

## دانشگاه هرمزگان، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت بازرگانی



نام و نام خانوادگی: ملیحه سیاوشی

مرتبه علمی: استادیار

دکتری: مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه اصفهان، ایران، ۱۳۹۲.

کارشناسی ارشد: مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه الزهرا (س)، ایران، ۱۳۸۲.

کارشناسی: مدیریت بازرگانی، دانشگاه لرستان، ایران، ۱۳۷۹.

دفتر: بندرعباس، کیلومتر ۹ جاده میناب، دانشگاه هرمزگان، دانشکده مدیریت و حسابداری، طبقه همکف

تلفن: ۰۹۳۵۱۶۶۹۸۳۳ و ۰۹۱۷۳۱۶۶۳۳۸

پست الکترونیک: [siyavoshy@yahoo.com](mailto:siyavoshy@yahoo.com)

[siyavooshi@hormozgan.ac.ir](mailto:siyavooshi@hormozgan.ac.ir)

وب سایت: [www.siyavooshi.ir](http://www.siyavooshi.ir)

گرایش‌های تخصصی:

تبلیغات، برند، تحقیقات بازاریابی، بازاریابی اسلامی

## دروس تدریس شده

رفتار مصرف‌کننده، بازاریابی، بازاریابی بین‌المللی، بازرگانی بین‌المللی، مدیریت برند و تبلیغات، مدیریت ارتباط با مشتری، بازاریابی صنعتی، تحقیقات بازاریابی، اخلاق کسب و کار

## کارگاه‌های برگزار شده:

- طراحی و انتخاب عناصر برند (برگزاری به صورت مجازی در سطح ملی، برگزارکننده ی کارگاه: مرکز رشد واحدهای فناور دانشگاه هرمزگان)
- برندسازی ایده‌ها و آشنایی با حق مالکیت فکری اثر (برگزاری به صورت حضوری و مجازی در سطح ملی، برگزارکننده ی کارگاه: معاونت فرهنگی و اجتماعی دانشگاه هرمزگان)

## تالیف کتاب:

- سیاوشی، ملیحه؛ عابدین، بهاره؛ مدیریت برند و تبلیغات- رویکردی کاربردی، ۵۰۰ص، انتشارات دانشگاه هرمزگان، چاپ اول ۱۳۹۹ و چاپ دوم ۱۴۰۰.
- سیاوشی، ملیحه، عابدین، بهاره. تحقیقات بازاریابی - رویکردی کاربردی، ۲۵۱ص، انتشارات دانشگاه هرمزگان، ۱۳۹۶.

## گزیده‌ای از مقالات:

- سیاوشی، ملیحه؛ عباس نژاد، طیبه؛ و جوکار، کیانوش (۱۴۰۰). تبیین و اندازه‌گیری شاخص‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی نسبت به کارکنان؛ مطالعه موردی: شرکت برق منطقه‌ای هرمزگان، دوفصلنامه مدیریت منابع انسانی پایدار، دوره ۳، شماره ۵، ۱۱۰-۸۵.
- محسنی، فاطمه؛ بیابانی، حسن؛ و سیاوشی، ملیحه (۱۴۰۰). بررسی تاثیر ابعاد آمیخته بازاریابی بر تمایلات رفتاری گردشگران (مورد مطالعه: جزیره هرمز)؛ فصلنامه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۱۰، شماره ۳۷، ۳۳۲-۳۰۹.
- Siyavooshi, M., Abedin, B., & Dehghani Dashtbani, M. (2020). Investigating the Antecedents of Brand Citizenship Behavior in financial institutes. *Journal of International Marketing Modeling*, 1(2), 78-92.
- سیاوشی، ملیحه؛ و عصمتی‌مقدم، محمدرضا (۱۳۹۸). بررسی تاثیر عدم امنیت شغلی بر ابعاد رفتار شهروند سازمانی (مورد مطالعه، پایگاه نهم شکاری نیروی هوایی ارتش جمهوری اسلامی ایران)، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، دوره ۱۳۹۸، شماره ۵۱، ۲۲-۱.

- سیاوشی، ملیحه؛ و عصمتی مقدم، محمدرضا (۱۳۹۸). بررسی نقش عدم امنیت شغلی کمی و کیفی در بروز رفتارهای انحرافی کاری در یک سازمان نظامی، دوفصلنامه مدیریت منابع انسانی پایدار، دوره ۱، شماره ۱، ۷۵-۹۴.
- Siyavooshi, M., Foroozanfar, A. & Sharifi, Y. (2018). **Effect of Islamic values on green purchasing behavior**, *Journal of Islamic Marketing*, DOI 10.1108/JIMA-05-2017-0063.
- سیاوشی، ملیحه؛ غفورنیا، محمد؛ و وصالی، نادر (۱۳۹۷). بررسی عوامل موثر بر تصمیم خرید واردکنندگان فرش دستباف ایرانی در اتحادیه‌ی اروپا، فصلنامه علمی پژوهشی انجمن علمی فرش ایران (گلجام)، سال ۱۴، شماره ۳۳.
- Azizpour, R., Abbasnejad, T., & Siyavooshi, M. (2016). Effective Factors on Purchasing Intention of Cosmetics and Health Products in Tehran City. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(11), 449-458.
- Tizro, A., Khaksar, E. & Siyavooshi, M. (2015). The Impact of Social Responsibility on Corporate Performance, Management and Administrative Sciences Review, Volume 4 Issue 3, pp.539-554.
- سیاوشی، ملیحه؛ احمدی کهنعلی، رضا، و طاهرپور، سحر؛ بکارگیری تکنیک QFD در ارائه راهکارهای بهبود بازاریابی الکترونیکی در مجتمع بندری شهید رجایی، کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری، تهران، تیرماه ۱۳۹۵.
- سیاوشی، ملیحه؛ احمدی کهنعلی، رضا، و طاهرپور، سحر؛ بررسی وضعیت استراتژی بازاریابی الکترونیکی در مجتمع بندری شهید رجایی، کنفرانس بین‌المللی نخبگان مدیریت، تهران، خردادماه ۱۳۹۵.
- سیاوشی، ملیحه و شریفی، یاسر، بررسی استفاده از دانش زیست محیطی در تبلیغات ظروف یکبار مصرف گیاهی، بر تمایل به خرید این محصولات، اولین همایش بین‌المللی نوآوری، توسعه و کسب و کار، تهران، اسفند ۱۳۹۴.
- فتح‌آبادی، احمد، سیاوشی، ملیحه، و زاهری، فهیمه، نقش شهرت یا شناخت شرکت بر تصمیم‌گیری خرید سهام، اولین کنفرانس بین‌المللی مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری، تهران، دی ماه ۱۳۹۴.
- سیاوشی، ملیحه، صنایعی، علی، و فتحی، سعید. (۱۳۹۲). شناسایی عوامل موثر بر تمایل مصرف‌کنندگان به مشارکت در سیستم تبلیغات پیامکی مبتنی بر پایگاه داده، مجله علمی پژوهشی چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره‌ی ۱۲، شماره ۴، صص ۲۰۵-۱۸۵.
- Siyavooshi, M., Sanayei, A., & Fathi, S. (2013). SMS Advertising and Consumer Privacy: Analysis of Factors Affecting Consumer Willingness to send and Receive Information in Permission and Data based SMS advertising. *New Marketing Research Journal*, 101-124.
- سیاوشی، ملیحه، عابدین، بهاره، بررسی نگرش و عکس العمل افراد نسبت به دریافت پیامک‌های تبلیغاتی در عصر فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، مجله علمی پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱ شماره ۳ پاییز و زمستان، ۱۳۸۸.