

سمیه لبافی

استادیار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

ایمیل: labafi@irandoc.ac.ir

شماره تماس: (۳۶۶) ۰۲۱-۶۶۴۹۴۹۸۰

تحصیلات

مدرک	رشته تحصیلی	محل تحصیل
دکتر	مدیریت رسانه	دانشگاه تهران
کارشناسی ارشد	مدیریت رسانه	دانشگاه تهران

کتاب

۱. مدیریت رسانه (مفاهیم، رویکردها و نظریات). (۱۳۹۶)، طاهر روشندل اربطانی، سید مهدی شریفی، سمیه لبافی، انتشارات

دانشگاه تهران

۲. همگرایی رسانه ایی. (۱۳۹۷)، سمیه لبافی، امیر مختاری، محدثه عقابایی، ترجمه، انتشارات دنیای اقتصاد

3. **Iranian Data Protection Policy in Social Media; An Actor-Network Theory Approaches.** (2020). Somayeh labafi, Chapter book in "Contemporary application of the actor network theory", palgrave mcmillan
4. **Teaching Media management: A curriculum development.** (2018), Taher roshandel arbatani, somayeh labafi, datis khajehian, seyed mehdi sharifi, Media XXI publishing
5. **Competitiveness of Small Media Firms.** (2017), Somayeh labafi, Williams Idongesit, Chapter book In "Competitiveness in Emerging Market: Market Dynamics in the Age of Disruptive, Technologies", springer
6. **Impact of Media Richness on Reduction of Knowledge-Hiding Behavior in Enterprises.** (2017), Labafi Somayeh, Khajehian Datis, Williams Idongesit, chapter book In Evaluating Media Richness in Organizational Learning, IGI publication

مقاله انگلیسی

7. Media Innovation and its Influence on Regulation and Policymaking in the Social Media Sector (2019), labafi somayeh, Tokbaeva Dinara, **European journal of international management**, (Under review).
8. Social media policy in Iran; A stakeholder's analysis (2019). Somayeh labafi, Williams idongesit, **policy and internet journal**. (Under review).
9. Media Entrepreneurship and Web 3.0, the way passed, the way forward (2019), salamzadeh yashar, Williams Idongesit, labafi somayeh, **AD- Minister journal**, 34(34), pp 7-13
10. Green supply-chain management and green purchase intention, the role of green brandequity (2019), somayeh labafi, yashar salamzadeh, mahdih jalalpoor, **The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences**, ISSN: 2357-1330, pp 23-33

11. Knowledge Hiding as an Obstacle of Innovation in Organizations: A Qualitative Study of Software Industry (2017), Labafi, Somayeh , **Ad-minister journal (ISSN: 1692- 0279), indexed in Web of Science** , Vol 30, pp 131-148
12. Effects of Social Media on the Environmental Protection Behavior of the Public (Case Study: Protecting Zayandeh-Rood River Environment) (2016), Roshandel Arbatani Taher , Labafi Somayeh, Robati Maryam, **international journal of environmental research (ISSN: 1735-6865) ,indexed in Web of Science** , Vol 10, No 2 , pp 237- 244
13. Challenges of News Policy in the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB): A Qualitative Study (2016), Labafi Somayeh, Omid Afshin, **International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences**, Vol. 6, No.2, pp 184–195
14. Social Representations of Iranian Transsexual People in the Media: A Thematic Analysis (2016), Roshandel Arbatani Taher, Aqili Seyed Vahid, Labafi Somayeh, Omid Afshin , **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences** ,Vol. 6, No. 5, pp 273-284
15. Explaining audience attitude toward religious media (Case study) (2015), Roshandel Arbatani Taher, Labafi Somayeh, **journal of sociological research**, vol 6, No 1, pp 92-103
16. A study of the effect of user s thinking style on the usage type of internet social network (evidence from Iran) (2013), Roshandel Arbatani Taher, Labafi Somayeh, Atafar hamide, **International journal of management sciences and business research**, vol 2, issue 12, PP 108-117
17. Conceptualizing media policy: The factors, process and venue (2012),Roshandel Arbatani Taher, Labafi Somayeh, Khajeean Datis , **interdisciplinary journal of contemporary research in business** , vol 4, No 5, pp 936-947
18. Provide a Model for Policy in the Islamic Republic of Iran Broadcasting (Case study: IRIB), (2011), Roshandel Arbatani Taher, Razi Hosein, Labafi Somayeh , **Mass communication and journalism journal**, Vol 1, No 1, PP 48-60

مقاله فارسی

۱. الگوی ترویج صفحه‌نمایش دوم جهت درگیر سازی مخاطب با محتوا (۱۳۹۹)، لبافی سمیه، **فصلنامه مطالعات رسانه های نوین**، دوره ۵، شماره ۲۰، (در دست انتشار)
۲. نگاشت شبکه تداعی های برند ایرانداک با استفاده از ابزار نقشه مفهومی برند (۱۳۹۹)، لبافی سمیه، جاهدی پدرام، **فصلنامه مدیریت برند**، دوره ۵، شماره ۴، پذیرش شده (در دست انتشار).
۳. شناسایی حوزه‌های موضوعی پژوهش‌های سیاست‌گذاری رادیو-تلویزیون؛ رویکرد فراترکیب (۱۳۹۸). لبافی، سمیه، **فصلنامه پژوهش های ارتباطی**، شماره ۲۶(۴). ۶۰-۲۷

۴. رسانه و سلامت: شناسایی و تحلیل چارچوب های خبری در بازنمایی رسانه ای بیماری ام اس (۱۳۹۸)، خواجه ثیان داتیس، لبافی سمیه، امیدی افشین، **فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، شماره ۴۶، ۶۷-۸۸
۵. ارائه الگوی مدیریت خبر رسانه ملی در فضای مجازی با رویکرد ارتباطات آئینی (۱۳۹۸)، شریفی سید مهدی، لبافی سمیه، رادمش بهاره، میاحی رحمان، **فصلنامه مطالعات میان رشته ای ارتباطات و رسانه**، شماره ۴، ۱۱-۳۰
۶. شناسایی ویژگی های نظام بازاریابی محتوای زنانه در صنایع خلاق (۱۳۹۸)، شریفی سید مهدی، لبافی سمیه، یادگاری محمد حسن، **فصلنامه مدیریت بازرگانی**، دوره ۱۱، شماره ۲، ص ۳۱۹-۳۴۰
۷. آسیب شناسی سیاستگذاری تولید محتوای فضای مجازی در ایران (۱۳۹۷)، شریفی سید مهدی، مرزبان بیتا، لبافی سمیه، **فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت دولتی**، شماره ۳۴، ص ۲۵۱-۲۶۸
۸. طراحی الگوی تسهیل گرهای همگرایی تکنولوژیک در ساختار معاونت فنی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۷)، **فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های ارتباطی**، لبافی سمیه، امینی مجید، دوره ۲۵، شماره ۹۳، ۲۹-۵۲
۹. الزامات به کار گیری رسانه های اجتماعی در مدیریت بحران های پزشکی (۱۳۹۷)، سید مهدی شریفی، سمیه لبافی، شیما نعمت ... زاده، **فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران**، دوره ۸، شماره ۴، ص ۳۸۷-۴۰۰
۱۰. خط مشی گذاری در رسانه های دولتی با هدف حمایت از انتخابات عادلانه (۱۳۹۷)، پور عزت علی اصغر، لبافی سمیه، سیاح احمد، حسینی الهام، **فصلنامه پژوهشهای راهبردی سیاست**، سال هفتم، شماره ۲، ص ۹-۳۳
۱۱. بررسی نقش شبکه های اجتماعی در بازاریابی با استفاده از چارچوب تبلور و اوکازاکی (مطالعه موردی) (۱۳۹۶)، **فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات رسانه ای**، لبافی سمیه، روشندل اربطانی طاهر، محمدی داوود، دوره ۱۲، شماره ۳، ص ۱۱۴-۱۰۳
۱۲. پیشران ها و موانع عوامل حیاتی موفقیت تفکر راهبردی در سازمان های فرهنگی (مطالعه موردی: سازمان های فرهنگی شهر اصفهان) (۱۳۹۵)، لبافی سمیه، ابویی اردکان محمد، **فصلنامه علمی-پژوهشی اندیشه مدیریت راهبردی**، دوره ۹، شماره ۲، ص ۱۱۷-۱۵۰
۱۳. طراحی و تبیین مدل سیاستگذاری خبری بر اساس مولفه های بنیادین (مطالعه موردی: سیما جمهوری اسلامی ایران) (۱۳۹۴)، روشندل اربطانی طاهر، پور عزت علی اصغر، عقیلی سید وحید، لبافی سمیه، **فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های مدیریت عمومی**، شماره ۲۸، ص ۱۰۹-۱۳۷
۱۴. ارائه مدل زمینه ای اشتراک دانش در شرکت ها (موردی شهر اصفهان) (۱۳۹۴)، قلی پور آرین، لبافی سمیه، **فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش های منابع انسانی**، دوره ۵، شماره ۱، ص ۱-۲۳
۱۵. تبیین نوع نگرش مخاطب نسبت به محتوای رسانه دینی (صداوسیما جمهوری اسلامی ایران) (موردی شهر اصفهان) (۱۳۹۳)، روشندل اربطانی طاهر، لبافی سمیه، جلال پور مهدیه، **دو فصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات**، شماره ۴۵، ص ۵۵-۸۸
۱۶. شناسایی عوامل حیاتی موفقیت تفکر راهبردی در دیدگاه مدیران سازمان های فرهنگی شهر اصفهان (۱۳۹۳)، ابویی اردکان محمد، لبافی سمیه، آذر پور سمانه، مهدیه جلال پور، **فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت اجرایی**، سال ششم، شماره ۱۱، ص ۱۳-۳۴
۱۷. بررسی آسیب شناسانه فرایند سیاست گذاری در سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۱)، روشندل اربطانی طاهر، رضی حسین، لبافی سمیه، **فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت دولتی**، شماره ۱۰، ص ۷۹-۱۰۰

۱۸. بررسی مشکلات زنان در ورود به شبکه های علمی مردانه در محیط های دانشگاهی (۱۳۹۱)، قلی پور آرین، لبافی سمیه، جلال پور مهدیه، فصلنامه علمی - پژوهشی زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، شماره ۳۷، ص ۴۳-۶۳
۱۹. شناسایی عوامل تاثیر گذار در پرورش کارآفرینی سازمانی در سازمان های رسانه ای (۱۳۹۱)، خواجه ثیان داتیس، لبافی سمیه، جلال پور مهدیه، فصلنامه رسانه، شماره ۸۹، ص ۱۴۳-۱۵۴
۲۰. تبیین عوامل موثر بر فرایند سیاست گذاری رسانه ای در سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۱)، روشندل اربطانی طاهر، لبافی سمیه، فصلنامه رسانه، شماره ۸۶، ص ۱۴۹-۱۳۱
۲۱. موسسات رسانه ای به عنوان یک حوزه تحقیقاتی (۱۳۸۹)، میناوند محمد، لبافی سمیه، فصلنامه اندیشه رسانه، شماره ۱۲

مقاله کنفرانس

1. Factors Affecting Entrepreneurship Opportunity Recognition in Platform Businesses (2019), labafi somayeh, Dinara Tokbaeva, Mohadese oghbaee, **International media management academic association(IMMAA) conference, Doha, Qatar**
2. Open data policies in social media industry, a model for convergence of views (2019), Labafi, somayeh. Williams Idongesit, **European Media Management Association (EMMA) conference, Limassol, Cyprus**
3. Green supply-chain management and green purchase intention, the role of green brandequity (2018), somayeh labafi, yashar salamzadeh, mahdieh jalalpoor, **international conference on business sustainability and innovation, University USM, Malaysia**
4. Advertising in Social Media: A theme analysis of networking capability, image transferability, and personal extensibility (2017), labafi somayeh, **European Media Management Association (EMMA) conference, Ghent University, Belgium**
5. Why hiding knowledge in knowledge-based organizations? (case study: organizations in iran) (2016), labafi somayeh, **International Conference of Research in Innovation and Technology, Amirkabir University of Technology, Iran**

۶. تدوین استراتژی برای سازمان رسانه ای با رویکرد نوپدید: تجزیه یک شرکت فرهنگی در استان اصفهان (۱۳۸۹)، ابویی اردکان محمد، لبافی سمیه، فروزبخش محمود، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک و عملکرد، تهران، ایران
۷. شناسایی ظرفیت ها و نحوه استفاده بنیاد های اجتماعی از شبکه ها و رسانه های اجتماعی جهت ایفای مسئولیت اجتماعی موسسه اقتصادی (۱۳۹۵)، سمیه لبافی، سعید لشکری، سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، تهران، ایران

فعالیت های علمی بین المللی

۱. ادیتوری شماره ویژه مجله AD- minister ؛ نمایه شده در پایگاه web of science با موضوع: "Media Entrepreneurship in Web 3.0: Business Models, Strategies and co-creation in startups"
۲. داور مجله Journal of Media Management and Entrepreneurship
۳. داور مجله AD minister ، نمایه شده در پایگاه web of science
۴. داور مجله (Emerald publishing) Baltic Journal of Management
۵. داور مجله (Emerald publishing) International journal of Emerging market

فعالیت اجرایی

- عضو هیئت تحریریه فصلنامه پردازش و مدیریت اطلاعات- ۱۳۹۸ تا کنون
- دبیر اجرایی ششمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات- ۱۳۹۷
- دبیر اجرایی هفتمین همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات- ۱۳۹۸

تدریس

- **مدیریت رسانه مقدماتی** (دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پردیس فارابی دانشگاه تهران، دانشگاه علامه طباطبایی (ره))
- **مدیریت رسانه پیشرفته** (دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دانشگاه علامه طباطبایی (ره))
- **سیاستگذاری رسانه ای** (دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پردیس البرز دانشگاه تهران)
- **استراتژی رسانه ای** (دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، پردیس ارس دانشگاه تهران، دانشگاه علامه طباطبایی (ره))
- **مدیریت رسانه های اجتماعی** (دانشکده مدیریت دانشگاه تهران)
- **زبان تخصصی** (پردیس فارابی دانشگاه تهران)

پروژه

۱. مجری پروژه "سنجش ذهنیت و تجربه مواجهه کاربر ایرانی در رسانه های اجتماعی از ایفای مسئولیت اجتماعی ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره)"، کارفرما: ستاد اجرایی فرمان امام (ره) (۱۳۹۸).
۲. مجری پروژه "برنامه ریزی استراتژیک تبلیغات برای ارتقای ارزش ویژه برند پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)" کارفرما: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (۱۳۹۷)
۳. مجری پروژه "شناسایی مفاهیم، رویکردها و حوزه های موضوعی سیاستگذاری رادیو-تلویزیونی" کارفرما: دانشگاه صدا و سیما (۱۳۹۷)
۴. مجری پروژه "پالایش تبلیغات و امان های شهری با محوریت مصرف فرهنگی"، کارفرما: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (۱۳۹۶)
۵. همکاری در پروژه "مدیریت بحران در روابط عمومی"، کارفرما: شرکت برق خوزستان (۱۳۹۶)
۶. مجری پروژه "تبیین راهبردهای رسانه ای بنیاد ملت در مواجهه با فضای مجازی به منظور انجام مسئولیت اجتماعی بانک ملت"، کارفرما: بانک ملت (۱۳۹۵)
۷. همکار اصلی در پروژه "آسیب شناسی، ارزیابی و نیازسنجی تولید، عرضه و توزیع محصولات قرآنی کودک و نوجوان"، کارفرما: شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۵)
۸. مجری پروژه "طراحی مدل سیاستگذاری در اتحادیه رادیو تلویزیون های اسلامی"، کارفرما: اتحادیه رادیو تلویزیون های اسلامی (۱۳۹۴)
۹. همکار اصلی در پروژه "مسئله پژوهی نظام خانواده"، کارفرما: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم شعبه اصفهان (۱۳۹۲)

راهنمایی و مشاوره پایانه

۱. توسعه الگوی سیاست گذاری سازمان صداوسیما با کاربری داده های رسانه های اجتماعی، محمد حاتمی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۹
۲. بررسی قابلیت استفاده از داده های کاربران توئیتر در ارزیابی اثربخشی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، رضا عیوضی، کاربردی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، ۱۳۹۹
۳. شناسایی محدودیت ها و موانع پیاده سازی سیاست خودتنظیمی در پلتفرم های رسانه ای ایرانی، امیر حسین کهوندی فاضل، کاربردی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، ۱۳۹۹
۴. شناسایی عوامل موثر بر افزایش سطح درگیری کاربران در رسانه های اجتماعی شبکه پرس تی وی (مطالعه موردی: فیسبوک)، حبیب عبدالحسین، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۸
۵. ارائه روش های اجتماعی سازی و نهادینه سازی سیاست های تولید محتوا در بدنه ذینفعان داخلی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، رضا کارگر، کاربردی، دانشگاه صدا و سیما، ۱۳۹۸
۶. شناسایی موانع موجود در جذب نیروی انسانی خلاق در بخش خبر سازمان صدا و سیما (مطالعه موردی: بخش خبر شبکه استانی آذربایجان شرقی)، ابوالفضل کیانی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۸
۷. بازمهندسی فرایند تدوین استراتژی های اصلی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، محمد ناصری فر، کاربردی، دانشگاه صدا و سیما، ۱۳۹۸
۸. آسیب شناسی سیاستگذاری برای توسعه کسب و کارهای مبتنی بر رسانه های اجتماعی در ایران، زهرا خلیلی، کاربردی، دانشگاه سوره، ۱۳۹۸
۹. طراحی الگوی کسب و کار شبکه اجتماعی ماهیگیری بر اساس «بوم مدل کسب و کار»، مصطفی صباغی، کاربردی، دانشگاه سوره، ۱۳۹۸
۱۰. شناسایی عوامل موثر بر افزایش میزان مشارکت کاربر در شبکه های اجتماعی علمی (مورد مطالعه: ریسرچ گیت)، مصطفی ملکی، کاربردی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، ۱۳۹۷
۱۱. شناسایی عوامل موثر بر ترویج صفحه نمایش دوم جهت افزایش تعامل مخاطبان با تلویزیون در افغانستان؛ مورد مطالعه شبکه های خصوصی (طلوع، راه فردا و یک)، امرالله تقوا، کاربردی، دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، ۱۳۹۷
۱۲. راهکارهای انگیزش کارکنان سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران برای مشارکت در فرایند تسهیم دانش به کمک تکنیک های بازی وارسازی، توحید سلطانی، کاربردی، دانشگاه صدا و سیما، ۱۳۹۷
۱۳. شناسایی عوامل حیاتی موفقیت در برندینگ رسانه ای شرکت ایران خودرو، قاسم شاداب، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۱۴. عوامل موثر بر شناسایی فرصت های کارآفرینی در صنعت بازی های رایانه ای، شیما نعمت الله زاده، دانشکده

مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۷

۱۵. شناسایی فرصت در استارت آپ های رسانه ای، زهرا عقبایی، کاربردی، دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۱۶. آسیب شناسی فرایند سیاستگذاری صنعت موسیقی، محسن شه میرزادی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۱۷. طراحی و تبیین چهارچوب سیاست گذاری برنامه های ورزشی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، پرستو زرکی، کاربردی، دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۱۸. شناسایی عوامل موثر بر پذیرش و استفاده از اپلیکیشن های پیام رسان داخلی (مورد مطالعه پیام رسان سروش)، وحید خالقی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۱۹. آسیب شناسی تبلیغات در فضای مجازی با تاکید بر اینستاگرام، دیبا هنرمند، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۷
۲۰. طراحی مدل ساختار سازمانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به منظور دستیابی به همگرایی تکنولوژیک (مطالعه موردی معاونت فنی سازمان صداوسیما)، مجید امینی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۱. بررسی رابطه سبک رهبری اخلاقی مدیران و تعهد سازمانی کارکنان در سازمان رسانه ای، مطالعه موردی: روزنامه وطن امروز، زهرا ترابی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۲. ارزیابی عملکرد رسانه ای سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در جهت توسعه فرهنگی، حمید محمدی، کاربردی، دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۳. تأثیر کارکرد فرهنگ سازی شبکه های اجتماعی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان سازمان تبلیغات اسلامی کشور (مطالعه موردی: اینستاگرام، تلگرام و واتس آپ)، مجتبی کر، پردیس البرز دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۴. آسیب شناسی سیاست های رسانه ای شبکه العالم در ایام برگزاری مراسم راهپیمایی اربعین حسینی، حامد حسینی، کاربردی، دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۵. آسیب شناسی قوانین و مقررات نظارت بر مدیریت تولید محتوا در فضای مجازی ایران، آرتا مرزبان، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۶. تحلیل استراتژیک بازارهای نوپدید رسانه ای ایران بر اساس مدل دلتا، امیر مختاری، کاربردی، دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۷. توسعه مدل کارآفرینی رسانه ای با پارادایم پلتفرمی سازی کسب و کارها، سید مصطفی ثمره هاشمی، کاربردی، پردیس البرز دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۸. مطالعه تأثیر نسل های آتی رسانه های تعاملی بر کیفیت زندگی شهروندان جامعه با رویکرد آینده پژوهی، حسین رحمانی مهر، بنیادی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۶
۲۹. بررسی موانع ایجاد شبکه های تلویزیونی خصوصی در ایران با رویکرد منع نگر، سعید جباری، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۵
۳۰. دانش آفرینی شبکه پرس تی وی بر اساس مدل نوناکا، غلامحسین مرادی، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران،

۱۳۹۵

۳۱. بررسی نقش و جایگاه مدیریت اثربخش برنامه های صدا و سیما با تأکید بر برنامه های اقوام ایرانی، سعید

دین پرور، کاربردی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۹۵

۲