

مشخصات فردی	
<p>احسان عابدی</p> <p>معلم و مشاور بازاریابی و استراتژی</p> <p>عضو هیئت علمی دانشگاه</p> <p>دکتری مدیریت از دانشگاه تهران</p>	 <p><i>Ehsan_Abedi@yahoo.com</i> <i>@ehsanaabedi</i></p>

تحصیلات	
عضو بنیاد ملی نخبگان از سال ۱۳۸۷	
ردیف	عنوان
۱	دکتری مدیریت بازرگانی گرایش استراتژی از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
۲	کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین الملل از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران
۳	کارشناسی مدیریت بازرگانی از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

اهم سوابق علمی و حرفه‌ای	
ردیف	عنوان
۱	عضو هیئت علمی گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال
۲	مدیر گروه مدیریت بازرگانی و <i>MBA</i> در مقطع دکتری و کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

داور نشریه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران	۳
عضو کمیته علمی کنفرانس‌های متعدد در حوزه بازاریابی و مدیریت	۴
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی ساختار و استقرار واحد مدیریت بازاریابی و فروش	۵
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی ساختار و استقرار واحد مدیریت استراتژی	۶
مدیر و مشاور پروژه‌های تدوین جوهره برند و داستان برند	۷
مدیر و مشاور پروژه‌های تدوین کتابچه برند	۸
مدیر و مشاور پروژه‌های تحقیق بازار	۹
مدیر و مشاور پروژه‌های تدوین برنامه بازاریابی و بازاریابی دیجیتال	۱۰
مدیر و مشاور پروژه‌های تدوین برنامه استراتژیک	۱۱
مدیر و مشاور پروژه‌های توسعه استراتژی بازاریابی رسانه اجتماعی	۱۲
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کمپین اینفلوئنسر مارکتینگ	۱۳
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کمپین تبلیغات دیجیتال	۱۴
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کمپین تبلیغات محیطی	۱۵
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی کمپین تبلیغات <i>BTL</i>	۱۶
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کلینیک محصول	۱۷
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کلینیک فروش	۱۸
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی و اجرای کلینیک دیجیتال	۱۹
مدیر و مشاور پروژه‌های طراحی ساختار و توسعه واحد مدیریت رسانه دیجیتال	۲۰
مدیر پروژه بانکداری دیجیتال بانک ملت	۲۱
مدیر پروژه بانکداری هوشمند بانک ملت	۲۲
مدیر پروژه تدوین نقشه‌راه پیاده‌سازی اینترنت اشیا بانک ملت	۲۳
مدیر گروه تحول دیجیتال بانک ملت	۲۴
مدیر پروژه تدوین نقشه‌راه پیاده‌سازی بانکداری دیجیتال بانک ملت	۲۵

مدیر پروژه تدوین استراتژی رسانه اجتماعی بانک ملت	۲۶
مدیر پروژه طراحی ابتکارات بهبود تجربه دیجیتال مشتری بانک ملت	۲۷
مدیر پروژه تدوین استراتژی توسعه سرمایه انسانی دیجیتال بانک ملت	۲۸
مدیر پروژه طراحی نقشه راه فرهنگ دیجیتال بانک ملت	۲۹
مدیر پروژه طراحی بسته تامین مالی (با تاکید بر حوزه انرژی) بانک ملت	۳۰
مدیر پروژه بررسی کیفیت وضعیت نیروهای صف بانک ملت	۳۱
مدیر پروژه طراحی ابزارها و نهادهای نوین تامین مالی حوزه انرژی	۳۲
مدیر پروژه طراحی مدل استقرار مدیریت دانش مشتری در صنعت بانکداری	۳۳
مدیر پروژه بررسی چالش های پیاده سازی بانکداری جامع	۳۴
مدیر پروژه طراحی ساختار دفتر انرژی و جایابی آن در مدل بانکداری جامع	۳۵
مدیر گروه مطالعات انرژی مرکز تحقیقات و برنامه ریزی بانک ملت	۳۶
مدیر گروه مدیریت دانش بانک ملت	۳۷
مدیر پروژه طراحی ساختار مرکز تحقیقات و مدیریت استراتژیک بانک ملت	۳۸
مدیر پروژه طراحی ساختار معاونت استراتژیک مرکز تحقیقات بانک ملت	۳۹
مدیر پروژه طراحی ساختار معاونت برنامه ریزی مرکز تحقیقات بانک ملت	۴۰
مدیر پروژه طراحی ساختار معاونت تحقیق و توسعه مرکز تحقیقات بانک ملت	۴۱
مدیر پروژه تدوین برنامه چابک پیاده سازی مدیریت دانش در صنعت بانکداری	۴۲
مدیر پروژه تدوین نظام نامه مدیریت پروژه های مرکز تحقیقات و مدیریت استراتژیک بانک ملت	۴۳
مدیر پروژه تدوین آیین نامه تسهیل و تشویق انجمن های خبرگی در صنعت بانکداری	۴۴
مدیر پروژه طراحی مفهومی سیستم مدیریت دانشوران در صنعت بانکداری	۴۵
مدیر پروژه طراحی و استقرار دفتر مدیریت پروژه در صنعت بانکداری	۴۶
مشاور پروژه توسعه استراتژی بازاریابی موسسه مالی و اعتباری مهر	۴۷
مجری پروژه بررسی وضعیت بازاریابی شعب بانک ملت در سطح تهران	۴۸

مدیر پروژه طراحی مدل تصمیم‌گیری مشتریان بانکداری اینترنتی	۴۹
کارشناس ارشد بازرگانی آذین تجارت آرمان	۵۰
کارشناس گروه بازاریابی مرکز تحقیقات و برنامه‌ریزی بانک ملت	۵۱
کارشناس پروژه طراحی استراتژی بازاریابی بانک ملت	۵۲
کارشناس پروژه توسعه تاکتیک‌های بازاریابی برای مدیران شعب بانک ملت	۵۳
کارشناس پروژه توسعه تیم‌های بازاریابی دانشجویی بانک ملت	۵۴
کارشناس گروه برنامه‌ریزی تبلیغاتی بانک ملت	۵۵

اهم سوابق تدریس	
ردیف	عنوان/دانشگاه/موسسه
۱	استاد درس تحقیقات بازاریابی پیشرفته؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع دکتری و کارشناسی ارشد
۲	استاد درس مدیریت استراتژیک پیشرفته؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع دکتری و کارشناسی ارشد
۳	استاد درس سمینار در مسائل بازاریابی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع دکتری و کارشناسی ارشد
۴	استاد درس بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته؛ دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ مقطع کارشناسی ارشد
۵	استاد درس سمینار در مدیریت استراتژیک؛ دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ مقطع کارشناسی ارشد
۶	استاد درس مدیریت استراتژیک پیشرفته؛ دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ مقطع کارشناسی ارشد
۷	استاد درس مبانی سازمان و مدیریت؛ دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛ مقطع کارشناسی ارشد
۸	استاد درس بازاریابی پیشرفته؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی ارشد
۹	استاد درس تحقیقات بازاریابی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی ارشد
۱۰	استاد درس مدیریت استراتژیک بازاریابی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی ارشد
۱۱	استاد درس بازاریابی و مسائل بازار؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی ارشد
۱۲	استاد درس مدیریت استراتژیک کارآفرینی؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی ارشد
۱۳	استاد درس مدیریت استراتژیک؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی
۱۴	استاد درس بازرگانی بین‌الملل؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی
۱۵	استاد درس بازاریابی و مدیریت بازار؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال؛ مقطع کارشناسی

موفقیتهای علمی	
ردیف	عنوان
۱	عضو بنیاد ملی نخبگان از سال ۱۳۸۷ تاکنون
۲	پژوهشگر برتر حوزه مدیریت در جشنواره تجلیل از پژوهشگران برتر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال در سال ۱۴۰۰
۳	پژوهشگر برتر نظام بانکی به انتخاب پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۹۷
۴	کسب رتبه اول دوره دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی گرایش استراتژی از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۲
۵	کسب رتبه دوم آزمون ورودی دکتری تخصصی مدیریت دانشگاه تهران گرایش استراتژی در سال ۱۳۸۸
۶	کسب رتبه اول دوره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی/بازاریابی بین الملل از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۸
۷	کسب رتبه اول دوره کارشناسی مدیریت بازرگانی از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۶

مقاله‌های منتشر شده	
ردیف	عنوان/نشریه/کنفرانس
۱	<i>Choobandian, R., Khanlari, A., Yazdani, H. R., & Abedi, E. (2021). Proposing a Framework for Strategic Development of Branding Process Based on the CIPP Model: A Meta-synthesis Approach. Journal of Business Management, 13(2), 306-336.</i>
۲	<i>Abedi, E., & Jahed, A. (2020). Investigating the effect of customer experience affinity and brand on brand equity with the mediating role of customer satisfaction in Iran Insurance Company (Case Study: Tehran province branches customers). International Journal of Information, Business and Management, 12(1), 165-176.</i>
۳	<i>Keimasi, M., Abedi, E., Seyyed Kobari, B., & Hendijani, R. (2020). Usability of Online Bank Interface Analysis Based on Eye Tracking Experiment and Self-report. Journal of Business Administration Researches, 12(23), 391-416.</i>
۴	<i>Abedi, E., Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2019). Influence of eWOM information on consumers' behavioral intentions in mobile social networks: Evidence of Iran. Journal of Advances in Management Research.</i>
۵	<i>Behzadi, M., Abedi, E., & Hashemi, S. M. (2019). Investigating the behavioral/attitudinal consequences of internal brand management among sales personnel of farmand company. Journal of Business Management, 11(3), 505-524.</i>
۶	<i>Mirjavadi, M., Saidnia, H. R., & Abedi, E. (2019). Model of brand value creation in Brand-oriented with an emphasis on service quality. Journal of Strategic Management Studies, 10(39), 121-151.</i>
۷	<i>Seyyedkobari, B., Keimasi, M., Abedi, E., & Hendijani, R. (2019). Investigating the Digital Experience of Internet Banking Users Using the Heuristic Approach. Consumer Behavior Studies Journal, 6(1), 41-62.</i>
۸	<i>Mirjavadi, S. M., Saidnia, H. R., & Abedi, E. (2019). Patterns of brand dependence on consumer behavior with brand preferences. Journal of Strategic Management Studies, 9(36), 169-189.</i>

<p><i>Abedi, E., Shamizanjani, M., Moghadam, F. S., & Bazrafshan, S. (2018). Performance appraisal of knowledge workers in R&D centers using gamification. Knowledge Management & E-Learning: An International Journal, 10(2), 196-216.</i></p>	<p>۹</p>
<p><i>Abedi, E., & Jamalo, F. (2017). Investigating the Factors Affecting Organizational Brand Identity and Its Impact on Brand Performance and Satisfaction of Alborz Insurance Employees (Case Study: Employees of Tehran Province). Business Management, 9(3), 617-640.</i></p>	<p>۱۰</p>
<p><i>Abbasi Abiyaneh, R., Abedi, E., & Ali Ghayoomi, A. (2016). The investigation of the status of effective dimensions on the customer based brand equity in the Iranian tire industry (Case study: Barez industrial group). European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings, 4(1 (s)), pp-1592.</i></p>	<p>۱۱</p>
<p><i>Divandari, A., Mohamadian, M., Shami Zanjani, M., & Abedi, E. (2014). Developing and Explaining a Framework to Establish Customer Knowledge Management (CKM) in Private Commercial Banks in Iran. Journal of Business Management, 6(1), 41-66.</i></p>	<p>۱۲</p>
<p><i>Seyyed Javadein, S. R., Abedi, E., Yazdani, H. R., & Porvali, B. (2013). Reviewing the Mediating Role of Organizational Trust and Commitment on the Relationship between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors. Journal of Business Management, 5(1), 105-118.</i></p>	<p>۱۳</p>
<p><i>Divandar, A., Abedi, E., & Nasserzadeh S, M. R. (2013). Providing a Conceptual Model for Identifying Key Factors Affecting Internet Banking Systems Quality (Case Study: Mellat Bank). Journal of Information Technology Management, 5(1), 19-36.</i></p>	<p>۱۴</p>
<p><i>Divandari, A., Haghghi, M., & Abedi, E. (2012). Providing A Conceptual Model for Identifying Critical Success Factors (Csfs) Affecting Internet Banking Customer's Attitude (Case Study: MellatBank). International Journal of Information Science and Management (IJISM), 13-23.</i></p>	<p>۱۵</p>
<p>ارائه چارچوبی برای توسعه استراتژیک فرآیند برندسازی بر اساس الگوی سیپ با استفاده از رویکرد فراترکیب؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی، دوره ۱۳، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۰</p>	<p>۱۶</p>
<p>بررسی نقش دلبستگی ایمن در پیش بینی نیت تجربی گردشگران در سفر به مقاصد گردشگری در دوران شیوع ویروس کووید-۱۹؛ فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت گردشگری، ویژه‌نامه همه‌گیری کووید-۱۹، ص ۱۴۵-۱۷۸، پاییز ۱۳۹۹</p>	<p>۱۷</p>
<p>تجزیه و تحلیل کاربردپذیری وبسایت‌های بانکی مبتنی بر ردیاب چشم و خودگزارشگری؛ فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریتی بازرگانی، سال ۱۲، شماره ۲۳، بهار و تابستان ۱۳۹۹</p>	<p>۱۸</p>
<p>بررسی پیامدهای رفتاری/نگرشی مدیریت برند داخلی میان کارکنان فروش شرکت فرمند؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی، دوره ۱۱، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۸</p>	<p>۱۹</p>
<p>الگویابی ارزش‌آفرینی برند در برندگرایی با تاکید بر کیفیت خدمات؛ فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۱۰، شماره ۳۹، پاییز ۱۳۹۸</p>	<p>۲۰</p>
<p>بررسی تجربه دیجیتالی کاربران بانکداری اینترنتی با استفاده از روش هیوریستیک؛ دو فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مصرف‌کننده، دوره ۶، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۳۹۸</p>	<p>۲۱</p>
<p>الگویابی ایجاد وابستگی برند در رفتار مصرف‌کنندگان با ترجیح برند؛ فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۹، شماره ۳۶، زمستان ۱۳۹۷</p>	<p>۲۲</p>
<p>بررسی عوامل موثر بر قصد خرید مجدد گوشی تلفن همراه؛ فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۱، زمستان ۱۳۹۷</p>	<p>۲۳</p>
<p>بررسی عوامل موثر بر هویت برند سازمانی و تاثیر آن بر عملکرد برند و رضایت کارکنان بیمه البرز؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی، دوره ۹، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۶</p>	<p>۲۴</p>
<p>تدوین و تبیین چارچوب استقرار مدیریت دانش مشتری در بانک‌های تجاری خصوصی ایران؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی، دوره ۶، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳</p>	<p>۲۵</p>
<p>ارائه مدلی مفهومی جهت تبیین عوامل کلیدی موثر بر کیفیت سیستم‌های ارائه دهنده خدمات بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی):</p>	<p>۲۶</p>

	بانک ملت؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۲
۲۷	بررسی نقش میانجی اعتماد و تعهد سازمانی در رابطه بین عدالت سازمانی و رفتارهای شهروندی سازمانی در بیمارستان ها؛ فصلنامه علمی پژوهشی دانش مدیریت بازرگانی، دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۲
۲۸	ارائه مدلی مفهومی جهت تبیین عوامل کلیدی موثر بر تصمیم خرید مشتریان بانکداری اینترنتی؛ فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشنامه اقتصادی، سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۰
۲۹	ارائه مدلی مفهومی به منظور شناسایی و اولویت بندی عوامل کلیدی موفقیت (CSF) سایتهای خرید و فروش الکترونیکی در ایران؛ فصلنامه علمی پژوهشی بصیرت، شماره ۳۹، بهار ۱۳۸۷
۳۰	<i>Investigating the effect of website atmospheric on flow in DigiKala(Case Study: Tehran Province customers); International Conference on opportunities and challenges in Management, Economic and Accounting; April 2017</i>
۳۱	<i>Examine the role of organizational commitment on the relationship between the organizational brand identity, brand performance and job satisfaction of Bank Mellat(Case Study: Tehran Province staff); International Conference on Management, Economic and Accounting; October 2016</i>
۳۲	<i>Investigation The position of Customer Life Cycle(CLC) in the Customer Relationship Management(CRM); International Conference of Education, Research and Innovation, Madrid, Spain, November 2010(Accepted for virtual presentation)</i>
۳۳	بررسی تاثیر ویژگیهای ادراک شده فناوریهای اطلاعاتی بر تسهیم دانش؛ کنفرانس ملی رهیافت‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری؛ ۱۷ بهمن ۱۳۹۷
۳۴	بررسی پیامدهای رفتاری مدیریت برند داخلی در میان پرسنل فروش شرکت فرمند؛ یازدهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری؛ تیر ۱۳۹۷
۳۵	بررسی پیشایندها و پیامدهای نفرت از برند؛ پنجمین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری؛ تیر ۱۳۹۷
۳۶	بررسی تاثیر ابعاد ارزش ویژه برند مشتری محور بر شهرت برند و اعتماد به برند زمزم؛ سومین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری؛ اسفند ۱۳۹۶
۳۷	بررسی تاثیر نفوذ اجتماعی، انتظارات عملکردی و تلاش مورد انتظار مشتری بر قصد استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی بانک سپه؛ سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع؛ بهمن ۱۳۹۶
۳۸	بررسی پیشایندهای ناشی از تفکر استراتژیک بر بروندهای عملکردی آن(مورد مطالعه: شرکت پیمانکار نفت، گاز و پتروشیمی)؛ سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و مهندسی صنایع؛ بهمن ۱۳۹۶
۳۹	شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر بکارگیری خدمات همراه بانک رفاه(مورد مطالعه: مشتریان استان تهران)؛ سومین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری؛ آبان ۱۳۹۶
۴۰	بررسی نقش ارزش افزوده تجربه عوامل فروش در رابطه بین منابع نامشهود نیروی فروش و وفاداری مشتریان برند مهram؛ دومین کنفرانس بین‌المللی فرصت‌ها و چالش‌ها در مدیریت، اقتصاد و حسابداری؛ مهر ۱۳۹۶
۴۱	بررسی تاثیر ادراک کارکنان از خشنودی مشتری بر بروندهای رفتاری آنها در بیمه ایران؛ دومین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری؛ مرداد ۱۳۹۶
۴۲	بررسی تاثیر استراتژی فروش و مشتری مداری بر فروش مبتنی بر ارزش (مطالعه موردی: کارکنان فروش تجاری شرکت مخابرات ایران در استان تهران)؛ دومین کنفرانس بین‌المللی تکنیک‌های مدیریت و حسابداری؛ مرداد ۱۳۹۶
۴۳	بررسی تاثیر دل‌بستگی به برند و دل‌بستگی به محصول بر وفاداری به برند؛ دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری؛ تیر ۱۳۹۶
۴۴	تحول دیجیتال بانک‌ها؛ ضرورت، ابعاد و کاربردها؛ سومین کنفرانس ملی سیستم‌های اطلاعاتی؛ بهمن ۱۳۹۵
۴۵	نقشه راه استقرار مدیریت دانش در مرکز تحقیقات بانک ملت؛ چهاردهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت؛ دی ۱۳۹۵

۴۶	بررسی تاثیر قابلیت‌های بازاریابی اینترنتی بر رشد بازار بین‌المللی؛ اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و علوم اقتصاد؛ دی ۱۳۹۵
۴۷	بررسی نقش تبلیغات و ابزارهای پیشبرد فروش بر خلق ارزش ویژه برند چین چین(مورد مطالعه: مصرف‌کنندگان استان تهران)؛ اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد مقاومتی؛ آبان ۱۳۹۵
۴۸	بررسی ابعاد موثر بر ارزش ویژه برند مشتری‌محور در صنعت تولید ماکارونی(مورد مطالعه برند زر ماکارون)؛ پنجمین همایش ملی سالیانه علوم مدیریت نوین؛ شهریور ۱۳۹۵
۴۹	بررسی نقش میانجی رضایتمندی مشتری در رابطه دلبستگی به برند و تجربه مشتری با ارزش ویژه برند بانک سینا(مورد مطالعه: شعب استان تهران)؛ چهارمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و حسابداری؛ شهریور ۱۳۹۵
۵۰	بررسی عوامل موثر بر پذیرش فناوری‌های اطلاعاتی و تاثیر آن بر تسهیم دانش(مطالعه موردی: بانک پاسارگاد)؛ سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت چالش‌ها و راهکارها؛ اسفند ۱۳۹۴
۵۱	بررسی وضعیت کاربرد سازوکارهای مدیریت دانش در مرکز تحقیقات و برنامه‌ریزی بانک ملت با استفاده از روش الگوبرداری؛ هشتمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش؛ اسفند ۱۳۹۴
۵۲	بررسی نقش میانجی اعتماد برند در رابطه بین کیفیت ادراک شده خدمات و قصد رفتاری(مورد مطالعه: رستوران‌های زنجیره‌ای بوف در استان تهران)؛ اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت؛ دی ۱۳۹۴
۵۳	ارزش‌گذاری کسب‌وکارهای کارآفرینانه اینترنتی؛ اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت؛ دی ۱۳۹۴
۵۴	بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل و پیامدهای تاکتیک‌های مدیریت تاثیر؛ اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت؛ دی ۱۳۹۴
۵۵	بررسی تاثیر تصویر ذهنی فروشگاه و قیمت ادراک شده بر وجهه برند؛ اولین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت؛ دی ۱۳۹۴
۵۶	بررسی عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری تلفن همراه؛ کنفرانس بین‌المللی ابزار و تکنیک‌های مدیریت؛ دی ۱۳۹۴
۵۷	بررسی رابطه بین فرهنگ سازمانی و ارزش ویژه برند مشتری محور بر مبنای مدل دنیسون و آکر(مطالعه موردی: گروه صنعتی بارز)؛ کنفرانس بین‌المللی جهت‌گیری‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری؛ مرداد ۱۳۹۴
۵۸	صندوق سرمایه دانش‌بنیان: نهادی نوین با هدف تامین مالی شرکت‌های دانش بنیان؛ هفتمین کنفرانس توسعه نظام تامین مالی در ایران؛ اسفند ۱۳۹۳
۵۹	اوراق وکالت پروژه‌محور: ابزاری اسلامی جهت تامین مالی پروژه‌های حوزه انرژی؛ هفتمین کنفرانس توسعه نظام تامین مالی در ایران؛ اسفند ۱۳۹۳
۶۰	ارائه چارچوبی به منظور تبیین عوامل کلیدی موثر بر موفقیت استقرار مدیریت دانش مشتری در بانک‌های تجاری خصوصی ایران؛ هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش؛ بهمن ۱۳۹۳
۶۱	بررسی روش‌های تامین مالی در قالب قرارداد پرداخت حجمی تولید و طراحی مدل پیاده‌سازی آن در ایران؛ ششمین کنفرانس توسعه نظام تامین مالی در ایران؛ اسفند ۱۳۹۲
۶۲	تعهدات به پشتوانه بدهی پروژه‌محور(PF-CDOs): ابزاری نوین جهت تامین مالی پروژه‌های حوزه انرژی؛ ششمین کنفرانس توسعه نظام تامین مالی در ایران؛ اسفند ۱۳۹۲
۶۳	توسعه رویکردی ترکیبی به منظور اجرای کنترل استراتژیک در محیط‌های پویا و پیچیده؛ نهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک؛ آبان ۱۳۹۱
۶۴	ارائه مدلی مفهومی جهت تبیین عوامل کلیدی موثر بر نگرش مشتریان بانکداری اینترنتی(مطالعه موردی: بانک ملت)؛ چهارمین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی؛ مهر ۱۳۹۱
۶۵	ارائه چارچوبی به منظور طراحی سیستم‌های کنترل محتوای استراتژی؛ هشتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک؛ مهر ۱۳۹۰
۶۶	بررسی مدل تصمیم‌گیری و رفتار مصرف‌کنندگان اینترنتی؛ اولین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات بانکی؛ آذر ۱۳۸۸

کتابها

ردیف	عنوان
۱	تحقیقات بازاریابی کاربردی: از برنامه‌ریزی تا اجرا؛ انتشارات جهاد دانشگاهی
۲	بازاریابی رسانه‌های اجتماعی: از برنامه‌ریزی تا اجرا؛ انتشارات جهاد دانشگاهی

لینک پروفایل‌های علمی

ردیف	عنوان
۱	https://www.researchgate.net/profile/Ehsan-Abedi-4
۲	https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55672919800
۳	https://scholar.google.com/citations?user=ESJpm_4AAAAJ&hl=en&oi=ao
۴	https://orcid.org/0000-0002-0701-2835