآوری و جهت گیری بازاریابی سبز داخلی ، هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت ، سال ۱۳۹۹
- 53) افتخار سادات قریشی، سیدحمید خداداد حسینی، محسن اکبری ، بررسی تأثیر سوابق تجربی مشتری بر قصد خرید مشتریان بر اساس نقش میانجی نگرش و نتایج مشتری ، هفدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت ، سال ۱۳۹۹
- 54) سیدحمید خداداد حسینی، رضا اسماعیل پور، زینب علیزاده ثابت ، ررسی تاثیر کیفیت، اعتبار مقصد و عادلانه بودن قیمت بر تبلیغات توصیه ای: تبیین نقش رضایت و وفاداری به مقصد گردشگری شهر رشت ، چهارمین کنفرانس ملی پژوهش در حسابداری و مدیریت ، سال ۱۳۹۹
- 55) بابک نیک زاد خسمخی، مریم پورنصیررودبند، سیدحمید خداداد حسینی ، ارائه یک مدل برای تامین امنیت مبتنی بر بلاکچین در بانکداری دیجیتال (مطالعه موردی: بانک ملی ایران ، پنجمین کنفرانس ملی مهندسی کامپیوتر و بلاک چین ایران ، سال ۱۳۹۹
- 56) سایره رحیمی فتیده، محمدرحیم رمضانیان، سیدحمید خداداد حسینی ، بررسی تأثیر تجربه مشتری بر تبلیغات توصیه ای سنتی و الکترونیکی و اعتماد برند با تبیین نقش نگرش برند (مورد مطالعه: شبکه اجتماعی اینستاگرام ، ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه ، سال ۱۳۹۹
- 57) سیدحمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، مائده یوسف زاده ، بررسی تأثیر تجربه برند بر ارزش ویژه برند با تأکید بر نقش تصویر برند، وفاداری برند و رضایت برند (مطالعه موردی صنعت لوازم خانگی ، ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه ، سال ۱۳۹۹

58) سیدحمید خدادادحسینی، پرویز احمدی، مهشاد زرین، تأثیر نشان و لوگوی برند بر اعتماد برند با تأکید بر نقش نگرش و شهرت برند (مورد مطالعه: صنعت پوشاک، ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه، سال ۱۳۹۹)

59) پرویز احمدی، سیدحمید خدادادحسینی، ابراهیم رنجی، بررسی تأثیر تجربه برند حسی بر ارزش ویژه برند و قصد خرید مشتری، با تبیین نقش رضایت مشتری و تعهد عاطفی مشتری بیمه (مورد مطالعه: دفاتر نمایندگی بیمه سامان در استان گیلان، ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه، سال ۱۳۹۹)

60) اعظم فروزش، سیدحمید خدادادحسینی، پرویز احمدی، اولویت بندی و مشخص کردن تأثیرگذاری هوش فرهنگی، هوش معنوی و رضایت شغلی بز عملکرد شغلی مدیران فروش با رویکرد های مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) و دیمتل (DEMATEL)، دومین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی، سال ۱۳۹۷

61) سیدحمید خدادادحسینی، عباس غلامی، اصغر مشبکی اصفهانی، بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان بانک با تبیین نقش رضایت مشتری و اعتماد: مورد مطالعه بانک بین المللی افغانستان (AIB)، پنجمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری، سال ۱۳۹۷

62) سیدحمید خدادادحسینی، آذر پیمان طلب، تأثیر کسبوکار الکترونیک و بازار گرایبی بر عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی نوآوری سازمانی در شرکت های تولیدی صنایع غذایی استان گیلان، کنفرانس ملی دستاوردهای نوین پژوهشی در حسابداری و مدیریت، سال ۱۳۹۸

63) محمدمصدق مهجوم، اصغر مشبکی اصفهانی، اسداله کردنائیج، سیدحمید خدادادحسینی، توسعه مدیریت پایدار تجاریسازی فناوری فضایی جهت ورود ایران به اقتصاد فضایی، پنجمین همایش بین المللی مدیریت، روانشناسی و علوم انسانی با رویکرد توسعه پایدار، سال ۱۳۹۸

64) سروش رحیمی دانش، پرویز احمدی، سیدحمید خدادادحسینی، بررسی تأثیر مدیریت منابع انسانی برندمحور بر وفاداری مشتری با رویکرد مدل سازی ساختاری-تفسیری (مطالعه موردی: مدیران ستادی و کارکنان صف شعب بانک ملی شهرستان رشت، کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم، سال ۱۳۹۸)

65) ابراهیم زارع پور، سیدحمید خدادادحسینی، تأثیر هویت مذهبی بر وفاداری به برند با تأکید بر نقش سبک های تصمیم گیری خرید، اعتماد و نگرش مشتری، ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و مطالعات مدیریت، سال ۱۳۹۹

66) آئینا هادی پور، سید حمید خداداد حسینی، محسن اکبری، تاثیر استفاده از اینستاگرام بر عملکرد مالی و غیرمالی زنان خانه دار با در نظر گرفتن نقش میانجی سرمایه اجتماعی، پنجمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، سال ۱۳۹۹

67) صفا حسن پورگلشنی، پرویز احمدی، بررسی تاثیر تبلیغات رسانه اجتماعی بر تبلیغات توصیه ای مبتنی بر وفاداری برند و قصد خرید، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و صنعت، سال ۱۴۰۰

68) ابراهیم زارع پور نصیرآبادی، سیدحمید خداداد حسینی، بررسی تاثیر هویت اجتماعی بر وفاداری به برند باتاکید بر هویت شخصی و هویت یابی بابرند، هشتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم انسانی، مدیریت و کارآفرینی ایران، سال ۱۴۰۰

69) آزموده، مریم و خداداد حسینی، سیدحمید، بررسی نقش ابعاد برند بر قصد و رفتار خرید آنلاین در رسانه های اجتماعی، هجدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران، ۱۴۰۰

70) شکوه سادات علیزاده مقدم، اسداله کردنائیج، سید حمید خداداد حسینی، و ارائه چارچوب تصمیم گیری استراتژیک در تحول دیجیتال سازمانهای کوچک و متوسط، هجدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران ۱۴۰۰.

71) سید حمید خداداد حسینی، پرویز احمدی، و حسین پلمه، بررسی تأثیر عوامل فناوری و فردی بر قصد خرید مجدد: تبیین نقش رضایتمندی مشتریان، وفاداری و تبلیغات توصیه ای الکترونیکی، یازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، ۱۴۰۱.

72) سید مجتبی شفيعی ماسوله، سیدحمید خداداد حسینی و عادل آذر، بررسی عوامل موثر بر شکل گیری تصویر فروشگاه بر رفتار واقعی مشتریان با در نظر گرفتن نقش ارزش درک شده، آگاهی از برند و قصد خرید، هفتمین کنفرانس ملی افق های نوین در علوم انسانی، اقتصاد و کارآفرینی، اصفهان، بهمن ۱۴۰۲.

73) سارا امامقلی پور، اکرم حیدری، و سید حمید خداداد حسینی، شیوه های تأمین مالی آموزش عالی در کشورهای اسلامی، پنجمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، تهران، خرداد ۱۴۰۲.

74) سیدحمید خداداد حسینی، ایلید صنعتی ایرانی، پیش بینی قصد خرید مشتریان از خرده فروشی های آنلاین: نقش بازی وارسازی در رضایت مشتری و وفاداری مشتری، بیستمین کنفرانس ملی مدیریت، تهران، اسفند ۱۴۰۲

75) پرویز احمدی، سیدحمید خدادادحسینی، مصطفی مهاجر، تاثیر آموزش سوادمالی بر بهبود عملکرد سرمایه گذاری و مدیریت مالی، بیست و یکمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، شیروان، آذر ۱۴۰۳

76) پریا کوچکی حسن کیاده، سیدحمید خدادادحسینی، سیدحسن آل طه، تاثیر قابلیت های نوآوری داده محور و قابلیت تحلیل کلان داده بر مزیت رقابتی با نقش میانجی چابکی بازاریابی، یازدهمین کنفرانس ملی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی، تهران، آذر ۱۴۰۳

77) سیدحمید خدادادحسینی، سیدرضا جلال زاده، کیمیا محمدی، بررسی تاثیر ارزش ادراک شده و تحویل به موقع کالا بر قصد خرید مجدد با نقش میانجی رضایت از خرید آنلاین، دهمین کنفرانس ملی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی، تهران، اردیبهشت ۱۴۰۴

78) مصطفی فرزانه کلورزی، حسین صدر، سیدحمید خدادادحسینی، تحلیل تاثیرات chatgpt بر بانکداری الکترونیک مبتنی بر وب با استفاده از نظریه داده بنیاد (مطالعه موردی: بانک کشاورزی ایران)، یازدهمین کنفرانس ملی تحقیقات وب، تهران، فروردین ۱۴۰۴

79) فردوسی، منصور، و خدادادحسینی، سیدحمید، شناسایی و اولویت بندی ریسک های قراردادهای بین المللی انرژی در مگا پروژه های نفت، گاز و پتروشیمی، ماهنامه اکتشاف و تولید نفت و گاز، پیاپی ۲۲۴ (مهر ۱۴۰۳)، صص ۵۹-۷۸

۸) پایان نامه های راهنمایی شده:

الف) راهنمایی دکتری:

- ۱) طراحی و تبیین مدل اجرای موفق استراتژی در بنگاه های تجاری
- ۲) طراحی و تبیین مدل تعاملی انعطاف پذیری و آینده نگری استراتژیک در تصمیم گیری استراتژیک
- ۳) طراحی الگوی استراتژیک ورود به بازار جهانی برای صنعت خودروی ایران
- ۴) طراحی مدل رقابتی با رویکرد چابکی استراتژیک: بررسی شایستگی استراتژیک IT، هوشیاری کارآفرینانه و زیرکی بازار
- ۵) طراحی و تبیین مدل کسب مزیت رقابتی مبتنی بر سرمایه اجتماعی برون سازمانی و نقش قابلیت های پویا؛ مورد مطالعه صنعت ساختمان
- ۶) طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت خودرو ایران
- ۷) طراحی مدل گذار به اقتصاد یادگیرنده در ایران با رویکرد سیاست علم و فناوری
- ۸) طراحی و تبیین مدل عوامل موثر کسب مزیت رقابتی با رویکرد شبکه های اجتماعی

- ۹) طراحی الگوی بکارگیری فناوری و سیستمهای اطلاعات IT/IS و تأثیر آن بر موفقیت سازمانهای صنعتی
- ۱۰) طراحی و تبیین مدلی به منظور نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی
- ۱۱) طراحی الگوی بازاریابی صادرات فرش دستباف ایران
- ۱۲) مدل توسعه قابلیت‌های مدیریت سبد پروژه‌های نوآوری (مطالعه موردی: صنعت برق ایران)
- ۱۳) طراحی و تبیین الگوی ساختار سازمانی متناسب با فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی IT/IS در صنعت قطعه سازی خودروی ایران
- ۱۴) تبیین الگوی عوامل موثر بر اندازه گیری ارتباط بین فناوری اطلاعات و عملکرد مالی شرکتها: رویکردی فرا تحلیلی
- ۱۵) طراحی الگوی بازاریابی کارآفرینانه بین المللی در بنگاه های صنعتی ایران
- ۱۶) طراحی الگوی شناسه (برند) خواهی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار مورد مطالعه صنعت خودرو ایران
- ۱۷) هماهنگی کانالهای توزیع چند گانه با رویکرد قابلیت محوری
- ۱۸) طراحی و تبیین مدل وفاداری مشتریان در محیط چند فرهنگی
- ۱۹) طراحی و تبیین الگوی رفتاری مصرف
- ۲۰) طراحی الگوی سرآمدی بازاریابی در صنایع تولیدی با رویکرد ترکیبی
- ۲۱) طراحی مدل سودآوری مشتری برای سازمان: مطالعه موردی صنعت الکترونیک ایران
- ۲۲) معماری نظام نوآوری فناوری اطلاعات با تاکید بر اشاعه فناوری
- ۲۳) طراحی و تبیین مدل تعالی مشتریان: مطالعه موردی - صنعت خدمات بانکی و بیمه
- ۲۴) مدل سازی ترجیح محصولات داخلی با رویکرد بازاریابی کلان؛ مورد مطالعه صنعت خودرو
- ۲۵) طراحی مدل تحقق بازاریابی پایدار صنعت خودرو ایران
- ۲۶) طراحی و تبیین مدل مدیریت موثر پرتفولیوی شرکت های هلدینگ
- ۲۷) طراحی و تبیین مدل پیاده سازی و اجرای فوق استراتژی پیشامدها، پیامدها و تعدیل گرهای مورد مطالعه قرارگاه پدافندهوایی خاتم الانبیاء (ص) آجا
- ۲۸) طراحی مدل زنجیره تأثیرات هویت اجتماعی، هویت شخصی و هویت یابی با برند بر وفاداری به برند: تبیین نقش الگوی مصرف و سبک های تصمیم گیری خرید
- ۲۹) طراحی مدل یکپارچه ارزیابی استراتژی: پیشایندها و پیامدها (مطالعه موردی: گروه خودروسازی سایپا)

۹) دروس آموزشی ارائه شده:

کارشناسی ارشد و دکتری	۱) مدیریت استراتژیک
دکتری	۲) مدیریت استراتژیک علم و فناوری
دکتری	۳) مدیریت استراتژیک پروژه و ساخت

کارشناسی ارشد و دکتری	۴) روش تحقیق پیشرفته
دکتری	۵) بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته
دکتری	۶) مدیریت فرآیند نوآوری
کارشناسی ارشد	۷) بازاریابی و مدیریت بازار
کارشناسی ارشد	۸) سمینار در مسائل بازاریابی بین الملل

۱۰) سمینارها و کارگاههای آموزشی:

ارایه بیش از ۱۲۰ سمینار و کارگاه آموزشی برای سازمانها و نهادهای مختلف در سطح ملی و بین المللی در زمینه های:

- مدیریت استراتژیک
- تحول و تفکر استراتژیک
- بازاریابی و مدیریت بازار
- بازار یابی کارآفرینانه
- بهره وری و عملکرد در سازمان
- نوآوری و خلاقیت
- روش تحقیق پیشرفته

۱۱) نشان های علمی:

- ❖ دریافت لوح تقدیر از وزیر محترم علوم، تحقیقات و فناوری بمناسبت مسئولیت دبیر علمی اولین همایش دوسالانه اشتغال و نظام آموزش عالی کشور در سال ۱۳۸۲.
- ❖ دریافت لوح تقدیر از وزیر محترم علوم، تحقیقات و فناوری بمناسبت مسئولیت دبیر علمی دومین همایش دوسالانه اشتغال و نظام آموزش عالی کشور در سال ۱۳۸۴.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از معاون وزیر در برنامه ریزی و منابع انسانی وزارت آموزش و پرورش بمناسبت ارائه مقاله برتر اولین همایش علمی استاندارد و استانداردسازی در آموزش و پرورش در سال ۱۳۸۲.
- ❖ انتخاب بعنوان استاد برتر پژوهشی در کتاب پژوهشگران برتر دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۸۲.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از معاون وزیر در امور برق وزارت نیرو و مدیر عامل شرکت توانیر بمناسبت ارائه مقاله برتر در دومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی در سال ۱۳۸۴.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه بعنوان استاد نمونه پژوهشگر از دانشکده فرماندهی و ستاد ناجا در سال ۱۳۸۳.
- ❖ دریافت لوح تقدیر بمناسبت ارائه مقاله برتر از دومین کنفرانس بین المللی مدیریت کیفیت فراگیر (TQM) و تجارت جهانی در سال ۱۳۸۴.

- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه بعنوان استاد نمونه دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۸۷.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از وزیر کار بمناسبت ارائه مقاله برتر اولین همایش ملی توسعه مشاغل خانگی ۱۳۸۹.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از بازرسی کل ناجا بمناسبت ارائه مقاله برتر اولین همایش توانمند سازی نیروی انسانی در سال ۱۳۸۹.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه بعنوان استاد نمونه دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۹۲.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از فرمانده نیروی انتظامی (ناجا) بعنوان دبیر علمی همایش تربیت و آموزش پلیس در سال ۱۳۹۳.
- ❖ لوح تقدیر بعنوان رئیس و نماینده انجمن علوم مدیریت ایران از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ۱۳۹۶.
- ❖ دریافت لوح و تقدیرنامه انجمن علمی برتر از جشنواره بین المللی فارابی ۱۳۹۷
- ❖ جایزه و لوح تقدیر از سازمان یونسکو ۱۳۹۹
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه استاد نمونه دانشگاه تربیت مدرس ۱۴۰۲