

به نام خدا



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 ۲۷، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس
آدرس: دانشکده مدیریت و اقتصاد

دانشگاه تربیت مدرس ، تهران، صندوق پستی ۳۳۷-۱۴۱۵۵،
تلفن: ۰۲۶۸۸۴۶۷۳ - ۰۲۶۸۸۴۶۷۳ نما بر: ۰۲۶۸۸۴۶۷۳.

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 (استراتژی و بازاریابی)	۱۳۷۶

(۲) سوابق شغلی و اجرایی:

- رئیس دانشکده مدیریت و اقتصاد – دانشگاه تربیت مدرس (از سال ۱۳۸۸ - ادامه دارد)
- رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۲- ادامه دارد)
- رئیس کار گروه مدیریت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۱۳۹۵- ادامه دارد)
- رئیس هیات مدیره انجمن علوم مدیریت ایران (۱۳۹۵- ادامه دارد)

- رئیس کارگروه علوم انسانی و عضو کمیسیون بررسی نشریات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری (۱۳۹۲- ادامه دارد)
- عضو هیات مدیره انجمن علمی بازاریابی ایران (۱۳۸۹- ادامه دارد)
- عضو شورای پژوهشی دافوس ناجا (۱۳۸۲- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله پژوهش های مدیریت در ایران (۱۳۸۶- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله بین المللی علوم انسانی (۱۳۸۲- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله علوم انتظامی (۱۳۸۲- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله مطالعات مدیریت بازرگانی (۱۳۸۷- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله توسعه کارآفرینی (۱۳۸۹- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله انداز مدیریت بازرگانی (۱۳۸۷- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله راهبرد های بازرگانی (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- عضو هیات تحریریه مجله علوم مدیریت ایران (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- سردبیر فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی- ناجا (۱۳۹۰- ادامه دارد)
- رئیس مرکز مطالعات مدیریت و بهره وری ایران- وابسته به دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۸- ۱۳۸۰)
- معاون آموزشی دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس ۸۶- ۸۸
- مدیر گروه مدیریت دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۸۶- ۱۳۸۲)
- عضو هیات ممیزه دانشگاه (۱۳۹۱- ۱۳۸۵)
- 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 بهره وری آسیایی APO (۱۳۹۳- ۱۳۹۲)
- رئیس کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری پنجمین جشنواره فارابی ۱۳۹۰- ۱۳۸۹

- رئیس کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری ششمین جشنواره فارابی ۱۳۹۰-۱۳۹۱
- عضو کمیته علمی گروه مدیریت، اقتصاد و حسابداری هشتمین جشنواره فارابی ۱۳۹۶-۱۳۹۵
- 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- ادامه دارد

(۳) عضویت در مجتمع علمی:

انجمن علمی مدیریت بازاریابی ایران
 انجمن علمی فناوری اطلاعات
 انجمن علمی مدیریت استرالیا
 انجمن علوم مدیریت ایران
 انجمن مدیریت تکنولوژی ایران

(۴) زمینه های مطالعاتی و علایق تحقیقاتی:

- | | |
|--------------------------------|---|
| (۲) مدیریت بهره وری | (۱) برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک |
| (۴) بازاریابی و مدیریت بازار | (۳) مدیریت استراتژیک علم و فناوری |
| (۶) بازرگانی و تجارت بین الملل | (۵) ساختار سازمانی و باز طراحی فرآیندها |
| (۸) روش تحقیق | (۷) خلاقیت و نوآوری در سازمانها |

(۵) طرحهای تحقیقاتی-کاربردی انجام شده و در دست اقدام:

- (۱) طرح بهبود منزلت اجتماعی کارکنان دولت (همکار اصلی)
- (۲) طرح انتخاب دانشجویان مستعد دانشگاهی برای آموزش مهارت‌های مدیریتی (همکار اصلی)
- (۳) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی وزارت امور خارجه (مدیر گروه)
- (۴) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی وزارت کار و امور اجتماعی (مدیرگروه)
- (۵) بررسی و مطالعه تطبیقی تجارب کشورها در زمینه مشارکت بخش دولتی با بخش خصوصی در رابطه با ساخت آزاد راهها (مدیر پژوهه)
- (۶) طرح جامع بهبود نظام جامع نیروی انسانی اداره کل امور مالی و مخازن شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران (مدیر گروه)
- (۷) ارزیابی عملکرد دستگاههای دولتی و طراحی سیستم بهینه (مدیر گروه)
- (۸) طراحی مرکز پشتیبانی از خلاقیت ها - نوآوریها و ابتکارات نیروهای خلاق و شرکتهای کوچک صنعتی (آنکوباتورها) - (مدیر پژوهه)

- (۹) طراحی مجدد ساختار سازمانی و فرآیندهای اجرائی حوزه ستادی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی (مدیر پژوهه)
- (۱۰) طراحی ساختار کلان وزارت راه و ترابری (مدیر پژوهه)
- (۱۱) تعیین شاخصهای ارزیابی عملکرد نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران - ناجا (مدیر گروه)
- (۱۲) توسعه آموزش‌های علمی - کاربردی (مجری)
- (۱۳) راحی مجدد ساختار و فرآیندهای سازمان هوایی امنی کشوری و شرکت فرودگاه‌های کشور (مدیر پژوهه)
- (۱۴) طراحی و تدوین استراتژی صندوق قرض الحسن و پس انداز قوامی - ناجا (مجری)
- (۱۵) طراحی مجدد فرآیندهای صندوق قرض الحسن بسیجیان (مدیر پژوهه)
- (۱۶) طراحی مجدد ساختار و فرآیندهای کلان شرکت برق منطقه ای خوزستان (مدیر پژوهه)
- (۱۷) برنامه ریزی استراتژیک دانشگاه تربیت مدرس (مدیر پژوهه)
- (۱۸) آسیب شناسی ساختار و فرآیندهای بانک مسکن (مدیر پژوهه)
- (۱۹) طراحی ساختار و فرآیندهای تفصیلی شرکت شبکه برق ایران (مدیر پژوهه)
- (۲۰) طراحی مجدد ساختار و فرآیندهای بانک تجارت (مدیر پژوهه)
- (۲۱) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل وزارت تعاون (مجری پژوهه)
- (۲۲) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل سازمان ثبت و اسناد کشور (مجری پژوهه)
- (۲۳) اجرای نظام مدیریت بهره وری (چرخه مدیریت) در اداره کل وزارت راه و ترابری (مجری پژوهه)
- (۲۴) طرح چالشهای مدیران مناطق نفت خیز جنوب (مشاور و ناظر)
- (۲۵) تحلیل وضع موجود بخش حمل و نقل کشور در مدیریت بحران (ناظر)
- (۲۶) پژوهه تدوین استراتژی بخش معدن در کشور (قائم مقام مدیر پژوهه و مدیر کمیته متداولوژی و تلفیق طرحها)
- (۲۷) پژوهه بهره وری سبز در شرکت ملی گاز ایران (مشاور)
- (۲۸) طراحی مجدد فرآیندهای دانشگاه تربیت مدرس (مدیر پژوهه)
- (۲۹) بررسی نحوه قیمت گذاری در بازارهای الکترونیکی و عوامل موثر بر آن (مدیر پژوهه)
- (۳۰) تدوین برنامه راهبردی پژوهشگاه ملی مهندسی ژئوتکنیک و زیست فناوری (مدیر پژوهه)
- (۳۱) تدوین سند تحول راهبردی نظام آموزش عالی کشور (مدیر پژوهه)
- (۳۲) ارزیابی توان شناسه (برند) بانک کشاورزی و ارائه راهکارهای بهبود آن (مدیر پژوهه)
- (۳۳) طراحی مجدد فرآیندهای ستاد اجرایی فرمان امام (ره) (مدیر پژوهه)
- (۳۴) طراحی مجدد فرآیندهای معاونت های آموزش، پژوهش و فناوری وزارت علوم تحقیقات و فناوری (مدیر پژوهه)

- (۳۵) طرح تدوین برنامه راهبردی چرخه سوخت هسته ای کشور(مدیر پروژه)
- (۳۶) طرح تدوین برنامه راهبردی بانک سپه (مدیر پروژه)
- (۳۷) بازمهندسی فرایندهای کسب و کار و ساختار سازمانی سازمان املاک و اموال (ناظر طرح)
- (۳۸) طرح تدوین برنامه راهبردی مرکز آمار ایران (مدیر پروژه)
- (۳۹) باز طراحی ساختار سازمانی مجتمع گاز پارس جنوبی(ناظر پروژه)
- (۴۰) طراحی و پیاده سازی فرآیند برنامه ریزی استراتژیک در مرکز آمار ایران(مدیر پروژه)
- (۴۱) شناسایی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در بنگاه های کارآفرین صنایع غذایی(مدیر پروژه)
- (۴۲) طرح تدوین سند ملی راهبردی مقابله با تهدیدات زیستی (مدیر پروژه)
- (۴۳) طراحی و تدوین طرح جامع بانک سرمایه: آینده پژوه، برنامه راهبردی، بازاریابی و مزیت رقابتی (مدیر پروژه)
- (۴۴) تدوین برنامه مدیریت ارتقا بهره وری در نظام اداری کشور (مدیر پروژه)
- (۴۵) تدوین برنامه مدیریت ارتقا بهره وری در نظام اداری کشور (مدیر پروژه)

۶) مقالات علمی چاپ شده:

۶-۱) علمی-پژوهشی:

مقالات فارسی:

- ۱) خداداد حسینی، سید حمید، طراحی الگویی برای جو نوآوری سازمان بعنوان یک متغیر مداخله گر،
دانشور، شماره ۲۸، ۱۳۷۹، ۶۶-۵۷.
- ۲) خداداد حسینی، سید حمید، بررسی ارتباط نوآوری تکنولوژیکی با موقعیت استراتژیک، ساختار و
محیط بیرونی، مجله مدرس، دوره پنجم، شماره دوم، ۱۳۸۰، ۱۲۲-۱۱۷.
- ۳) خداداد حسینی، سید حمید و فرهادی نژاد، محسن ، بررسی فساد اداری و روش‌های کنترل آن، مجله
مدارس دوره پنجم، شماره اول، بهار ۱۳۸۰.
- ۴) خداداد حسینی، سید حمید و مبارکی، حسن، طراحی الگویی بکارگیری سیستمها و فناوری اطلاعات و
بررسی تاثیر آن بر موفقیت سازمانهای صنعتی، دانشور، شماره ۲، ۱۳۸۳.
- ۵) خداداد حسینی، سید حمید، توسعه آموزش‌های علمی - کاربردی: مفهوم ، جایگاه و مدل مفهومی،
پژوهش و برنامه ریزی و آموزش عالی، شماره ۲۵، پائیز ۱۳۸۱.

۶) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، ارائه روشی برای اولویت بندی صنایع ایران بر مبنای قابلیت بازارسازی بین المللی در تجارت الکترونیکی، مجله پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۲۵، زمستان ۱۳۸۱.

۷) 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.

۸) خداداد حسینی، سید حمید و شم آبادی، محمد علی؛ طراحی الگوی بازار یابی صادراتی فرش دستباف ایران، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۴۲، ۱۳۸۴، صص ۷۹-۱۰۰.

۹) خداداد حسینی، سید حمید و علی مهری؛ طراحی مدل مزیت رقابتی برای صنعت خودرو ایران، مجله مدرس علوم انسانی، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۸۴.

۱۰) خداداد حسینی، سید حمید؛ اسماعیل پور، رضا؛ و الهی، شعبان؛ طراحی و تبیین الگوی ساختار سازمانی مناسب با فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی IT/IS در صنعت قطعه سازی خودروی ایران، محله مدرس علوم انسانی (ویژه نامه مدیریت)، بهار ۱۳۸۵، صص ۱-۴۵.

۱۱) خداداد حسینی، سید حمید و فرشاد گلستان، طراحی الگوی استراتژیک ورود به بازار جهانی: مورد صنعت خودروی ایران، محله مدرس، شماره ۱، بهار ۱۳۸۵، صص ۲۱۳-۲۴۳.

۱۲) 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.

۱۳) خداداد حسینی، سید حمید و جواد حضوری، طراحی و تبیین مدلی برای نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی، محله دانشور، شماره ۱۱، تیرماه ۱۳۸۴، صص ۳۷-۵۶.

۱۴) رجب زاده، علی، خداداد حسینی، سید حمید، و پرویزیان، کوروش، طراحی سیستم ارزشیابی کارکنان در سیستم بانکی: با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتبی، محله دانشور، ۱۳۸۴.

۱۵) 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.

(۱۶) خداداد حسینی، سید حمید؛ فتحی، سعید؛ و الهی، شعبان؛ ارایه الگوی رابطه فناوری اطلاعات و عملکرد شرکتهای تجاری: فرا تحلیلی بر عوامل اندازه گیری در معماهی بهره وری؛ پژوهشنامه بازرگانی؛ شماره ۴۲؛ بهار ۱۳۸۶، صص ۲۶۳-۲۹۹.

(۱۷) خداداد حسینی، سید حمید، محمدی مقدم، یوسف، قرائی احمد، عوامل درون سازمانی موثر بر توانمندی کارکنان گذرنامه فروندگاه امام خمینی (ره)، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره ۳، ۱۳۸۶، صص ۲۹۵-۲۸۳.

(۱۸) 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

(۱۹) خداداد حسینی، سید حمید؛ قلیچ لی، بهروز؛ و مشبکی، اصغر؛ نقش سرمایه فکری در ایجاد مزیت رقابتی، دانشور، شماره ۳۲، ۱۳۸۷، صص ۱۲۴-۱۰۹.

(۲۰) 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.

(۲۱) 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.

(۲۲) خداداد حسینی، سید حمید؛ هندیانی، عبدالا...؛ و رستمی مرادی، محمد صادق، عوامل فردی و سازمانی مویر بر عدم کشف پرونده های قتل، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، شماره چهارم، ۱۳۸۷، صص ۴۷۳-۴۵۹.

(۲۳) عزیزی، شهریار؛ رosta؛ 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 ۲۵۳-۲۷۵.

(۲۴) خداداد حسینی، سید حمید؛ کرد ناییج، اسدآ...؛ و شیرخدایی، میثم؛ عوامل موثر بر اعتماد مشتری در تجارت الکترونیک (مدل B2C)، محله مدرس علوم انسانی، شماره دوم، ۱۳۸۸، صص ۹۳-۱۱۸.

(۲۵) خداداد حسینی، سید حمید؛ سهرابی، روح الله؛ فن بازار، حلقه مفهوده نظام مدیریت و مبادرات تکنولوژی: طراحی و تبیین الگوی جامع در سطح ملی، پژوهشنامه مدیریت تحول، شماره ۱، ۱۳۸۸.

(۲۶) 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.

(۲۷) 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.

(۲۸) شیر خدائی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید؛ آذر، عادل، و احمدی، پرویز؛ مفهوم پردازی "سرآمدی بازاریابی" در شرکت های تولیدی با رویکرد کیفی؛ چشم انداز مدیریت، شماره ۳۱؛ تابستان ۱۳۸۸، صص ۴۳-۶۲.

(۲۹) رضوانی، مهران، خداداد حسینی، سید حمید؛ آذر، عادل، احمدی، پرویز، مفهوم پردازی بازاریابی کارآفرینانه بین المللی در بنگاه های کارآفرین ایرانی: بخش صنایع ایرانی، توسعه کارآفرینی، شماره پنجم، پاییز ۱۳۸۸، صص ۵۴-۳۱.

(۳۰) 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 ۳۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، صص ۴۸-۶۲.

(۳۱) 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.

(۳۲) کوزه چیان، هاشم، محمد احسانی، خداداد حسینی، سید حمید، و حسینی، سید عmad، 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 ۱۹-۵.

(۳۳) گلابی، امیر محمد، خداداد حسینی، سید حمید، رضوانی، مهران، و یداللهی، جهانگیر، مفهوم پردازی آمیخته بازاریابی در بنگاه های صنایع غذایی کوچک و متوسط ایران، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲، ۱۳۸۹، صص ۴۲-۲۷.

(۳۴) 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.

(۳۵) 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 ۶۱-۷۸.

(۳۶) خداداد حسینی، سید حمید، و خدامی، سهیلا، اثر اینتر نت بر جهت دهی کانال های صادراتی در شرکت های کوچک و متوسط، کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال دوم، شماره سوم، بهار و تابستان ۱۳۸۹، صص ۳۱-۱.

(۳۷) 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.

(۳۸) 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 ۵۶۲-۵۴۷.

(۳۹) رضوانی، مهران، خداداد حسینی، سید حمید، طغایی، محمد تقی، جایگاه نگاشتی سرمایه اجتماعی در راهبرد های کسب و کار های کوچک و متوسط بر اساس راهبرد های محصول-بازار انسف، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره های ۱۹ و ۲۰، زمستان ۱۳۸۹ و بهار ۱۳۸۸، صص ۸۲-۶۱.

(۴۰) خداداد حسینی، سید حمید، حمیدیزاده، محمد رضا، حسینی، سید محمود، کسايی، مسعود، و لشکر بلوكی، مجتبی، طراحی مدل فرایندی نوین راهبردی پا بر جا در شرایط عدم قطعیت، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۵، بهار ۱۳۹۰، صص ۱۱۰-۸۳.

(۴۱) 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.

(۴۲) 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.

(۴۳) 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 بازارگانی، شماره ۶، ۳۹، تابستان ۱۳۹۰، ۹۳-۱۱۶.

(۴۴) 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.

(۴۵) 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 بازارگانی، پذیرش مهر ۱۳۹۰.

(۴۶) 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.

(۴۷) 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.

(۴۸) لشکربلوکی، 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 ۳۵۳-۳۷۴.

(۴۹) عزیزی، شهریار، خداداد حسینی، سید حمید، و رosta، احمد، الگوی مفهومی دوسته طرحی عوامل تعیین کننده عملکرد نیروی فروش، چشم انداز مدیریت بازارگانی، شماره ۹، بهار ۱۳۹۱، صص ۶۱-۸۰.

(۵۰) 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.

(۵۱) خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد، مهرابی، روزا، مفهوم پردازی فرایند تصمیم گیری کار آفرینانه در بنگاه های کوچک و متوسط، پژوهش نامه مدیریت تحول، شماره ۸، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صص ۵۲-۶۹.

(۵۲) عزیزی، شهریار؛ رosta؛ احمد، خداداد حسینی، سید حمید؛ و رosta، احمد، الگوی مفهومی دو سطحی عوامل تعیین کننده عملکرد نیروی فروش، چشم انداز مدیریت بازارگانی، ۹، ۴۲، بهار ۱۳۹۱، صص ۸۰-۶۱.

(۵۳) خداداد حسینی، سید حمید، ریاحی، پریسا، و نوری، مینا، پیشبرد نوآوری در کشور های در حال توسعه: بررسی برنامه های توسعه اقتصادی ایران، محله سیاست علم و فناوری، شماره ۳، بهار ۱۳۹۱، صص ۱۱۹-۱۰۱.

(۵۴) خدامی، 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، محله تحقیقات نوین بازاریابی، شماره اول، شماره پیاپی (۴)، بهار ۱۳۹۱، صص ۱-۲۴.

(۵۵) باشکوه اجیلو، محمد، خداداد حسینی، سید حمید، کردنایج، اسدالله، و آذر، عادل، بررسی عوامل مؤثر بر هماهنگی کانال های توزیع چندگانه از منظر عرضه کنندگان، فصلنامه مدیریت بازارگانی شماره ۱۱، مهر ۱۳۹۱، صص ۱-۱۸.

(۵۶) لشکربلوکی، مجتبی، خداداد حسینی، سید حمید، حسینی، سید محمود، و حمیدی زاده، محمد رضا، طراحی مدل فرایندی راهبردی بر جا با استفاده از رویکرد ترکیبی، محله اندیشه مدیریت راهبردی، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، صص ۱۲۱-۱۲۱.

(۵۷) 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.

(۵۸) خداداد حسینی، سید حمید، سینایی، مهدی، و کرد ناییج، اسدا...، رقابت، حلقه ای مفقوده در فرایند ارزیابی بسط برنده، فصلنامه علوم مدیریت ایران، شماره ۲۶، تابستان ۱۳۹۱، صص ۴۹-۷۱.

(۵۹) 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 بازارگانی، شماره ۱۱، پاییز ۱۳۹۱، صص ۳۵-۵۸.

(۶۰) آذر، عادل، دانشور، مریم، خداداد حسینی، سید حمید، و عزیزی، شهریار، طراحی الگوی ارزیابی عملکردگرهای کاری: رویکرد تحلیل پوششی داده ها، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۱، صص ۱-۲۲.

(۶۱) آذر، عادل، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییج، اسدا.... و معزز، هاشم، طراحی مدل زنجیره ارزش آفرینی استراتژیک سازمانی، اندیشه های نوین در مدیریت، شماره سوم، بهار ۱۳۹۱، صص ۳۳-۶۴.

(۶۲) خداداد حسینی، سید حمید، لشکر بلوکی، مجتبی، فرخی، فاطمه، رویکردهای جایگزین طراحی استراتژی در شرایط عدم قطعیت، رویکردی تحلیلی-طبیقی، پژوهش های مدیریت عمومی، شماره ۱۸، زمستان ۱۳۹۱، صص ۶۳-۴۵.

(۶۳) رضوانی مهران، خداداد حسینی، سید حمید، طغایی، محمد تقی، نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در بازاریابی بنگاه های کارآفرین : صنایع غذایی، پژوهش مدیریت منابع سازمانی، دوره ۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۱، صص ۹۰-۶۷.

(۶۴) 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 ۱۰۶-۹۳.

(۶۵) خلیلی شجاعی، وهاب، خداداد حسینی، سید حمید، برنده سازی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار با استفاده از تئوری مفهوم سازی بنیادی، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۶۸، پاییز ۱۳۹۲، صص ۱۹۹-۱۷۵.

(۶۶) 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، راهنمای اقتصادی، شماره پنجم، ۱۳۹۲، صص ۱۵۵-۱۹۲.

(۶۷) آذر، عادل، غلامرضاei، 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.

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

(۶۹) آذر، عادل، غلامرضاei، 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.

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

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

(۷۲) خداداد حسینی، سید حمید، عبدی، بهنام، احمدی، علی محمد، و حسن زاده، علیرضا، مفهوم پردازی گذار به اقتصاد یادگیرنده در ایران با رویکرد سیاست علم و فناوری، فصلنامه مجلس و راهبرد، جلد ۲۰، شماره ۷۶، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۷۸-۱۳۹.

(۷۳) 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.

(۷۴) 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.

(۷۵) آذر، عادل، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییج، اسدالله.... 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.

(۷۶) شاه طهماسبی، اسماعیل ، سید حمید، خداداد حسینی، اسدالله کردناییج، 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، ص ص ۸۷-۶۹.

(۷۷) علی پور، وحیده، احمدی پرویز، سید حمید، 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.

(۷۸) خداداد حسینی، سید حمید، نایب پور، محمد، محبوبی، داود، عوامل درون سازمانی موثر بر کارایی هزینه های آمادی دانشگاه علوم انتظامی امین، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، شماره ۳، زمستان ۱۳۹۲، صص: ۹۷-۱۲۲.

(۷۹) کارگر سامانی، امیر، کردناشیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، موسوی شفایی، سید مسعود، تأثیر رقابت پذیری شهری بر رقابت پذیری ملی، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۲۰، زمستان ۱۳۹۳، ص ص ۱۴۱-۱۲۵.

(۸۰) شفیعی رودپشتی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، کردناشیج، اسدالله، و محمدیان، محمود، مفهوم پردازی مدل تحقق بازاریابی پایدار در صنعت خودرو ایران، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صفحه صص ۵۳-۲۵.

(۸۱) 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 برنده، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳، صص ۴۴-۱۳.

(۸۲) شفیعی رودپشتی، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، کردناشیج، اسدالله، 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.

(۸۳) 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 فروشنده‌گان (مورد مطالعه شرکتهای صادراتی صنعت مواد غذایی)، مجله تحقیقات بازاریابی نوین، شماره های ۱۰ و ۱۱، اردیبهشت ۱۳۹۳، صص ۱۶۷-۱۸۲.

(۸۴) شاه طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سید حمید، کردناشیج، اسدالله، تأثیر روابط بیرونی مدیران ارشد بر مزیت رقابتی، مورد مطالعه صنعت ساختمان، چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۹، پاییز ۱۳۹۳، صص ۳۰-۵۵.

(۸۵) 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.

(۸۶) 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.

۸۷) شاه طهماسبی، اسماعیل، خداداد حسینی، سید حمید، اسدالله، 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.

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

۸۹) امیر محترمی، سید محمد 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.

۹۰) فلاح تفتی، سعید، کردنائیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید محمد، جمالی، مجید، شناسایی و تبیین اهداف راهبردی کارت امتیازی متوازن در صنعت بانکداری ایران، پژوهشنامه مدیریت اجرایی، شماره ۱۲، ۱۳۹۳.

فروشگاه

۹۱) شیرخداibi، میثم، خداداد حسینی، سید حمید، علیرضا مسیبی، خرم، جلال. بررسی تأثیر 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.

۹۲) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید محمد، 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.

۹۳) خداداد حسینی، سید محمد، 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.

۹۴) الهی، شعبان، شایان، علی، قاضی نوری، سید سپهر، خداداد حسینی، سید محمد، ارزیابی ابعاد شبکه های نوآوری (مورد مطالعه: صنعت فناوری اطلاعات ایران)، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۳.

۹۵) صفری کهره، محمد، خداداد حسینی، سید محمد، آذر، عادل، تجزیه و تحلیل ارزش بلندمدت مشتری (CLV) به منظور بخشندی و مدیریت سودآوری مشتریان (مورد مطالعه: یکی از بانک های تجاری ایران)، پژوهش های مدیریت ایران، دوره ۱۸۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۳.

(۹۶) مدنی، فاطمه‌السادات، خدادادحسینی، سید‌حمید، طراحی و تدوین الگوی فرایند تعالی مشتریان در بخش خدمات بانک و بیمه، فصلنامه راهبردهای بازرگانی، شماره ۴، پاییز و زمستان ۱۳۹۳

(۹۷) تقوی شوازی، الهه، احمدی، پرویز، و خداداد حسینی، سید حمید، الگوی توسعه تجارت الکترونیک بر وضعیت شرکت‌های تولید کننده لوازم خانگی، دو فصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، شماره ۱۱، بهار و تابستان ۱۳۹۳، صص ۵۳-۸۴.

(۹۸) خداداد حسینی، سید‌حمید، جعفرزاده کناری، مهدی، و بخشی‌زاده، 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.

(۹۹) خداداد حسینی، سید‌حمید، کریمیان، مجتبی، مشبکی، اصغر، بررسی تاثیر محرك‌های ارزش ویژه برند برطнین برند دانشگاه (مورد مطالعه: دانشگاه‌های امیرکبیر، تربیت مدرس، تهران و شریف)، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، سال پنجم، شماره اول، شماره پیاپی (۱۶)، بهار ۱۳۹۴، صص ۱۶۹-۱۸۲.

(۱۰۰) کارگر سامانی، امیر، کردنائیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید‌حمید، و موسوی شفایی سید مسعود، سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، شماره ۱ (پیاپی ۸۷)، بهار ۱۳۹۴، صص: ۱۲۰-۱۴۰.

(۱۰۱) مشبکی، اصغر، کردنائیج؛ اسدالله، خداداد حسینی، سید‌حمید، و جهانی‌زاده، فاطمه، تبیین مبانی فکری رویکرد اکو‌سیستم کسب و کار، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صفحه ۲۱-۴۰.

(۱۰۲) عابدین، بهاره، کردنائیج، اسدالله، دانایی فرد، حسن، و خداداد حسینی، سید‌حمید، ظهور مسائل راهبردی در دستور کار تصمیم گیرندگان کلیدی سازمان، نشریه بهبود مدیریت، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صص ۵-۳۰.

(۱۰۳) حیدری، سیدعلی، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سید‌حمید، زالی، محمدرضا، تبیین جایگاه گرایش کارآفرینانه سازمانی در تحقق مزیت‌های رقابتی (مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران)، توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صص

۱۰۴) نیکبخت، محمدجواد، مشبکی، اصغر، خدادادحسینی، سیدحمید، بررسی تاثیر عوامل آنی گرایی خریدار و دورن فروشگاهی بر خرید آنی در فروشگاههای زنجیره‌ای، مدیریت بازارگانی، دوره ۷، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴، صص ۹۸۵-۱۰۰.

۱۰۵) استیری، مهرداد، دیواندری، علی، سیدجوادی، سیدرضا، خدادادحسینی، سیدحمید، شناسایی ابعاد بازارگرایی در صنعت خدمات بانکداری کشور با تاکید بر نقش منابع انسانی، فصلنامه مدیریت بازارگانی، دوره ۷، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صص

۱۰۶) فلاح تفتی، سعید، کردناجی، 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 ۲۴-۵.

۱۰۷) خدادادحسینی، سیدحمید، شاه طهماسبی، اسماعیل، منصوری، مهدیه، بررسی تاثیر ابعاد عرق ملی بر نگرش نسبت به محصولات (داخلی و خارجی) با تعدیل گری تهدید اقتصادی ادراک شده، کاوش‌های مدیریت بازارگانی، سال هفتم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۳۹۴، صص ۱۵۹-۱۸۱.

۱۰۸) صادقی، امیر، مشبکی اصفهانی، اصغر، کردناجی، 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.

۱۰۹) 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.

۱۱۰) فلاح تفتی، سعید، کردناجی، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، جمالی افوسی، مجید، تبیین اهداف استراتژیک تعاملی صنعت بانکداری ایران با استفاده از مفهوم اکوسیستم کسبوکار، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴.

۱۱۱) کارگر سامانی، امیر، کردناجی، اسدالله، خدادادحسینی، سیدحمید، موسوی شفایی، سیدمسعود، سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۱۹، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴.

(۱۱۲) خدادادحسینی، سید حمید، جعفرزاده کناری، مهدی، بخشی زاده، علیرضا، مطالعه ارزش ویژه برنده از دیدگاه باورهای شکل دهنده نگرش مصرف کنندگان نسبت به تبلیغات از طریق ورزش (فوتبال)، مطالعه مدیریت ورزشی، شماره ۲۸، فروردین و اردیبهشت ۱۳۹۴، صص ۳۳-۵۴.

(۱۱۳) جهانی زاده، فاطمه، مشبکی، اصغر، کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، تبیین مبانی فکری رویکرد اکوسیستم کسبوکار، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۵، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴.

(۱۱۴) خدادادحسینی، سید حمید، خدامی، سهیلا، مشبکی، اصغر، طراحی مدل عملکرد بازار مبتنی بر قابلیت های پویای بازاریابی با رویکرد چابکی عملیاتی، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۵، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴.

(۱۱۵) بیاضی طهرابند، علی، خدادادحسینی، سید حمید، نظریه پردازی فرایند مدیریت منابع استراتژیک، پژوهش های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۵، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴.

(۱۱۶) کردنائیج، اسدالله، خدادادحسینی، سید حمید، جمالی افوسی، مجید، فلاح تقی، 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.

(۱۱۷) بانگیان تبریزی، پگاه، خدادادحسینی، سید حمید، مشبکی اصفهانی، اصغر، تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده و هزینه های جابه جایی مشتری بر وفاداری مشتری در بیمارستان های خصوصی منتخب شهر تهران، مدیریت اطلاعات سلامت، شماره ۱، ۱۳۹۵، صص ۴۸-۵۴.

(۱۱۸) شاه طهماسبی، اسماعیل، خدادادحسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدالله، طراحی مدل کسب مزیت رقابتی از سرمایه اجتماعی بیرونی سازمان محور و مدیر محور با تبیین نقش ابعاد قابلیت های پویا، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صص ۸۱-۱۰.

(۱۱۹) اکبری امامی، شهناز، مشبکی، اصغر، خداداد حسینی، سید حمید، کردنائیج، اسدالله...، طراحی مدل رفتاری اجرای استراتژی، پژوهش های مدیریت در ایران، دوره ۲۰، شماره ۱، بهار ۱۳۹۵، صص ۳-۱۰۰. ۱۳۰.

(۱۲۰) میر بلوك زهرا، خداداد حسینی سید حمید، همتی نژاد مهرعلی، نور صالحی اسماعیل، طراحی مدل گرایش به گردشگری پژوهشکی در استان گیلان، مدیریت اطلاعات سلامت، دوره ۱، شماره ۳، مرداد و شهریور ۱۳۹۵، صص ۲۱۵-۲۰۹.

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

(۱۲۲) صحاف زاده، آتوسا، منصوری، فرشته، خداداد حسینی، سید حمید، و کردناجیج، اسدالله، تاثیر ابعاد بسته بندی بر رضایت و درگیری ذهنی خرید مشتریان با تاکید بر نقش میانجی نگرش آنان نسبت به بسته بندی، مجله علوم و صنایع غذایی ایران، شماره ۱۰ (پیاپی ۵۹)، دی ۱۳۹۵، صص ۱۰۹-۱۲۲.

(۱۲۳) بخشی زاده، علیرضا، کردناجیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، 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 ۱۲۵-۱۴۷.

(۱۲۴) منصوری، مهدیه، کردناجیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، تاثیر ارزش‌های مصرف بر قصد خرید، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۵، صص ۱۷۱-۱۸۸.

(۱۲۵) بخشی زاده، علیرضا، کردناجیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، و احمدی، پرویز، موفقیت مجتمع‌های تجاری از منظر عوامل موثر بر رفاه خرید مشتریان، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، صص ۲۵-۴۳.

(۱۲۶) خداداد حسینی، سید حمید، میرزاei، زینب، و همتی نژاد، مهر علی، عوامل موثر بر رفتار کارمندان بعنوان سفیران برنده‌ر صنعت هتلداری، برنامه بریزی و توسعه گردشگری، شماره ۲۰، بهار ۱۳۹۶، صص ۵۶-۷۴.

(۱۲۷) الیاسی، نبی الله، کردناجیج، اسدالله، خداداد حسینی، سید حمید، 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.

(۱۲۸) صمصمی، پردیس، خداداد حسینی، سید حمید، و کردناجیج، اسدالله، آذر، عادل، نعطاف پذیری راهبردی: از تحلیل مفهومی تا الگوی فرآیندی، چشم انداز مدیریت بازارگانی، شماره ۲۹، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۳-۳۲.

- 129) A Mixed Integer Goal Programming Model for Multi-period Complex Corporate Financing Problems, Finance India, June, Vol. XVII No. 2, 2003, pp.495-509.
- 130) 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.
- 131) 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.
- 132) 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
- 133) 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
- 134) Designing the Model of Customer Agility and Competitive Activity. African Journal of Business Management, vol. 5, No. 33, 2011, pp. 12915-12928.
- 135) 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.
- 136) "Identification and Verifying the Entrepreneurial Promotion Mix Via Innovative Approach in Iranian Entrepreneurial Enterprises" Research Journal of International Studies, 23, 2012. pp. 53-69.
- 137) 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
- 138) Multi-Level Analysis of Salesperson Performance, Determinants, Intl. J. of Humanities, 2012, Vol. 19 (4), pp.183-210
- 139) 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
- 140) A New Model of Petrochemical Technology Strategic Planning, International Journal of Business Administration, Vol. 4, No. 2; 2013, pp.57-73

- 141) 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
- 142) 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.
- 143) The Impact of CRM and Brand Equity on Organizational Performance, International Journal of Market Research, No 5, 2013.
- 144) 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.
- 145) 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.
- 146) 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.
- 147) 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.
- 148) The Comparison of Product and Corporate Branding Strategy: A Conceptual Framework, Journal of Business and Management, Vol. 14, No. 2, 2013, pp. 41-48.
- 149) Higher Education Policy Analysis in the Fifth Development Plan Using System Dynamics, Journal of Science & Technology Policy, Vol. 5, No. 4, Summer 2013.
- 150) 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.
- 151) 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
- 152) 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.
- 153) 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.

- 154) Design and Formulation of Branding Strategy Selection Model in Organizations: Multi Business Firms, Journal of Economics and Education, Vol. 6, No. 6, November 2014.
- 155) A Model for Achieving Customer Exultation in Commercial Banks, South Asian Journal of Management Research, Vol. 3 Issue 11, November 2014, pp. 320-339.
- 156) 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.
- 157) A Comparative View of Globalization: A Political Approach, International Journal of Current Life Sciences, Vol. 4, No. 9, Spetember.2014.
- 158) 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.
- 159) 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.
- 160) 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.
- 161) 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.
- 162) Designing Export Performance Model Based on Organizational Orientations, Iranian Journal of Management Studies, Vol. 8, No. 2, April 2015, pp: 265-285
- 163) 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.
- 164) 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.
- 165) Business Ecosystem as a New Approach in Strategy, Management and Administrative Sciences Review, Volume: 4, Issue: 1, January 2015, pp. 198-205.
- 166) 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.

- 167) Designing Export Performance Model based on Organizational Orientations, Iranian Journal of Management Studies, Vol. 8, No. 2, April 2015, pp: 265-285.
- 168) Survey And Explain The Roe 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.
- 169) Investing What determines Strategic Issues in Organizations: A Qualitative Study, Mediterranean Journal of Sciences, Vol. 6, No. 5, September 2015, pp:553-560.
- 170) 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.
- 171) 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.

۲-۶) علمی - ترویجی:

(۱) خداداد حسینی، سید حمید، نوآوری در سازمانها: مفهوم، انواع و فرآیندها، اقتصاد و مدیریت، ۴۲، ۶۴-۴۷، ۱۳۷۸

(۲) خداداد حسینی، سید حمید و قلیچ لی ، بهروز، مشتری گرایی: راهی به سوی موفقیت ، بازاریابی، ۷، ۲۴-۲۹، ۱۳۷۹

(۳) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، بازاریابی، بررسی تحولات عصر ارتباطات و نقش آن در بازاریابی، مدیریت و توسعه، شماره ۸، ۱۳۸۰

(۴) خداداد حسینی، سید حمید و فتحی، سعید، بازاریابی ، تحولات، چالشها و راهکارها در هزار سوم، مطالعات مدیریت، ۱۳۸۱

(۵) 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، ۴۴۳-۴۵۷ بهار ۱۳۸۱، صفحات

(۶) خداداد حسینی، سید حمید، و بهروز قلیچ لی، نوآوری استراتژیک: رویکردی نوین در شایستگی سازمانهای امروز، مدیریت و توسعه، شماره ۱۴ ، ۱۳۸۱

(۷) 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 ۷ و ۸، پاییز ۱۳۸۲، صص ۴۷-۷۴.

(۸) 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.

(۹) 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.

(۱۰) 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.

(۱۱) خداداد حسینی، سید حمید و خدمی، علی اکبر، آسیب شناسی توان استراتژیک شرکت سایپا برای ورود به بازارهای جهانی: بررسی عوامل درون سازمانی، فصلنامه اندیشه مدیریت، شماره ۲، پاییز ۱۳۸۶، صص ۲۹-۶۷.

(۱۲) خداداد حسینی، سید حمید و شاه طهماسبی، اسماعیل، اصلاح الگوی مصرف: مفهوم، ضرورت و نقش مدیریت زمان، فصلنامه نظارت و بازرگانی، شماره ۶، زمستان ۱۳۸۷، صص ۷-۲۶.

(۱۳) خداداد حسینی، سید حمید، و متقدی، پیمان، مهندسی فرهنگ کسب و کار در ایران، نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۵، بهار ۱۳۸۸، صص ۳۹-۶۰.

(۱۴) خداداد حسینی، سید حمید، شاه طهماسبی، اسماعیل، و سارا، شمس الهی، تبیین جایگاه مدیریت تنوع 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.

(۱۵) خداداد حسینی، سید حمید، گلابی، امیر محمد، یداللهی، جهانگیر، و رضوانی، مهران، مفهوم پردازی نقش فرد کارآفرین در بازاریابی کسب و کار های خانگی محور، مجله مدیریت بازاریابی، شماره ۱۱، تابستان ۱۳۹۰. صص ۶۳-۸۴.

(۱۶) عزیزی، شهریار، و خداداد حسینی، سید حمید، مقایسه تطبیقی بازاریابی شبکه ای و ساختار های هرمی، بررسیهای بازرگانی، شماره ۴۹، مهر و آبان ۱۳۹۰، صص ۳۶-۵۲.

(۱۷) خداداد حسینی، سید حمید، نایب پور، و یاوری، 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.

(۱۸) 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.

(۱۹) خداداد حسینی، سید حمید، قربانی، عباس، و ظهراویان، 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 آماد، شماره ۵۷، تابستان ۱۳۹۵، صص ۸۷-۱۰۶.

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.

(۳) خداداد حسینی، حمید، مدیریت واکنش سریع: تحولی نو در امور لجستیک نظامی، اولین همایش نگهداری اقلام، دانشگاه امام حسین (ع)، بهمن ماه ۱۳۸۰.

(۴) خداداد حسینی، سید حمید، و قلیچ لی بهروز، توسعه منابع انسانی: مفاهیم، استانداردها و کاربرد آنها در آموزش و پرورش، اولین همایش استاندارد و استانداردسازی در آموزش و پرورش، تهران ۱۳۸۲.

(۵) خداداد حسینی، سید حمید، و روح ا... سهرابی، ایجاد فن بازار، حلقه مفقوده نظام مدیریت و مبادلات تکنولوژی، دومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی، تهران، ۱۳۸۴.

(۶) 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 فرآگیر (TQM) و تجارت جهانی، تهران، آذر ۱۳۸۴.

۷) 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.

۸) 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

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

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

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

۱۲) 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.

۱۳) 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.

۱۴) 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.

۱۵) 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.

۱۶) 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.

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

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

(۱۹) 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.

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

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

(۲۳) کلانتری، نادیا، خداداد حسینی، سید حمید؛ و حاجی شیروodi، ریحانه، چاچوبی برای تدوین استراتژی تکنولوژی در کشورهای 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.

(۲۵) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییج، اسدآ...، احمدی، پرویز، بررسی جایگاه معنا بخشی در اجرای استراتژی و تغییرات استراتژیک، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.

(۲۶) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییج، اسدآ...، احمدی، پرویز، بررسی و سنجش آمادگی سازمانی برای پیاده سازی استراتژی ها در شرایط بحرانی، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.

(۲۷) حسینی، سید فرهاد، خداداد حسینی، سید حمید، کردناییج، اسدآ...، احمدی، پرویز، طراحی و تبیین الگوی معنا بخشی استراتژیک در سازمان، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، ۱۳۹۲.

(۲۸) 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)

(۳۰) 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.

(۳۱) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، فضه 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.

(۳۲) سید حمید خداداد حسینی، مهرعلی همتی نژاد، فضه نجف پور، بررسی عوامل موثر بر وفاداری الکترونیک : مورد مطالعه شرکت های آنلاین شهر رشت، دومین همایش ملی مدیریت کسب و کار، همدان، ۱۳۹۳.

(۳۳) 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.

(۳۴) 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.

(۳۵) یار احمدی شیما، تلخابی 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

(۳۶) 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

(۳۷) 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

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

(۳۹) براتی مهدیه، خداداد حسینی سید حمید، طراحی مدل عملکرد صادراتی شرمت های 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.

یار احمدی شیما، تلخابی 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.

۸) تالیف و ترجمه کتاب:

• مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک: رویکردی جامع، تالیف، انتشارات صفار. تهران، ۱۳۸۵. چاپ دوم (با تجدید نظر و اضافات)، ۱۳۹۱.

• کسب و تجارت الکترونیک: رویکردی مدیریتی، چاپ سوم، تالیف، انتشارات سمت، تهران ۱۳۹۶.

• ده کارآفرین منتخب دنیا: سرگذشت و تجرب، تالیف، انتشارات همای دانش ۱۳۸۸.

• تبلیغات، از تئوری تا عمل؛ تالیف، انتشارات، نگاه دانش ۱۳۹۴

- کتاب تعالی بازاریابی: مفهوم پردازی، الگو سازی، معیارها، و روش ارزیابی، تالیف و تصنیف، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ۱۳۹۲

- مدیریت جامع برنده : مکاتب، ارزش‌گذاری و توسعه برنده ملی، تالیف و ترجمه، انتشارات مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۱

- مدیریت استراتژیک برنده، تالیف، انتشارات نگاه دانش، ۱۳۹۵.

- بازاریابی کار آفرینی، تالیف، انتشارات نگاه دانش، در دست چاپ.

- اقتصاد یادگیرنده، انتشارات دانشکاه امام علی (ع)، ۱۳۹۴

۹) پایان نامه ها ی راهنمائی شده:

الف) راهنمایی دکتری:

- ۱) طراحی الگوی بکارگیری فناوری و سیستمهای اطلاعات IT/IS و تأثیر آن بر موفقیت سازمانهای صنعتی
- ۲) طراحی و تبیین مدلی به منظور نهادینه کردن نوآوری در بخش دولتی
- ۳) طراحی الگوی استراتژیک ورود به بازار جهانی برای صنعت خودروی ایران
- ۴) طراحی الگوی بازاریابی صادرات فرش دستباف ایران
- ۵) طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت خودرو ایران
- ۶) طراحی و تبیین الگوی ساختار سازمانی متناسب با فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی IT/IS در صنعت قطعه سازی خودروی ایران
- ۷) تبیین الگوی عوامل موثر بر اندازه گیری ارتباط بین فناوری اطلاعات و عملکرد مالی شرکتها: رویکردی فرا تحلیلی
- ۸) طراحی الگوی سرآمدی بازاریابی در صنایع تولیدی با رویکرد ترکیبی
- ۹) طراحی الگوی بازاریابی کارآفرینانه بین المللی در بنگاه های صنعتی ایران
- ۱۰) طراحی الگوی شناسه (برند) خواهی یکپارچه با رویکرد جهانی شدن بازار مورد مطالعه صنعت خودرو ایران
- ۱۱) هماهنگی کانالهای توزیع چند گانه با رویکرد قابلیت محوری
- ۱۲) طراحی مدل سودآوری مشتری برای سازمان: مطالعه موردی صنعت الکترونیک ایران
- ۱۳) طراحی مدل رقابتی با رویکرد چابکی استراتژیک: بررسی شایستگی استراتژیک IT

هوشیاری کارآفرینانه و زیرکی بازار

- ۱۴) معماری نظام نوآوری فناوری اطلاعات با تکید بر اشاعه فناوری
- ۱۵) طراحی و تبیین مدل اجرای موفق استراتژی در بنگاه های تجاری
- ۱۶) طراحی و تبیین مدل تعالی مشتریان: مطالعه موردی صنعت خدمات بانکی و بیمه
- ۱۷) طراحی مدل تحقق بازاریابی پایدار صنعت خودرو ایران

۱۰) دروس، سمینارها، و کارگاههای آمورشی ارایه شده:

دروس:

کارشناسی ارشد و دکتری	۱) مدیریت استراتژیک
دکتری	۲) بازارشناسی و مدیریت بازار پیشرفته
کارشناسی ارشد و دکتری	۳) روش تحقیق
دکتری	۴) مدیریت استراتژیک علم و فناوری
دکتری	۵) مدیریت استراتژیک پژوهش و ساخت
دکتری	۶) مدیریت فرآیند نوآوری
کارشناسی ارشد	۷) روش تحقیق پیشرفته
کارشناسی ارشد	۸) بازارشناسی و مدیریت بازار
کارشناسی ارشد	۹) سمینار در مسائل بازاریابی بین الملل

۱۱) زمینه های مورد علاقه، سمینارها و کارگاههای آمورشی:

ارایه بیش از ۷۰ سمینار و کارگاه آموزشی برای سازمانها و نهادهای مختلف در سطح ملی و
الملی در زمینه های:

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

۱۲) 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 عنوان استاد برتر 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 توائیر بمناسبت ارائه مقاله برتر در دومین کنفرانس مدیریت تکنولوژی در سال ۱۳۸۴.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه عنوان 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 فراغیر (TQM) و تجارت جهانی در سال ۱۳۸۴.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه عنوان 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 بازرگانی کل ناجا بمناسبت ارائه مقاله برتر اولین همایش توامند سازی نیروی انسانی در سال ۱۳۸۹.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و پایه تشویقی در دانشگاه تربیت مدرس ۱۳۹۲.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه عنوان استاد نمونه دانشگاه تربیت مدرس در سال ۱۳۹۲.
- ❖ دریافت لوح تقدیر و جایزه از فرمانده نیروی انتظامی (ناجا) عنوان دبیر علمی همایش تربیت و آموزش پلیس در سال ۱۳۹۳.
- ❖ لوح تقدیر عنوان رئیس و نماینده انجمن علوم مدیریت ایران از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ۱۳۹۶.