

علیرضا عباسی گرجی

استادیار

دانشکده: ادبیات و علوم انسانی

گروه: جامعه شناسی



علیرضا عباسی گرجی عضو هیأت علمی و استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه بیرجند است. وی دارای مدرک تحصیلی مهندسی برق-کنترل از مازندران، کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی از دانشگاه سمنان و دکترای تخصصی (PhD) مدیریت بازرگانی-سیاست گذاری بازرگانی از دانشگاه گیلان است. تخصص ایشان در حوزه های سیاست گذاری بازرگانی، مدیریت استراتژیک، استراتژی، بازاریابی و برندسازی است که مقالات علمی پژوهشی متعددی در ژورنال های معتبر علمی داخلی و بین المللی به چاپ رسانده است. همچنین وی عضو کمیته علمی و داور تخصصی در ژورنال های معتبر داخلی و بین المللی است.

سوابق تحصیلی

مقطع تحصیلی	سال اخذ مدرک	رشته و گرایش تحصیلی	دانشگاه
کارشناسی	۱۳۹۳	مهندسی برق-کنترل	مازندران
کارشناسی ارشد	۱۳۹۷	مدیریت بازرگانی-بازاریابی	دانشگاه سمنان
دکترای تخصصی	۱۴۰۲	مدیریت بازرگانی-سیاست گذاری بازرگانی	دانشگاه گیلان

اطلاعات استخدامی

محل خدمت	عنوان سمت	نوع استخدام	نوع همکاری	پایه
دانشگاه بیرجند	عضو هیأت علمی و استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه بیرجند	رسمی قطعی	تمام وقت	۲

سوابق اجرایی

عضو هیأت علمی و استادیار مدیریت بازرگانی دانشگاه بیرجند از سال 1403 تا کنون

استاد مدعو دانشگاه تهران، دانشگاه مازندران، دانشگاه گیلان، دانشگاه سمنان و دیگر موسسات آموزش عالی ایران از سال 1399 تا کنون

جوایز و تقدیر نامه ها

کسب عنوان رتبه برتر در کنکور مقطع دکترای تخصصی (PhD) رشته مدیریت بازرگانی و راهبردی ایران در سال 1398
کسب عنوان دانشجوی برتر (رتبه اول) دانشگاه سمنان در سال 1397

موضوعات تدریس تخصصی

سیاست گذاری بازرگانی (تدوین، اجرا و کنترل استراتژی در بنگاه ها و سازمان ها)
مدیریت استراتژیک و برنامه ریزی راهبردی
استراتژی و استراتژیست
مدیریت بازاریابی
مدیریت برند
مدیریت تبلیغات
مدیریت فروش و مذاکره
مدیریت کارآفرینی
رفتار مصرف کننده
روش تحقیق
مبانی سازمان و مدیریت
مدیریت توسعه
مدیریت تطبیقی
جامعه شناسی سازمانی
سیر اندیشه های سیاسی و تحول نهادهای اداری

فعالیت های علمی و اجرایی

عضو کمیته علمی و داور تخصصی در ژورنال های معتبر داخلی و بین المللی مورد تایید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایران

عضو کمیته علمی ژورنال بین المللی مطالعات مدیریت دانشگاه تهران

زمینه های تدریس

سیاست گذاری بازرگانی (تدوین، اجرا و کنترل استراتژی در بنگاه ها و سازمان ها)
مدیریت استراتژیک و برنامه ریزی راهبردی
استراتژی و استراتژیست
مدیریت بازاریابی
مدیریت برند

مدیریت تبلیغات
مدیریت فروش و مذاکره
مدیریت کارآفرینی
رفتار مصرف کننده
روش تحقیق
مبانی سازمان و مدیریت
مدیریت توسعه
مدیریت تطبیقی
جامعه شناسی سازمانی
سیر اندیشه های سیاسی و تحول نهادهای اداری

همایش ها و کنفرانس ها

عضو کمیته اجرایی همایش و بازارچه کارآفرینی توسط معاونت فرهنگی و ارتباط با صنعت دانشگاه سمنان در سال 1401

عضویت در هیات تحریریه مجلات علمی و پژوهشی

عضو کمیته علمی و داور تخصصی در ژورنال های معتبر داخلی و بین المللی مورد تایید وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایران

عضو کمیته علمی ژورنال بین المللی مطالعات مدیریت دانشگاه تهران

مقالات در همایش ها

۱. علیرضا عباسی گرجی و رضا اسماعیل پور، بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی سبز از طریق مسئولیت اجتماعی شرکت بر ارزش ویژه برند و قصد خرید مشتری (مورد مطالعه: محصولات شرکت صنعتی بهپاک در شهرستان بهشهر)، ششمین همایش بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت اقتصاد و توسعه، شماره صفحات ۱۵، دانشگاه جرجیا تقلیس گرجستان، ۲۰۲۰.
۲. علیرضا عباسی گرجی و اسماعیل ملک اخلاق، بررسی تاثیر سیاست گذاری سیستم های اطلاعاتی و جهت گیری سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات بر توسعه بستر الکترونیک و چابکی سازمانی با میانجیگری بازاریابی درونی (مورد مطالعه: شرکت کاله مازندران)، دومین همایش بین المللی نوآوری های اخیر در مدیریت اقتصاد و حسابداری، شماره صفحات ۱۲، دانشگاه تهران، ۲۰۲۰.
۳. علیرضا عباسی گرجی، صبا هدایتی فر، عظیم زارعی، سنجش قصد خرید مصرف کنندگان از طریق تبیین جامعه شناختی آمیخته بازاریابی سبز با اثر تعدیلگری شخصیت مشتری (مورد مطالعه: مصرف کنندگان محصولات لبنی مانیزان در شهر کرمانشاه)، چهارمین همایش ملی در مدیریت کسب و کار و بازرگانی، شماره صفحات ۱۱، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ۲۰۱۹.
۴. علیرضا عباسی گرجی و مرتضی ملکی مین باش رزگاه، ارتباط بین فعالیت های پیشبرد فروش با رفتار پس از خرید مشتریان فروشگاه های کالاهای ورزشی شهرستان بهشهر، چهارمین کنگره ملی تازه یافته ها در علوم انسانی، شماره صفحات ۱۰، دانشگاه خوارزمی تهران، ۲۰۱۹.
۵. علیرضا عباسی گرجی، بررسی تاثیر آمیخته بازاریابی سبز بر روی سبک تصمیم گیری خرید، اولین همایش بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی، شماره صفحات ۱۴، دانشگاه تهران، ۲۰۱۹.

۱. فاطمه ربانی محمدیه , علیرضا عباسی گرجی , محسن اکبری, تأثیر انگیزه مشارکت مشتری بر ارزش ویژه مشتری: نقش میانجی اعتماد به برند و فعالیت‌های بازاریابی شبکه‌های اجتماعی, تحقیقات بازاریابی نوین, شماره صفحات ۱۵۵, ۲۰۲۵.
۲. علیرضا عباسی گرجی و محسن اکبری, طراحی الگوی مدیریت تغییر راهبردی در سیستم نوآوری باز و فضای مشارکتی شرکت های دانش بنیان, مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی, شماره صفحات ۱۹, ۲۰۲۴.
۳. علیرضا عباسی گرجی , محسن اکبری , اسماعیل ملک اخلاق, طراحی الگوی دموکراسی تجاری شرکت های پتروشیمی ایران, مدیریت کسب و کار بین المللی, شماره صفحات ۶۷, ۲۰۲۴.
۴. طراحی الگوی برندسازی استراتژیک بین‌المللی ورزش کشتی ایران با رویکرد صادرات و ارزآوری, مدیریت و توسعه ورزش, شماره صفحات ۱, ۲۰۲۲.
۵. علیرضا عباسی گرجی , داود فیض , صبا هدایتی فر, واکاوی عوامل مؤثر بر استفاده از نرم‌افزارهای اجتماعی در کسب شهرت مجازی: با تبیین نظریه کاشت در حوزه رسانه, مجله جهانی رسانه, شماره صفحات ۱۵۱, ۲۰۱۹.
۶. علیرضا عباسی گرجی و صبا هدایتی فر, بررسی تطبیقی متن شعارهای تبلیغاتی فروشگاه های اینترنتی صنایع غذایی داخلی و خارجی با استفاده از تکنیک متن کاوی و خوشه بندی, فصلنامه علمی رسانه, شماره صفحات ۱۳۱, ۲۰۱۹.