

ردیف	عناوین اولویت های پژوهشی
۱	طراحی الگوی بازاریابی داخلی و خارجی محصولات صنعت خودرو در بازار رقابتی
۲	طراحی مدل بهینه پیش بینی تقاضا در فرایندهای برنامه ریزی تولید و تأمین گروه سایپا(با رویکرد آینده پژوهی)
۳	مقایسه تطبیقی بین تجارب جهانی در بازاریابی و پیشبرد فروش شرکتهای گروه
۴	شناسایی بهینه سازی فرایند تولید در راستای ارتقاء و کیفیت و بهره‌وری
۵	مقایسه تطبیقی بین تجارب جهانی در بهبود کسب و کار و شرکتهای خودروسازی: راهکار و اولویت
۶	بررسی وزن هر یک از امکانات و تجهیزات خودرو در تصمیم خرید مشتریان در رده‌های مختلف قیمتی
۷	بررسی تجارب جهانی در مواجهه با موانع صادرات محصول در آمریکا، آفریقا، آسیا و اروپا
۸	بررسی تجارب جهانی در مواجهه با موانع صادرات محصول (در حوزه‌های خدمات بازرگانی و پشتیبانی)
۹	مدلسازی بازار و مشتری ایرانی
۱۰	تحلیل جایگاه شبکه نمایندگان سایپا در بازاریابی و فروش محصولات گروه
۱۱	اثر شناورسازی کمیسیون نمایندگی‌ها در رشد فروش محصولات
۱۲	بررسی و پیاده‌سازی مدل‌های معماری سازمانی در حوزه بازاریابی و فروش
۱۲	نقش ساختار بازاریابی و فروش در محیط کسب و کار شرکت سایپا
۱۳	بررسی تأثیر ابزارهای پیشبرد فروش بر رفتار مصرف کننده پس از خرید خودرو
۱۵	نقش مدیریت استراتژیک بر بازاریابی و فروش صنعت خودرو
۱۶	بررسی استراتژی‌های بازار در بازاریابی و فروش در صنعت خودرو

۱۷	بررسی الگوها و استانداردهای کسب و کار (فروش و خدمات فروش) شرکای تجاری خارجی (فیات، رنو، نیسان، پژو سیتروئن)
۱۸	طراحی الگوی استانداردسازی شبکه نمایندگی های فروش خودرو
۱۹	طراحی الگوی استانداردسازی شبکه نمایندگی های شرکای تجاری خارجی گروه سایپا (فیات، رنو، نیسان، پژو سیتروئن)
۲۰	بررسی مدل های ارزشیابی عملکرد شبکه نمایندگی های شرکای تجاری خارجی گروه سایپا (فیات، رنو، نیسان، پژو سیتروئن)
۲۱	بررسی مدل های نوین آموزشی شبکه نمایندگی ها