

DAVOUD SADEH

Assistant Professor

Marketing and Consumer Neuroscience Researcher

داود ساده

استادیار دانشگاه

پژوهشگر بازاریابی و علوم اعصاب مصرف کننده

CONTACT

+98-9114379376

Davoud.sadeh@shafagh.ac.ir

Davoudsadeh56@gmail.com

Orcid.org/0009-0006-4158-3881

LANGUAGES

English

Persian

SKILLS OF SOFTWARE

MATLAB

Python

SPSS

MINITAB

PROFILE

"Assistant Professor of Marketing and Consumer Neuroscience Researcher, specializing in the intersection of cognitive science and marketing strategies. I am the author of the books **Consumer Visual Behavior** and **Brandiatry** the translator of six reference books in the field of marketing. My research has been published in reputable neuroscience journals, and I currently hold an h-index of 4 on Google Scholar.

I currently serve as a faculty member in the Department of Marketing at Shafagh University, Tonekabon, where I am actively engaged in teaching and research at the Master's level. My core areas of expertise include consumer neuroscience, visual behavior modeling, and consumer behavior prediction."

استادیار بازاریابی و پژوهشگر علوم اعصاب مصرف‌کننده، با تخصص در تلاقی علوم شناختی و راهبردهای بازاریابی. نویسنده کتابهای **رفتار بصری مصرف‌کننده و برندپزشکی** و مترجم شش کتاب مرجع در حوزه بازاریابی هستم. پژوهش‌های من در نشریات معتبر علوم اعصاب به چاپ رسیده و در حال حاضر شاخص اچ من در گوگل اسکالر ۴ است.

اکنون به عنوان عضو هیئت علمی گروه بازاریابی دانشگاه شفق تنکابن مشغول به خدمت هستم و به‌طور فعال در مقطع کارشناسی ارشد به تدریس و پژوهش می‌پردازم. حوزه‌های اصلی تخصص من شامل عصب‌شناسی مصرف‌کننده، مدل‌سازی رفتار بصری و پیش‌بینی رفتار مصرف‌کننده است.

EDUCATION HISTORY

Islamic Azad University Science and Research, Postdoctoral. Marketing Management, titled “consumer visual behavior (2023- 2024).

Qazvin Islamic Azad University, PhD. Marketing Management, titled “3D

SKILLS OF HARDWARE

Eye tracking

EEG

INTERESTS

Modeling

AI

Persuasion

Decision making

analysis of the effect of nervous TV ads on consumers with the content of socioeconomic (2015–2018)

Abhar Islamic Azad University, MSc. Marketing Management, titled "Billboard advertising optimization by using imperialist competitive algorithm (case study: Tehran traffic network) (2011–2013)

Karaj Islamic Azad University, B Sc., Industrial Engineering, (1999 – 2002).

سوابق تحصیلی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، پسادکتری مدیریت بازاریابی، با عنوان ***رفتار بصری مصرف‌کننده*** (۱۴۰۳-۱۴۰۲).

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، دکتری مدیریت بازاریابی، با عنوان ***تحلیل سه‌بعدی اثر عصبی تبلیغات تلویزیونی بر مصرف‌کنندگان با محتوای اجتماعی-اقتصادی*** (۱۳۹۷-۱۳۹۴).

دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر، کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، با عنوان ***بهینه‌سازی تبلیغات بیلبوردی با استفاده از الگوریتم رقابت استعماری (مطالعه موردی: شبکه ترافیک تهران)*** (۱۳۹۳-۱۳۹۲).

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، کارشناسی مهندسی صنایع (۱۳۸۱-۱۳۷۸).

WORK EXPERIENCE

MOLANA University, Bachelor's level Instructor, 2 Academic Semesters.

Takestan Non-Profit Higher Education Institute, Master's Level Instructor, 6 Academic Semesters.

Karaj Islamic Azad University, Master's Level Instructor, 2 Academic Semesters.

Qods Islamic Azad University, Master's Level Instructor, 3 Academic Semesters.

University of Applied Sciences & Technology of saipa, Bachelor's level Instructor, Feb 2024 to NOW.

سوابق شغلی

دانشگاه مولانا، مدرس مقطع کارشناسی، ۲ نیمسال تحصیلی.

مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان، مدرس مقطع کارشناسی ارشد، ۶ نیمسال تحصیلی.

دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج، مدرس مقطع کارشناسی ارشد، ۲ نیمسال تحصیلی.

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قدس، مدرس مقطع کارشناسی ارشد، ۳ نیمسال تحصیلی.

دانشگاه جامع علمی کاربردی سایپا، مدرس مقطع کارشناسی، ۹ نیمسال تحصیلی

BOOK

Sadeh D. Consumer visual behavior [Independently published]. Zenodo; 2025. ISBN: 979-8267693509. DOI: 10.5281/zenodo.17439719.

Consumer visual behavior

Sadeh, D. (2026). Brandiatry: Brand treatment with neuroscience approach. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.23044363

Brandiatry: Brand treatment with neuroscience approach

مدیریت تضمین کیفیت انتشارات پارتیان 978-600-5578-33-1

ARTICLES

Sadeh, D. (2024). Consumer Visual Behavior (CVB). Journal of Research in Behavioural Sciences, 22(2), 361-377. (In Persian)

Sadeh, D. (2024). Modeling of Consumers' Visual Behavior by Using Artificial Intelligence. The Neuroscience Journal of Shefaye Khatam, 12(2), 10-20. (In Persian)

Sadeh, D., & Parsa Moein, K. (2024). Visual Game therapy (VGT) and its effect on memory. The Neuroscience Journal of Shefaye Khatam, 0-0. (In Persian)

Billboard advertising optimization by using imperialist competitive algorithm, African Journal of Business Management 7 (36), 3706-3713.

Using Chase vision theory of Yarbus in ads and its effect on memory, Advances in Cognitive Science 20 (2), 31-39.

The study of social slogans on amount of attention to outdoor advertising by means of visual tracking, Advances in Cognitive Science 19 (4), 10-19.

Impact of branding social responsibility on the memory of consumers using brain waves analysis, Advances in Cognitive Science 21 (2), 74-82.

Neural Localization of Brand Social Responsibility Using EEG, The

Neuroscience Journal of Shefaye Khatam 7 (3), 42-50.

Investigating the relationship between emotions of the face and neuroelectrical Brain waves, Neuropsychology 4 (13), 9-20.

Analysis of Consumer's Behavior in Tehran City Mall Shopping, International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering 1 (10 ⋯

Customers Credit Rating of the Banking System by the Use of AHP and TOPSIS methods, International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering.

Ranking of insurance companies in Iran using AHP and TOPSIS techniques, American Journal of Research Communication.

Dynamics Analysis of Consumer Behavior, International Journal of Economics, Management and ⋯, 2015

Identifying the Attractiveness Factors of Kish Islands Shopping Centers: With an Approach to Categorization of Customers, Quarterly Journal of Business Studies 2 (2), 95-103.

Impact of ads slogan with social content on amount of attention in billboard ads by using eye tracking, in 2015 NeuroPsychoEconomics Conference Proceedings. ISSN 1861-8243.

A new approach to changing consumer visual behavior (cvb), in 2025 NeuroPsychoEconomics Conference Proceedings. ISSN 1861-8243.

Sadeh, Davoud, Brandiatry: Developing an Anatomical and Physiological Framework for the Systematic Diagnosis of Brand Health (February 28, 2026). Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=7541238 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.7541238

کتاب های ترجمه شده

حس مشتری اثر پروفسور کریشنا ، ناشر: نشر مهربان 978-600-407-053-9

تصویربرداری الکتروعصبی مغز در بازاریابی اثر پروفسور وسچیتو ناشر: ادیب قزوین 978-964-2622-39-9

روانشناسی دیدن (ارتباط چشم با مغز) اثر پروفسور گرگوری ناشر: ادیب قزوین 978-964-2622-42-9

رفتار بصری مصرف کننده (کاربرد ردیابی چشم در بازاریابی) اثر پروفسور ویدل ناشر: انتشارات بازاریابی 978-600-6982-84-7

بازاریابی رایحه ای اثر گیمگروبر ناشر: انتشارات بازاریابی 978-622-6659-37-6

علوم اعصاب مصرف کننده اثر پروفسور سرف ناشر: آناطب 978-600-992164-5