



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
شورای عالی برنامه ریزی آموزشی



برنامه درسی رشته

مدیریت جهانگردی

Tourism Management

مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته



گرایش:

بازاریابی جهانگردی	Tourism Marketing
برنامه ریزی توسعه جهانگردی	Tourism Development Planning

زیرگروه تحصیلی گردشگری

برنامه درسی اختصاصی

دانشگاه تهران

(بر اساس آئین نامه تدوین و بازنگری برنامه های درسی
مصوب جلسه ۹۵۹ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی)





دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

رشته: «مدیریت جهانگردی» با ۲ گرایش:

- «بازاریابی جهانگردی»

- «برنامه ریزی توسعه جهانگردی»

مقطع: کارشناسی ارشد

دانشکده‌گان مدیریت

مصوب جلسه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۱۸ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس آیین نامه وزارتی تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاه های دارای هیات ممیزه توسط اعضای هیات علمی دانشکده‌گان مدیریت بازنگري شده و در چهارصد و هشتاد و ششمین جلسه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۱۸ به تصویب رسیده است.



مصوبه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی مقطع «کارشناسی ارشد» رشته «مدیریت جهانگردی» با ۲ گرایش «بازاریابی جهانگردی» و «برنامه ریزی توسعه جهانگردی»

برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته «مدیریت جهانگردی» با ۲ گرایش «بازاریابی جهانگردی» و «برنامه ریزی توسعه جهانگردی» که توسط اعضای هیات علمی دانشکده گردشگری دانشکده‌گان مدیریت بازرگانی شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه درسی از تاریخ تصویب لازم الاجرا است.
- هر نوع تغییر در برنامه مجاز نیست مگر آنکه به تصویب شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه برسد.
- این برنامه درسی جایگزین برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته «مدیریت جهانگردی» با ۲ گرایش «بازاریابی جهانگردی» و «برنامه ریزی توسعه جهانگردی» مصوب جلسه ۳۳۷ مورخ ۱۳۸۰/۱۱/۲۸ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری شده است.

محمدعلی شریفی

دبیر شورای برنامه ریزی آموزشی دانشگاه



محمود کمره ای

معاون آموزشی دانشگاه



رای صادره جلسه مورخ ۱۴۰۳/۰۶/۱۸ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه در مورد بازنگری برنامه درسی مقطع «کارشناسی ارشد» رشته «مدیریت جهانگردی» با ۲ گرایش «بازاریابی جهانگردی» و «برنامه ریزی توسعه جهانگردی» صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

سیدحسین حسینی

رئیس دانشگاه تهران





جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی



برنامه درسی رشته

مدیریت جهانگردی

| TOURISM MANAGEMENT

مقطع کارشناسی ارشد

گرایش

Tourism Marketing بازاریابی جهانگردی

Tourism Development Planning برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی



اعضای کمیته تدوین و بازنگری برنامه:

دکتر داود حومنیان	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر رضا حیدری	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر احمد حاجی نژاد	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر فرانک رنجبر متعلق	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر نسرين کاظمی	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر سجاد فردوسی	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر آزاده عظیمی	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر محمدرضا صالحی پور	عضو هیات علمی دانشگاه تهران
دکتر سمیه حاجی نژاد	عضو هیات علمی دانشگاه تهران

تاریخ: ۱۴۰۳/۰۴/۱۶
شماره: ۱۰۱۷۰۳۰۴
پیوست: ندارد

تعمیلی



جلسه گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری با حضور مدیر محترم گروه و اعضای محترم گروه در تاریخ شنبه ۱۶ تیر ماه ۱۴۰۳ برگزار شد. در این جلسه نسخه بازنگری شده برنامه‌های درسی رشته مدیریت جهانگردی در مقطع کارشناسی و رشته گردشگری در مقطع دکتری از سوی خانم دکتر رنجبر متعلق ارائه شد. پس از بحث و بررسی نسخه‌های بازنگری شده مورد تأیید و تصویب قرار گرفت.

اعضای حاضر:

آقای دکتر حاجی نژاد (مدیریت گروه گردشگری، اقتصاد و مدیریت):
خانم دکتر رنجبر متعلق
خانم دکتر کاظمی
خانم دکتر عظیمی
آقای دکتر صالحی پور
آقای دکتر فردوسی
آقای دکتر کریمی

نشانی: تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر شمالی، کوچه مهر، دانشکده گردشگری

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۷۸۵۵۲ کد پستی: ۱۴۱۷۹۶۴۷۴۳ رایانامه: tourism@ut.ac.ir



جدول تغییرات

ردیف	در برنامه قبلی	در برنامه بازنگری شده
۱.	بازاریابی بین‌المللی در جهانگردی	بازاریابی بین‌المللی در گردشگری
۲.	رفتار مصرف کننده در جهانگردی	رفتار مصرف کننده در گردشگری
۳.	خط‌مشی گذاری در صنعت جهانگردی	خط‌مشی گذاری گردشگری
۴.	حسابداری مدیریت (در صنعت جهانگردی)	حسابداری مدیریت در گردشگری
۵.	سامانه‌های اطلاعاتی در صنعت جهانگردی	سامانه‌های اطلاعاتی در گردشگری
۶.	مدیریت کیفیت جامع در صنعت جهانگردی	کیفیت خدمات در گردشگری
۷.	روش‌های کمی در صنعت جهانگردی	روش‌های پژوهش کمی و کیفی در گردشگری
۸.	ارزیابی طرح‌های توسعه جهانگردی	تدوین و ارزیابی طرح‌های گردشگری
۹.	مدیریت استراتژیک گردشگری	تحلیل و برنامه‌ریزی استراتژیک در گردشگری
۱۰.	مدیریت منابع انسانی در صنعت جهانگردی	مدیریت منابع انسانی در گردشگری
۱۱.	محیط ملی و بین‌المللی تجارت و گردشگری	-
۱۲.	اصول مدیریت و بازاریابی خدمات	-
۱۳.	تحلیل رفتار جهانگردی و تعامل فرهنگی	-
۱۴.	بازاریابی محصولات جهانگردی	-
۱۵.	سمینار در مسائل بازاریابی جهانگردی (تحقیقات بازاریابی)	-
۱۶.	مدیریت اکوسیستم‌های طبیعی	-
۱۷.	برنامه‌ریزی جهانگردی در کشورهای در حال توسعه	-
۱۸.	سمینار در مسائل جهانگردی پایدار	-
۱۹.	-	مدیریت برند در گردشگری
۲۰.	-	مدیریت بازاریابی استراتژیک گردشگری
۲۱.	-	حقوق کسب و کار در گردشگری
۲۲.	-	ارتباطات یکپارچه بازاریابی در گردشگری
۲۳.	-	مدیریت روابط با مشتری در گردشگری
۲۴.	-	اصول مذاکره در گردشگری
۲۵.	-	رهبری در صنعت گردشگری
۲۶.	-	مدیریت پروژه در گردشگری
۲۷.	-	تحلیل داده و مدلسازی در گردشگری
۲۸.	-	تحلیل آماری و کاربرد نرم‌افزار
۲۹.	-	دستیاری مدیریت گردشگری
۳۰.	-	حکمرانی گردشگری
۳۱.	-	نظریه‌های برنامه‌ریزی گردشگری
۳۲.	-	توسعه مقصد گردشگری
۳۳.	-	نظریه‌های مشارکت در گردشگری
۳۴.	-	طراحی محصول/تجربه گردشگری
۳۵.	-	کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری



اقتصاد محیط زیست و گردشگری	-	۳۶.
----------------------------	---	-----



فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی



الف) مقدمه: معرفی کلی و تبیین برنامه درسی

در رشته گردشگری با اتخاذ رویکردی سیستمی و همه‌جانبه‌نگر، پرورش نیروی انسانی برای فعالیت در هر دو سطح کلان و خرد صنعت گردشگری کشور مورد نظر است. در این جهت رشته مدیریت جهانگردی به طور مشخص با تأکید بر دو کارکرد برنامه‌ریزی توسعه و بازاریابی جهانگردی در هر دو سطح کلان و خرد، نقش مهمی در پرورش نیروی انسانی توانمند در توسعه گردشگری کشور ایفا می‌کند.

برنامه درسی رشته مدیریت جهانگردی مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۸ شورای عالی برنامه‌ریزی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است و از سال ۱۴۰۱ در دانشکده گردشگری دانشگاه تهران اجرا می‌گردد.

با این حال، تغییر و تحولات فزاینده این صنعت در هر دو سطح بین‌المللی و ملی از یکسو و نیاز کشور به نیروهای انسانی متخصص در امر مدیریت گردشگری برای دستیابی به اهداف سند راهبردی توسعه گردشگری کشور مصوب ۱۳۹۹/۰۶/۱۶ از سویی دیگر، بازنگری و به‌روزرسانی برنامه درسی رشته مدیریت جهانگردی با دو گرایش برنامه‌ریزی توسعه و بازاریابی جهانگردی را به یک ضرورت بدل کرده است. در این جهت، هم‌راستائی آموزش (دانش و مهارت) مدیریت گردشگری در مقطع کارشناسی ارشد با اهداف توسعه گردشگری کشور و ارتقای رقابت‌پذیری آن با برنامه‌های درسی بین‌المللی این رشته، هدف غایی در بازنگری برنامه درسی این رشته است.

ب) اهداف

گردشگری، به عنوان بخش مهمی از فعالیتهای اقتصادی و تولیدی در جهان است که با توجه به مزایای بالقوه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی مفروض برای آن، به عنوان یکی از ابزارهای مهم توسعه برای هر دوی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه در نظر گرفته می‌شود. در کشور ایران نیز حوزه گردشگری از اهمیت و ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه متعددی برای توسعه به طور مشخص توسعه اقتصادی و اشتغالزایی برخوردار است. ازاین‌روی، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در تلاش است که مولفه‌ها، عناصر و اجزای موثر برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری را به منظور مدیریت هر دو بخش عرضه و تقاضای این صنعت، تعریف نماید. لذا گرایش برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، تربیت نیروی انسانی متعهد و متخصص با توانایی تدوین و عملیاتی‌سازی پروژه‌های توسعه گردشگری در سطوح کلان و خرد را هدف قرار داده است. به طور مشخص، هدف رشته برنامه‌ریزی گردشگری در مقطع کارشناسی ارشد، ارائه دانش به روز و پرورش مهارت‌های اساسی دانشجویان در زمینه تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی گردشگری در زیرسیستم‌های مختلف این صنعت و همچنین توسعه آن در مقیاس کلان در کشور است. علاوه‌براین، توسعه گردشگری کشور نیازمند متخصصانی است که با تحلیل بازارهای بین‌المللی و ملی، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، به تدوین استراتژی‌های جامع بازاریابی بپردازند و از سویی دیگر در سطح خرد، با تدوین و اجرای برنامه‌های بازاریابی محلی، بهبود تجربه گردشگران، افزایش جذب و رضایت آن‌ها و در نهایت تقویت جایگاه مقاصد گردشگری کشور را هدف قرار دهند. بنابراین هدف گرایش بازاریابی جهانگردی ارائه دانش و مهارت لازم برای توسعه و اجرای استراتژی‌های بازاریابی مؤثر برای مقاصد گردشگری، جاذبه‌ها و کسب و کارهای فعال در صنعت گردشگری و همچنین پرورش مهارت‌های تفکر انتقادی و خلاقانه دانشجویان

برای حل مشکلات پیچیده و ارائه راه‌حل‌های نوآورانه در زمینه بازاریابی گردشگری است.

در این جهت، اهداف عملیاتی رشته مدیریت جهانگردی به شرح زیر هستند:



۱. آموزش و پرورش نیروی انسانی متخصص مورد نیاز نهادها، سازمان ها و ارگانهای ذیربط از جمله وزارت میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی، شهرداریها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مراکز اقامتی و پذیرایی، مراکز خرید، حمل و نقل گردشگری، دفاتر خدمات مسافرتی و .. در زمینه برنامه ریزی و بازاریابی گردشگری؛
 ۲. آموزش اصول، رویکردها و روشهای جدید در برنامه ریزی گردشگری و همچنین نگاه جامع به نظام گردشگری در بین برنامه ریزان و تصمیم گیرندگان در راستای توسعه پایدار گردشگری در ایران؛
 ۳. بسط مهارت های تدوین برنامه های جامع توسعه گردشگری در سطح مقصد؛
 ۴. آموزش مفاهیم و اصول کلیدی بازاریابی، با تمرکز خاص بر بازاریابی در صنعت گردشگری؛
 ۵. پرورش مهارت دانشجویان در به کارگیری ابزارها و فنون مختلف بازاریابی، از جمله بازاریابی دیجیتال، بازاریابی رسانه های اجتماعی و بازاریابی محتوا؛
 ۶. بسط مهارت های تحلیلی و توانایی حل مسئله دانشجویان برای شناسایی و ارزیابی فرصت ها و چالش های برنامه ریزی توسعه و بازاریابی در صنعت گردشگری؛
 ۷. فراهم کردن زمینه دانش افزایی شاغلان موجود در دستگاه ها و نهادهای مرتبط با برنامه ریزی و بازاریابی گردشگری؛
- در این مسیر، ارزش های دینی و بومی، تفکر خلاق، نوآوری، کارآفرینی، بهره گیری از فناوری های روز دنیا و اصول توسعه پایدار از ارزش های مورد تأکید این رشته برای خلق آینده گردشگری ایران اسلامی است.

پ) اهمیت و ضرورت

ظرفیت های مهم کشور در توسعه انواع مختلف گردشگری، زمینه تبدیل این صنعت را به یک منبع پایدار درآمد فراهم می آورد. از این روی در سال های اخیر شاهد آنیم که در ترسیم چشم انداز بیست ساله کشور و تدوین سایر اسناد بالادستی همواره نقش مهمی برای صنعت گردشگری به ویژه در کاهش وابستگی کشور به درآمد نفت در نظر گرفته شده است. حفظ، تقویت و عرضه هویت فرهنگی و ارزش های حاکم بر جامعه، بهبود رقابت پذیری کشور در این حوزه، ارتقاء کیفیت تجربه گردشگر از طریق نوآوری و تنوع بخشی به محصولات گردشگری، تسهیل ورود به فضای کسب و کار گردشگری، اشتغال زایی، ارزآوری، درآمدزایی و هدایت ذینفعان اصلی در توسعه صنعت گردشگری در راستای رویکرد توسعه پایدار از جمله اهداف اصلی در نظر گرفته شده در سند راهبردی توسعه گردشگری کشور هستند. در این میان مدیریت گردشگری با دو کارکرد برنامه ریزی و بازاریابی در هر دو سطح خرد و کلان به عنوان پیش نیازی مهم در تحقق اهداف فوق الذکر در نظر گرفته می شود. برنامه ریزی فعالیتی چندبعدی و با هدف یکپارچگی منافع گردشگری با رویکردهای توسعه اجتماعی و اقتصادی کشور است و کلیه تصمیم گیری های مرتبط با بهره برداری پایدار از منابع، امکانات و ظرفیت های گردشگری با هدف تأمین نیازهای اساسی کشور را دربر می گیرد. از سویی دیگر، بازاریابی گردشگری، نقش مهمی را در افزایش تقاضا برای مقاصد گردشگری کشور، توسعه محصولات و خدمات گردشگری جدید، ارتقاء کیفیت تجارب گردشگران و افزایش قدرت رقابت پذیری ایران به عنوان یک مقصد در سطح بین المللی بر عهده دارد.

در این جهت، رشته مدیریت جهانگردی با دو گرایش برنامه ریزی توسعه و بازاریابی جهانگردی، در پرورش نیروی انسانی که از دانش و مهارت های لازم و کافی در اجرای هر دو کارکرد فوق الذکر در



سطوح کلان و خرد در زیرسیستم‌های مختلف این صنعت برخوردار بوده و زمینه تحقق اهداف غایی تعریف شده در اسناد بالادستی را فراهم آورند، نقشی تعیین کننده دارد.

ت) تعداد و نوع واحدهای درسی

جدول توزیع واحدها

تعداد واحد	نوع دروس
۶	دروس تخصصی الزامی مشترک
۶	دروس تخصصی الزامی گرایش
۱۴	دروس تخصصی اختیاری گرایش
۴	پایان نامه
۳۰	جمع

توضیح: مشروط به تصمیم گروه آموزشی مربوطه، دانشجویان ورودی با سابقه تحصیلی غیرمرتبط ملزم به گذراندن حداکثر ۱۲ واحد دروس جبرانی هستند.

ث) نقش، توانایی و شایستگی مورد انتظار از دانش‌آموختگان:

پرورش نیروی انسانی متخصص در برنامه‌ریزی توسعه و بازاریابی گردشگری در راستای تحقق اهداف کلان توسعه گردشگری کشور و همچنین ارتقای رقابت‌پذیری با برنامه‌های درسی رشته مدیریت گردشگری در سطح جهانی دو هدف اصلی رشته مدیریت جهانگردی است.

به این منظور علاوه بر بازنگری در محتوای دروس در برنامه موجود و تلاش در ارتقا و به روزرسانی هر یک، دروس جدیدی با هدف آموزش دانش نظری جدید و مهارت‌های نوین در زمینه برنامه‌ریزی توسعه و بازاریابی گردشگری به برنامه موجود افزوده شده است. به طور مشخص انواع دانش و مهارت‌های هدف در برنامه درسی پیشنهادی برای تربیت و پرورش دانشجویان و آماده‌سازی ایشان برای ورود به عرصه برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری کشور به شرح جدول زیر طبقه‌بندی می‌شوند.

جدول مهارت، توانمندی و شایستگی دانش‌آموختگان

مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه	دروس مرتبط
دانش و مهارت‌های مرتبط با تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری	خط‌مشی‌گذاری گردشگری، حکمرانی گردشگری، تحلیل و برنامه‌ریزی استراتژیک در گردشگری، نظریه‌های برنامه‌ریزی گردشگری، نظریه‌های مشارکت در گردشگری، توسعه مقصد گردشگری، اقتصاد محیط زیست و گردشگری، تدوین و ارزیابی طرح‌های گردشگری
دانش و مهارت‌های مرتبط مدیریت در کسب و کارهای گردشگری (سطح خرد)	کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری، مدیریت پروژه در گردشگری، مدیریت منابع انسانی در



گردشگری، کیفیت خدمات در گردشگری، حسابداری مدیریت در گردشگری، حقوق کسب و کار، دستیاری مدیریت گردشگری، اصول مذاکره در گردشگری، رهبری در صنعت گردشگری، سامانه‌های اطلاعاتی در گردشگری	
بازارشناسی در گردشگری، رفتار مصرف کننده در گردشگری، طراحی محصول/تجربه گردشگری،	دانش و مهارت‌های مرتبط با بسط انواع گردشگری و طراحی تجربه گردشگری
ارتباطات یکپارچه بازاریابی در گردشگری، بازاریابی بین‌المللی در گردشگری، مدیریت برند در گردشگری، مدیریت بازاریابی استراتژیک گردشگری، مدیریت روابط با مشتری در گردشگری،	دانش و مهارت‌های مرتبط با بازاریابی گردشگری
دروس مرتبط	مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های عمومی
روش‌های پژوهش کمی و کیفی در گردشگری، تحلیل آماری و کاربرد نرم‌افزار و تحلیل داده و مدل‌سازی در گردشگری	دانش و مهارت‌های تحلیلی و روش‌شناختی

ج) شرایط و ضوابط ورود به دوره

مطابق با ضوابط و مقررات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری می‌باشد.

چ) شرایط، ضوابط و الزامات اجرا و گسترش رشته؛

امکانات و شرایط مورد نیاز برای اجرا و گسترش رشته عبارتند از:

- نیروی انسانی: اعضای هیات علمی متخصص در رشته‌های گردشگری و سایر رشته‌های مرتبط؛
- تجهیزات سخت‌افزاری: کلاس درس مجهز به تخته وایت‌برد، ویدئو پروژکتور؛
- تجهیزات نرم‌افزاری: نرم‌افزارهای مورد نیاز.

ه) زمینه‌های شغلی حال و آینده

ماهیت کاربردی رشته مدیریت جهانگردی، طیفی از فرصت‌های شغلی را پیش‌روی دانش‌آموختگان این رشته در مقطع کارشناسی ارشد قرار می‌دهد. برنامه درسی حاضر سعی بر آن دارد تا دانشجویان رشته مدیریت جهانگردی را برای احراز شغل‌های مختلف مرتبط با برنامه‌ریزی توسعه و بازاریابی گردشگری در سطوح کارشناس ارشد، سرپرستی، مشاور و مدیریت گردشگری در حوزه‌های مختلف مدیریت توسعه گردشگری کشور و زیرسیستم‌های متنوع عملکردی این صنعت پرورش دهد. برخی از این مشاغل به شرح زیر هستند:

- کارشناس بازاریابی در کسب و کارهای گردشگری و بخش دولتی؛
- کارشناسی ارشد مدیریت برند در کسب و کارهای گردشگری و بخش دولتی؛
- کارشناس ارشد بازاریابی دیجیتال در کسب و کارهای گردشگری و بخش دولتی؛
- کارشناس ارشد طراحی و توسعه محصول گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و استانی؛
- مشاور در خط مشی‌گذاری صنعت گردشگری؛
- کارشناس ارشد طراحی و ارزیابی طرح‌های گردشگری در بخش دولتی و خصوصی؛



- مدیر سازمان‌های مدیریت مقصد در سطح ملی، استانی و محلی؛
 - مشاور شرکت‌های مهندسين مشاور در برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های توسعه گردشگری؛
 - مدیر کنترل کیفیت خدمات گردشگری در واحدهای اقامتی، پذیرایی و ...
 - مدیر منابع انسانی در بخش‌های خصوصی و دولتی به عنوان مثال شعبات استانی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- در این جهت با برنامه درسی حاضر تلاش بر آن است تا دانش‌آموختگان رشته مدیریت جهانگردی دارای توانمندی‌ها و صلاحیت‌های اصلی زیر باشند:
- دانش و مهارت‌های اساسی برای فعالیت در زمینه خط‌مشی‌گذاری توسعه گردشگری کشور؛
 - شناخت مناسب از پویایی‌های روابط بازیگران حوزه گردشگری و درک اهمیت شبکه‌ها و خوشه‌ها در توسعه گردشگری کشور؛
 - شناخت مناسب از مفاهیم بنیادین تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی، و توانمندی در بومی‌سازی آن مطابق با الزامات و ارزش‌های غنی دینی و ملی؛
 - شناخت مناسب و توانمندی در برنامه‌ریزی و طراحی انواع محصولات گردشگری و کارآفرینی در حوزه گردشگری؛
 - دانش و مهارت‌های اساسی برای فعالیت در زمینه بازاریابی گردشگری در کسب و کارهای مختلف؛
 - شناخت مناسب و توانمندی در تدوین استراتژی‌های بازاریابی در سطح ملی.

ی) جایگاه تمدنی، فرهنگی و اجتماعی

صنعت گردشگری از جمله صنایعی است که در دل تاریخ ریشه دارد. بشر از هزاران سال قبل به خصوص بعد از دوران شهرنشینی زمانی را برای فراغت و تفریح خود اختصاص داده است. در این خصوص ایران از جمله کشورهایی است که شهرنشینی را بسیار سریعتر از دیگر کشورها تجربه کرد. از این رو مردمان دوران باستان ایران، سفر را پیش از بسیاری از جوامع تجربه کردند. موضوعی که در دو حوزه مذهب و تجارت نمود بارزی داشته است. در دوران اسلامی نیز به خصوص در دوران صفوی که محیط اقتصادی و سیاسی کشور فضای مناسب تری را برای گردشگری و سفر پیش روی خود می‌دید، ایرانیان به سفرهای بیشتری می‌پرداختند. به طور کلی دوری از جنگ‌های تاریخی، ثبات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایران فضا را برای سفرهای ایرانیان در داخل و خارج کشور محیا می‌نموده است. موضوعی که با تعامل بین فرهنگی در جامعه ایرانی و آشنایی با فرهنگ‌های دیگر جوامع، موجب آموختن از دیگر تمدن‌ها و در عین حال اشتراک‌گذاری برجستگی‌های تمدن ایرانی اسلامی را نیز در پی داشته است.

گردشگری در دوران معاصر ایران نیز گسترش مناسبی داشته است و موجب شده ضمن ورود ایران به عرصه مدرن، فضای مناسبی برای تزریق داشته‌های تمدنی ایران اسلامی به دیگر کشورها و تعامل با مردمان آنها فراهم شود.



در این زمینه گردشگری به عنوان یک صنعت مکمل برای نفت در کشور مورد توجه بوده و موجبات بهره مندی از آثار مثبت فرهنگی و اقتصادی زیادی بوده است.

بی شک تحقق اهداف گردشگری نیازمند فعالیت های بازاریابی مؤثر از سوی سازمان های بازاریابی کشور، به ویژه معاونت بازاریابی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است. این فعالیت ها با هدف شناسایی و نگهداشت بازارهای مناسب، می توانند آینده گردشگری کشور را تضمین کرده و فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی را بهتر به جهانیان معرفی کنند. از سویی دیگر، برای بهبود صنعت گردشگری و تقویت نقش آن در تمدن سازی، برنامه ریزی توسعه گردشگری باید به خوبی صورت گیرد. با برنامه ریزی یکپارچه و مدیریت مناسب، می توان اثرات مثبت و منفی گردشگری را سنجید و توسعه ای پایدار را تضمین کرد. ترکیب فعالیت های بازاریابی و برنامه ریزی توسعه می تواند جایگاه ایران را در سطح بین المللی تقویت کرده و سهم کشور را در پازل تمدنی جهانی پررنگ تر نماید.



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس



جدول (۱) - عنوان و مشخصات کلی دروس جبرانی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
۱.	روش تحقیق	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲.	شناخت صنعت گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۳.	اصول سازمان و مدیریت	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۴.	آمار کاربردی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۵.	اقتصاد گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۶.	مدیریت بازاریابی	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۷.	کارافرینی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۸.	برنامه ریزی توسعه گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۹.	فناوری‌های هوشمند در گردشگری و هتلداری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد

دانشجو موظف به گذراندن حداکثر ۱۲ واحد از دروس جدول فوق به تشخیص گروه آموزشی می باشد.



جدول (۲) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی الزامی مشترک رشته مدیریت جهانگردی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	تقریری - عملی		نظری	عملی		
۱	خط مشی گذاری گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲	مدیریت منابع انسانی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۳	روش های پژوهش کمی و کیفی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
	جمع	۶	۶	-	-	-	۹۶	-	-	-



جدول (۵) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی الزامی گرایش بازاریابی جهانگردی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	تجربی - عملی		نظری	عملی		
۱	رفتار مصرف کننده در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲	مدیریت برند در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۳	مدیریت بازاریابی استراتژیک گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
	جمع	۶	۶	-	-	-	۹۶	-	-	-



جدول (۶) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی الزامی گرایش برنامه ریزی توسعه جهانگردی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	پژوهشی - عملی		نظری	عملی		
۱	نظریه های برنامه ریزی گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲	تدوین و ارزیابی طرح های گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
۳	توسعه مقصد گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	ندارد	ندارد
	جمع	۶	۶	-	-	-	۹۶	-	-	-



جدول (۷) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی اختیاری رشته مدیریت جهانگردی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		تعداد ساعات*		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	تجربی - عملی		مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه نیست.	مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه است.	نظری	عملی		
۱.	حکمرانی گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲.	تحلیل و برنامه ریزی استراتژیک در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۳.	نظریه های مشارکت در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۴.	اقتصاد محیط زیست و گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۵.	حسابداری مدیریت در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۶.	کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۷.	کیفیت خدمات در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۸.	سامانه های اطلاعاتی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۹.	حقوق کسب و کار در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۰.	ارتباطات یکپارچه بازاریابی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۱.	بازاریابی بین المللی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۲.	بازارشناسی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۳.	طراحی محصول/تجربه گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۴.	مدیریت روابط با مشتری در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۵.	اصول مذاکره در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۶.	رهبری در صنعت گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۷.	مدیریت پروژه در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۸.	تحلیل داده و مدلسازی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۱۹.	تحلیل آماری و کاربرد نرم افزار	۲	۲	-	-	۱۶	✓	-	۳۲	-	ندارد	ندارد
۲۰.	دستبازی مدیریت گردشگری	۲	-	۲	-	-	✓	-	-	۱۲۸	ندارد	ندارد



-	-	۱۲۸	۶۰۸	-	-	-	-	۲	۳۸	۴۰	*جمع کل
---	---	-----	-----	---	---	---	---	---	----	----	---------

دانشجو موظف به گذراندن ۱۴ واحد از دروس جدول فوق می باشد.



فصل سوم

ویژگی‌های دروس



الف) دروس پایه رشته مدیریت جهانگردی



الف: عنوان درس به فارسی: خط‌مشی‌گذاری گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی: Tourism Policy Making		نوع درس و واحد	
دروس پیش‌نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒	
دروس هم‌نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☒ عملی ☐	
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	پروژه/رساله / پایان‌نامه ☐ مهارتی-اشتغال‌پذیری ☐	

ب: هدف کلی:

آشنایی با نقش خط‌مشی‌های عمومی در توسعه گردشگری، شناخت فرایند خط‌مشی‌گذاری گردشگری و روش‌های مشارکت و نفوذ ذینفعان مختلف گردشگری در این فرایند.

اهداف ویژه:

۱. درک مفاهیم خط‌مشی‌گذاری گردشگری؛
۲. کسب مهارت‌های لازم برای تدوین، اجرا، و ارزیابی خط‌مشی‌های گردشگری؛
۳. کسب مهارت‌های لازم برای تحلیل خط‌مشی‌های گردشگری.

پ (سرفصل‌ها):

۱. گردشگری و خط‌مشی عمومی؛
۲. تعاریف و مبانی نظری خط‌مشی گردشگری؛
۳. رویکردهای خط‌مشی‌گذاری گردشگری؛
۴. فرایند خط‌مشی‌گذاری گردشگری: نظریه‌ها و مدل‌ها؛
۵. گروه‌های ذینفع در خط‌مشی‌گذاری گردشگری؛
۶. مشارکت و نفوذ در فرایند خط‌مشی‌گذاری گردشگری؛
۷. چالش‌های خط‌مشی‌گذاری گردشگری؛
۸. طرح خط‌مشی گردشگری؛
۹. اجرا و ارزیابی خط‌مشی گردشگری؛
۱۰. روندهای معاصر در خط‌مشی‌گذاری گردشگری در سطح بین‌المللی؛
۱۱. نظام خط‌مشی‌گذاری گردشگری ایران.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادهی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری؛ دیروز امروز فردا، دیوید ال ادگل و همکاران، حمید ضرغام بروجنی، و مرتضی بذرافشان، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۴۰۰.
- نظریه‌ها و مبانی خط‌مشی‌گذاری عمومی، ناصر عسگری، انتشارات کتابخانه فرهنگ، ۱۳۹۷.

- Sustainable Tourism Policy and Planning in Africa, Emmanuel Akwasi Adu-Ampong, Albert Nsom Kimbu, Routledge, 2023.
- Tourism Policy and Planning Implementation: Issues and Challenges, Konstantinos Andriotis, Dimitrios Stylidis, Adi Weidenfeld, Routledge, 2020.
- OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان‌پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: مدیریت منابع انسانی در گردشگری		
نوع درس و واحد	Human Resource Management in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐ نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☒ عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/پایان نامه ☐		
مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:

ب: هدف کلی:

فراگیری دانش و کسب مهارت در زمینه مدیریت منابع انسانی با تأکید بر ویژگی‌ها و چالش‌های منحصر به فرد صنعت گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. فراگیری روش‌های نوین، فرایندها و عملیات مرتبط با مدیریت منابع انسانی؛
۲. آشنایی با ویژگی‌ها و چالش‌های مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری؛
۳. آشنایی با سیاست‌های نظام اداری کشور مرتبط با حوزه منابع انسانی و قانون مدیریت خدمات کشوری.

پ) سرفصل‌ها:

۱. تعاریف و اهمیت مدیریت منابع انسانی؛
۲. سیر تحول مدیریت منابع انسانی؛
۳. وظایف و کارکردهای مدیریت منابع انسانی:
 - برنامه‌ریزی استراتژیک منابع انسانی (روش‌ها و مدل‌ها)،
 - تجزیه و تحلیل و طراحی شغل،
 - بررسی ویژگی‌های نیروهای انسانی،
 - برنامه‌ریزی نیروی انسانی،
 - فرایند جذب نیروی انسانی،
 - آموزش و توسعه نیروی انسانی،
 - مدیریت ارزیابی عملکرد نیروی انسانی،
 - مدیریت جبران خدمات نیروی انسانی،
۴. آشنایی با قانون و روابط کار؛
۵. مدیریت منابع انسانی الکترونیک؛
۶. سرآمدی منابع انسانی؛
۷. مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادهی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |



۱۵ درصد

پروژه

۵۰ درصد

آزمون پایانی

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- استراتژی منابع انسانی دیجیتال؛ دستیابی به تحولی پایدار در عصر دیجیتال، سومیاستو سن، علی پیران نژاد آزاد، محمدزاده قاضی جهان، دانشگاه تهران، ۱۴۰۲.
- مدیریت منابع انسانی در صنعت جهانگردی، حسن درویش، محمدصادق حسنزاده، دانشگاه پیام نور، ۱۴۰۰.
- مدیریت منابع انسانی، اسفندیار سعادت، سمت، ۱۳۹۸.
- مدیریت منابع انسانی مبتنی بر شایستگی، دیوید دوبورا ویلیام راسول دبرا جو کینگ استرن لیندا کمپ، فرشته امین فاطمه کرمی، دانشگاه تهران، ۱۳۹۸.

- Ahmad, R. & Mohd Shariff, N. (2022). Introduction to Human Resource Management in Tourism and Hospitality Industry (2nd ed.). Malaysia: UUM PRESS.
- Human Resource Management in Hospitality Cases, Peter Szende, Suzanne Markham Bagnera, Danielle Clark Cole, Routledge, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: روش‌های پژوهش کمی و کیفی در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Quantitative & Qualitative Research in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒
دروس هم‌نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☒ عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
تعداد ساعت:	۳۲	پروژه/رساله/پایان‌نامه ☐ مهارتی-اشتغال‌پذیری ☐

ب: هدف کلی:

فراگیری روش‌های اصلی پژوهش‌های کمی و کیفی، کسب مهارت در تعیین طرح پژوهش و پیاده‌سازی آن و تفسیر یافته‌های پژوهش.

اهداف ویژه:

۱. فهم مزایا و محدودیت‌های روش‌های پژوهش کمی و کیفی در پژوهش‌های گردشگری؛
۲. بسط مهارت در تدوین و اجرای پروژه‌های پژوهشی گردشگری؛
۳. شناخت مفاهیم و تکنیک‌های مورد نیاز برای تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش‌های گردشگری؛

پ (سرفصل‌ها):

۱. پارادایم‌های پژوهش؛
۲. طرح پژوهش؛
۳. اخلاق پژوهش؛
۴. جامعه پژوهش و نمونه‌گیری؛
۵. روش‌های گردآوری داده‌های کمی و کیفی؛
۶. روش‌های تحلیل کیفی: تحلیل محتوا، مطالعه موردی، قوم‌نگاری و غیره؛
۷. اصول کلی کدگذاری در تحلیل داده‌های کیفی؛
۸. روش‌های تحلیل کمی: تحلیل همبستگی، رگرسیون، تحلیل عاملی، تحلیل روند و غیره؛
۹. نرم‌افزارهای تحلیل کیفی و کمی؛
۱۰. تعیین اعتبار در پژوهش‌های کیفی و کمی؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۵۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۳۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- فرهنگ واژگان کمی؛ سنجش و اندازه گیری، آمار و روش تحقیق، نورعلی فرخی، زهرا جهانبخش، سمیه بهمن آبادی، زهرا طباطبایی جبلی و حسن محمودیان، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۴۰۲.
- روش تحقیق برای اوقات فراغت و گردشگری؛ راهنمای عملی، آنتونی جیمز ویل، احمد پوراحمد، علی حسینی، دانشگاه تهران، ۱۴۰۲.
- Planning Research in Hospitality and Tourism, Levent Altinay, Alexandros Paraskevas, Faizan Ali, Taylor & Francis, 2024.
- Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management, Robin Nunkoo (ed.). Edward Elgar Publishing, 2020.
- Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact, Sarah J. Tracy, Wiley, 2019.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



ب) دروس تخصصی الزامی گرایش بازاریابی جهانگردی



الف: عنوان درس به فارسی: رفتار مصرف کننده در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Consumer Behavior in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☒ عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله/پایان نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب: هدف کلی:

فراگیری مفاهیم نظری رفتار مصرف کننده در گردشگری از دیدگاه روانشناسی اجتماعی و رفتارشناسی درک نقش مطالعات رفتار مصرف کننده در تدوین استراتژی های بازاریابی گردشگری

اهداف ویژه:

۱. ارزیابی مفاهیم نظری مرتبط با رفتار مصرف کننده در صنعت گردشگری
۲. بررسی رابطه بین رفتار مصرف کننده و استراتژی های بازاریابی در صنعت گردشگری
۳. کسب مهارت در راهکارها و استراتژی های بهبود عملکرد بازاریابی در صنعت گردشگری بر اساس درک عمیق از رفتار مصرف کننده

پ) سرفصل ها:

۱. مبانی نظری و مدل های رفتار مصرف کننده؛
۲. نیازها، شخصیت و ادراک مصرف کننده به عنوان فرد؛
۳. رفتار مصرف کننده در بازارهای گردشگری؛
۴. تصمیم گیری و رفتار خرید در گردشگری؛
۵. تفاوت های فرهنگی و رفتار مصرف کننده در گردشگری؛
۶. الگوهای عرضه و تقاضا در گردشگری؛
۷. رفتار مصرف کننده در گردشگری و فناوری؛
۸. اخلاق و رفتار مصرف کننده در گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه



چ) منابع علمی پیشنهادی:

- رفتار مصرف کننده در بازار ایران، محمود محمدیان امیر اصلانی افراشته، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۴۰۲.
- رفتار مصرف کننده در گردشگری، سوزان هورنر و جان سواربروک، حمید ضرغام بروجنی و مریم حیدری، دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۴۰۱.
- رفتار مصرف کننده در گردشگری، زهره دهدشتی شاهرخ، انتشارات سمت، ۱۳۹۹.
- Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism, Kuan-Huei Lee, Poh Theng Loo, Saurabh Kumar Dixit, Routledge, 2021.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: مدیریت برند در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Brand Management in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☒ عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله / پایان نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐

ب: هدف کلی:

فراگیری نقش برند از دیدگاه کسب و کارهای گردشگری و گردشگران، کسب مهارت در ارزیابی فرصت های مرتبط با برند و تصمیم گیری های مرتبط.

اهداف ویژه:

۱. درک نقش برند در تصمیم گیری گردشگران و تأثیر آن بر انتخاب مقصدها و خدمات گردشگری؛
۲. کسب و بسط مهارت های لازم برای شناسایی و ارزیابی فرصت های برندسازی در صنعت گردشگری؛
۳. کسب و بسط مهارت تصمیم گیری برای توسعه و مدیریت برند در گردشگری.

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم بنیادین در مدیریت برند؛
۲. نظریه های مدیریت برند؛
۳. فرصت های برندسازی: روش ها و ابزارها؛
۴. ارزیابی عملکرد برند؛
۵. برند و تصمیم گیری گردشگران؛
۶. چالش های مدیریت برند در گردشگری؛
۷. مدیریت برند در گردشگری و مسئولیت اجتماعی؛
۸. تجارب موفق در مدیریت برند در گردشگری.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- راهنمای جامع برند سازی مکان، میهالیس کاوارتزیس، گری وارنپی، جورج آشورث، فهیمه باقری. فرزانه تشرفی. کیوان جهانی، انتشارات مهکامه، ۱۴۰۰.
- مدل های کاربردی برند در صنعت گردشگری، منوچهر جهانیان و الهام واحدی، انتشارات مهکامه، ۱۳۹۹.
- مدیریت برند با رویکرد اجتماعی سید محمود حسینی امیری، مهدی تاج پور، الهه حسینی و سوده قاسمی، انتشارات مهکامه، ۱۳۹۸.
- How brands grow: Part 2, Romaniuk, J & Sharp, B, Oxford University Press, 2021.
- Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Global Edition, Keller, K. and Swaminathan, V., Pearson, 2020 .
- The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights, Mark Anthony Camilleri, Emerald Publishing, 2018.

(ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

(خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: مدیریت بازاریابی استراتژیک گردشگری		
نوع درس و واحد	Tourism Strategic Marketing Management	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐ نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☒ عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/پایان نامه ☐		
مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:

ب: هدف کلی:

درک و فهم فرآیند مدیریت بازاریابی استراتژیک در صنعت گردشگری؛
کسب و بسط مهارت برنامه ریزی و اجرای استراتژی های بازاریابی؛

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش ها و ابزارهای بازاریابی استراتژیک در صنعت گردشگری؛
۲. کسب توانایی تدوین استراتژی های بازاریابی در صنعت گردشگری؛
۳. کسب توانایی های عملی برای اجرا و ارزیابی استراتژی های بازاریابی در صنعت گردشگری؛

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم و اهمیت بازاریابی استراتژیک در صنعت گردشگری؛
۲. روش ها و ابزارهای تحلیل محیط بازار و تعیین فرصت ها و تهدیدها در صنعت گردشگری؛
۳. شناسایی و تحلیل رقبای، تعیین رقابت ها و استراتژی های مدیریت رقابت در صنعت گردشگری؛
۴. تدوین استراتژی های بازاریابی؛
۵. برنامه ریزی و اجرای استراتژی های بازاریابی؛
۶. فناوری و بازاریابی استراتژیک در صنعت گردشگری؛
۷. ارزیابی عملکرد و بهینه سازی استراتژی های بازاریابی.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- بازاریابی گردشگری با رویکرد استراتژیک، نیلا نجان ری- دیلیپ کومار داس - راج کومار، هژیری نوری - گلاله نوری، انتشارات مهکامه، ۱۴۰۰.

- Strategic Market Management, David A. Aaker, Christine Moorman, Wiley, 2023.
- Strategic Innovative Marketing and Tourism, Androniki Kavoura, Efsthios Kefallonitis, Prokopios Theodoridis, Springer, 2020.

(ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

(خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



ج) دروس تخصصی الزامی گرایش برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی



الف: عنوان درس به فارسی: نظریه‌های برنامه‌ریزی گردشگری		
نوع درس و واحد	Tourism Planning Theories	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐ نظری ☒	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
تخصصی الزامی ☒ عملی ☐	ندارد	دروس هم‌نیاز:
تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/ پایان‌نامه ☐		
مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:

ب: هدف کلی:

فهم و درک نظریه‌ها و الگوهای مختلف برنامه‌ریزی در گردشگری، شناخت چگونگی ظهور رویکردهای مختلف در برنامه‌ریزی گردشگری و تسلط بر فرایند برنامه‌ریزی در گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. تسلط بر نظریه‌های اساسی برنامه‌ریزی گردشگری
۲. کسب مهارت در اعمال نظریات برنامه‌ریزی گردشگری به حل مسائل واقعی در حوزه گردشگری
۳. آشنایی با تحولات و مسائل جدید در برنامه‌ریزی گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. گونه‌شناسی تعاریف برنامه‌ریزی گردشگری؛
۲. ارکان برنامه‌ریزی گردشگری؛
۳. سیر تحول مفهوم برنامه‌ریزی در گردشگری؛
۴. انواع نظریه‌ها و مدل‌های تجویزی و توصیفی برنامه‌ریزی در گردشگری:
 - نظریه‌ها و مدل‌های مبتنی بر برنامه‌ریزی اقتصادی و بازار،
 - نظریه‌ها و مدل‌های مبتنی بر برنامه‌ریزی کالبدی و فضایی،
 - نظریه‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی یکپارچه و جامع،
 - نظریه‌ها و مدل‌های نهادی برنامه‌ریزی در گردشگری،
 - نظریه‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی مبتنی بر رویکرد جامعه‌محور،
 - نظریه‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی مبتنی بر توسعه پایدار،
۵. برنامه‌ریزی گردشگری و ارزش؛
۶. نظریه گروه‌های ذینفع و برنامه‌ریزی گردشگری؛
۷. برنامه‌ریزی گردشگری در سطوح منطقه‌ای و محلی؛
۸. مطالعه تطبیقی برنامه‌ریزی گردشگری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):



فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- برنامه ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه، دیوید جی. تلفر و ریچارد شارپلی، حمید ضرغام بروجنی، مهکامه، ۱۳۹۷.
- مروری بر مبانی، رویکردها و مدل های برنامه ریزی گردشگری، لیلا وثوق و فضیله دادورخانی، انتشارات مهکامه، ۱۳۹۶.
- Handbook on Tourism Planning, Philip F. Xie (ed.). Edward Elgar Publishing, 2023.
- Tourism Planning and Development: Contemporary Cases and Emerging Issues, Jarkko Saarinen, Christian M. Rogerson, C. Michael Hall, Routledge, 2019.
- Degrowth in Tourism: Conceptual, Theoretical and Philosophical Issues, Konstantinos Andriotis, CABI, 2018.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: تدوین و ارزیابی طرح‌های گردشگری			
نوع درس و واحد		Formulation & Evaluation of Tourism Projects	عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒	پایه ☐	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
عملی ☐	تخصصی الزامی ☒	ندارد	دروس هم‌نیاز:
نظری-عملی ☐	تخصصی اختیاری ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/ رساله / پایان‌نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐		وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐			
موسسه است ☐			
موسسه نیست ☐			

اگر واحد عملی دارد، چه نوع آموزش تکمیلی نیاز است؟: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐ موارد دیگر:

ب: هدف کلی:

فراگیری اصول کلی تدوین طرح‌های توسعه گردشگری در مقیاس‌های مختلف و ارزیابی آن‌ها در ابعاد اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی.

اهداف ویژه:

۱. توانمندی در تدوین طرح‌های گردشگری
۲. کسب مهارت‌های ارزیابی اثربخشی طرح‌های گردشگری با استفاده از معیارهای متنوع

پ) سرفصل‌ها:

۱. مفاهیم بنیادین در تدوین طرح‌های توسعه گردشگری:
 - طرح توسعه گردشگری،
 - اجزای توسعه گردشگری،
 - مقیاس برنامه‌ریزی توسعه گردشگری،
 - ارزیابی
۲. جعبه ابزار برنامه‌ریزی توسعه گردشگری،
۳. تدوین طرح توسعه گردشگری:
 - امکان‌سنجی طرح توسعه گردشگری،
 - پیمایش مقصد گردشگری در ابعاد کالبدی - فضایی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی و غیره،
 - تجزیه و تحلیل بازار و روش‌های پیش‌بینی،
 - ترکیب اطلاعات،
 - تعیین سطح بهینه و روش‌های مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری در مقصد،
 - تدوین برنامه،
۴. ارزیابی طرح توسعه گردشگری:
 - شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری،
 - ارزیابی اقتصادی طرح توسعه گردشگری،
 - ارزیابی اجتماعی - فرهنگی طرح توسعه گردشگری،
 - ارزیابی زیست محیطی طرح توسعه گردشگری،



ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۴۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- ارزیابی طرح‌های توسعه جهانگردی، یزدان شیرمحمدی و پاگاه شیرمحمدی، دانشگاه پیام‌نور، ۱۳۹۹.
- برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی: رویکردی همپوند و پایدار، حمید ضرغام بروجنی، ۱۳۹۷.
- Handbook for Sustainable Tourism Practitioners :The Essential Toolbox, Anna Spenceley, Edward Elgar Publishing, 2021.
- Toolkit for management of sustainable destinations of Southeast Europe, Network of Associations of Local Authorities of South-East Europe, 2015.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: توسعه مقصد گردشگری		
نوع درس و واحد	Tourism Destination Development	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐ نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☒ عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/ پایان نامه ☐		
مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:

ب: هدف کلی:

فراگیری دانش و مهارت لازم در به کارگیری رویکردهای نظری و عملیاتی در ارزیابی ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مقصد گردشگری و تدوین برنامه های توسعه مقصد گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. شناخت و درک ویژگی ها و موانع توسعه مقصد؛
۲. آشنایی با رویکردها و مدل های نوین در توسعه مقصد؛

پ (سرفصل ها):

۱. مفهوم مقصد گردشگری:
 - تعاریف و گونه شناسی مقصد گردشگری،
 - ویژگی های اولیه مقصد گردشگری،
 - ویژگی های ثانویه مقصد گردشگری،
 - کارکردهای مقصد گردشگری،
۲. توسعه مقصد گردشگری از دید گروه های ذینفع در سطح محلی، ملی و بین المللی؛
۳. سازمان های محلی، ملی و بین المللی در توسعه مقصد گردشگری:
 - نقش بخش دولتی و خصوصی و انواع مشارکت در توسعه مقصد گردشگری،
 - انواع مشوق های سرمایه گذاری در توسعه مقصد گردشگری،
 - انواع استانداردهای کنترل در توسعه مقصد گردشگری،
۴. ارزیابی مقصد گردشگری:
 - ارزیابی زیرساخت ها و روساخت های مقصد گردشگری،
 - تحلیل صنعت گردشگری مقصد،
 - ارزیابی جاذبه ها و تسهیلات مقصد گردشگری،
 - ارزیابی ظرفیت تحمل مقصد گردشگری،
 - ارزیابی چرخه حیات مقصد گردشگری،
 - ارزیابی توسعه فضایی گردشگری در مقصد،
۵. تدوین برنامه توسعه مقصد گردشگری؛
۶. تجارب موفق بین المللی در توسعه مقصد گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:



تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- مدیریت مصرف مکان در گردشگری، موسی کمانرودی کجوری، سیمین تولایی، مجتبی جاودان، دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۹.
- Sustainable Ecotourism Destination Development in Malaysia: An Integrated Approach, Jennifer Chan Kim Lian, Universiti Malaysia Sabah Press, 2020.
- Innovation and Tourism Destination Development, Bo Svensson, Henrik Halkier, Marek Kozak, Routledge, 2017.
- Tourism Destination Evolution, Patrick Brouder, Salvador Anton, Clavé, Alison Gill and Dimitri Ioannides, Routledge, 2017.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



(د) دروس تخصصی اختیاری رشته مدیریت جهانگردی



الف: عنوان درس به فارسی: حکمرانی گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Tourism Governance	
نوع درس و واحد			
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐	نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله / پایان نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒	موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

شناخت نقش دولت‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی در توسعه گردشگری و درک نقش حکمرانی گردشگری در تحقق اهداف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی توسعه پایدار.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با ساختارهای حکمرانی در صنعت گردشگری
۲. کسب توانایی تجزیه و تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با حکمرانی گردشگری به منظور ارائه راهکارهای مناسب

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف حکمرانی؛
۲. مبانی نظری حکمرانی؛
۳. شبکه‌ها و حکمرانی در گردشگری؛
۴. کارکردهای حکمرانی گردشگری؛
۵. تحلیل و مدیریت شبکه‌ها در گردشگری؛
۶. حکمرانی گردشگری در مقیاس ملی و بین‌المللی؛
۷. حکمرانی و توسعه پایدار گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادهی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- حکمرانی: رهیافت‌ها و فناوری‌ها، حیدر نجفی رستاقی، محمدرضا اسماعیلی گیوی، دانشگاه تهران، ۱۴۰۱.
- حکمرانی مبتنی بر پایداری، شمس‌السادات زاهدی، حبیب ابراهیم پور، انتشارات سمت، ۱۴۰۰.



- Tourism Governance: A Critical Discourse on a Global Industry, Amir Gohar, De Gruyter, 2022.
- New Governance and Management in Touristic Destinations, Marco Valeri, IGI Global, 2021.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:
ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:
ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: تحلیل و برنامه‌ریزی استراتژیک در گردشگری			
نوع درس و واحد		Analysis and Strategic Planning in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم‌نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/پایان‌نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

فراگیری دانش و مهارت لازم جهت تحلیل صنعت گردشگری و درک اثر پویایی‌های آن در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی استراتژیک در سطوح شرکت (بنگاه) و کسب‌وکار.

اهداف ویژه:

۱. بسط مهارت‌های تحلیل محیط داخلی و خارجی صنعت گردشگری؛
۲. شناخت ابزارها و مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک؛
۳. کسب توانمندی در تدوین استراتژی‌های گردشگری؛

پ (سرفصل‌ها):

۱. تفکر استراتژیک و ارزش پیشنهادی در گردشگری؛
۲. استراتژی در گردشگری و اقتصاد خرد: استراتژی و بازارها، تحلیل هزینه و تحلیل تقاضا، تحلیل بازار و رقابت،
۳. استراتژی در گردشگری و اقتصاد کلان: استراتژی و مداخله دولتی، مزیت رقابتی ملی، استراتژی و نیروهای اقتصاد کلان،
۴. تحلیل و برنامه‌ریزی استراتژیک در گردشگری: تحلیل موقعیت استراتژیک و استراتژی‌های رقابتی، منابع، قابلیت‌ها و شایستگی‌ها، استراتژی و نوآوری،
۵. سناریونویسی استراتژیک در گردشگری؛
۶. تدوین استراتژی در گردشگری: سطح شرکت (بنگاه)، سطح کسب‌وکار،

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- راهنمای برنامه ریزی استراتژیک (گام به گام)، سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۹۹.
- مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک: رویکردی جامع، سیدحمید خداداد حسینی و شهریار عزیزی، انتشارات صفار، ۱۳۹۹.
- Strategic Management for the Hospitality and Tourism Industry: Developing a Competitive Advantage, Vincent Sabourin, Apple Academic Press, 2021.
- Exploring Strategy: Text and Cases, G. Johnson, R. Whittington, K. Scholes, D. Angwin & P. Regner, Pearson, 2017.
- The Strategic Analysis Cycle Handbook: How Advanced Data Collection and Analysis Underpins Winning Strategies, Erik Elgersma, LID Publishing, 2017.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: نظریه‌های مشارکت در گردشگری			
نوع درس و واحد		Public Participation Theories in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
☐ نظری	☐ پایه	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
☐ عملی	☐ تخصصی الزامی	ندارد	دروس هم‌نیاز:
☐ نظری-عملی	☒ تخصصی اختیاری	۲	تعداد واحد:
☐ پروژه/ رساله / پایان‌نامه			
☐ مهارتی-اشتغال پذیری		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت /آمایش		وضعیت آمایشی /مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
☐ موسسه است			
مرتبط با آمایش /مأموریت			
☒ موسسه نیست			

ب: هدف کلی:

فراگیری و درک نظریه‌های مشارکت، تحولات مفهومی مشارکت و کاربرد آنها در برنامه‌ریزی گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. فهم نظریه‌ها و مدل‌های مشارکت در صنعت گردشگری به منظور شناخت چالش‌ها و فرصت‌های مرتبط با مشارکت؛
۲. کسب مهارت در اعمال مفاهیم و اصول مشارکت در تدوین و اجرای پروژه‌های گردشگری؛

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف بنیادین مشارکت:
 - انواع و سطوح مشارکت،
 - شاخص‌های مشارکت،
۲. مشارکت بر مبنای پارادایم واقعیت اجتماعی و کاربرد آن در گردشگری؛
۳. مشارکت بر مبنای پارادایم تعریف اجتماعی و کاربرد آن در گردشگری؛
۴. مشارکت بر مبنای پارادایم رفتار اجتماعی و کاربرد آن در گردشگری؛
۵. مشارکت بر مبنای دیدگاه‌های روانشناختی و کاربرد آن در گردشگری؛
۶. مشارکت از دیدگاه اسلام؛
۷. تحول مفهومی مشارکت در عصر دیجیتال؛
۸. تکنیک‌ها و رویکردهای تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و ارزیابی مشارکتی و کاربرد آنها در برنامه‌ریزی گردشگری؛
۹. گردشگری اجتماعی محور.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- نقش مشارکت اجتماعی در توسعه گردشگری، سعید سرف دوست، انتشارات البرز جاوید، ۱۴۰۱.
- مشارکت اجتماعی، حسین کهورنژاد عباسی، انتشارات بازاندیشی، ۱۳۹۷.
- Community-based Tourism in the Developing World: Community Learning, Development and Enterprise, Alan Clarke & Peter Wiltshier, Routledge, 2022.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: اقتصاد محیط زیست و گردشگری		
نوع درس و واحد	Environmental Economics & Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐ نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☐ عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☒ نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/پایان نامه ☐		
مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐ مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐		

ب: هدف کلی:

فراگیری دانش نظری در به کارگیری منابع طبیعی محیط زیست با هدف کسب سطح بهینه منافع اقتصادی توسعه گردشگری ضمن رعایت حقوق نسل های مختلف در بهره بردای از منابع طبیعی محیط زیست.

اهداف ویژه:

۱. فهم اثرات مثبت و منفی فعالیت های گردشگری بر محیط زیست؛
۲. کسب مهارت در تحلیل هزینه و فایده فعالیت های گردشگری از منظر اقتصاد محیط زیست؛
۳. شناخت ابزارها و خط مشی های اقتصاد محیط زیست در گردشگری؛

پ) سرفصل ها:

۱. مقدمه و تعاریف اقتصاد محیط زیست؛
۲. چرخه درآمدی سنتی و چرخه زیست محیطی؛
۳. ملاحظات زیست محیطی در حساب های ملی؛
۴. گونه شناسی منابع طبیعی محیط زیست در گردشگری؛
۵. رشد اقتصادی و توسعه پایدار گردشگری؛
۶. مسائل زیست محیطی جهانی و گردشگری؛
۷. ارزیابی منافع و هزینه های زیست محیطی در گردشگری؛
۸. ملاحظات زیست محیطی و مداخله دولت:
 - مالیات ها و یارانه های زیست محیطی،
 - استانداردهای زیست محیطی،
 - جریمه های ایجاد آلودگی،
۹. ملاحظات زیست محیطی در قانون اساسی و اسناد بالادستی کشور در حوزه گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):



فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- اقتصاد محیط زیست و منابع طبیعی، سعید فراهانی فرد، رحمن بایزیدی، انتشارات سمت، ۱۳۹۹.
- اقتصاد محیط زیست، آر. ک. ترنر، دی. پیرس، آی. باتمن، سیاوش دهقانپان، عوض کوچکی، علی کلاهی اهری، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۵.
- Environmental Economics: Theory and Policy in Equilibrium, Hans Wiesmeth, Springer International Publishing, 2022.
- Introduction to Environmental Economics, Nick Hanley, Jason F. Shogren, Ben White, Benedict White, Oxford University Press, 2019.
- Tourism, Economy and Environment: New Trends and Research Perspectives, Giorgio Garau, Guido Ferrari, Jose Mondejar-Jimenez, Chandos Publishing, 2017.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: حسابداری مدیریت در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Management Accounting in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒	
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐ عملی ☐	
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒ نظری-عملی ☐	
		پروژه/ رساله / پایان نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☐ مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	
		موسسه نیست ☒ موسسه است ☐	

ب: هدف کلی:

آشنایی با مفاهیم و ابزارهای مدیریت کنترل در صنعت گردشگری؛
کسب و بسط مهارت در به کارگیری ابزارهای مدیریت کنترلی در تصمیم گیری های استراتژیک در صنعت گردشگری؛

اهداف ویژه:

۱. درک مفاهیم اصلی مدیریت کنترلی و آشنایی با ابزارهای مورد استفاده آن در صنعت گردشگری؛
۲. کسب و بسط دانش و مهارت های لازم برای استفاده از ابزارهای مدیریت کنترلی در فرآیند تصمیم گیری استراتژیک در صنعت گردشگری؛
۳. فراگیری مهارت ها و روش های مدیریت ریسک برای پایداری کسب و کارهای گردشگری؛

پ (سرفصل ها):

۱. مفاهیم بنیادین مدیریت کنترلی و نقش آن در صنعت گردشگری؛
۲. بودجه جامع؛
۳. بودجه بندی سرمایه ای؛
۴. ابزارها و روش های مدیریت کنترلی و روش های به کارگیری آنها در صنعت گردشگری؛
۵. مهارت ها و تکنیک های مدیریت ریسک در صنعت گردشگری؛
۶. مدیریت کنترلی در فرآیندهای عملیاتی صنعت گردشگری؛
۷. نظارت و پایش عملکرد در سازمان های گردشگری؛
۸. تطبیق ابزارهای مدیریت کنترلی با محیط گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- حسابداری مدیریت استراتژیک: از تئوری تا عمل، محمد نمازی و همکاران، انتشارات سمت، ۱۴۰۲.
- حسابداری مدیریت. اطلاعاتی برای تصمیم گیری و اجرای استراتژی ها، آنتونی آ. اتکینسون، رابرت اس. کاپلان، الاءه مائو ماسومورا، اس. مارک یانگ، مجتبی سعیدی. فائزه فرامرزی، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۴۰۲.
- Management Accounting for the Hospitality, Tourism and Leisure Industries 3rd Edition: A Strategic Approach, Debra Adams, Goodfellow Publishers, 2024.
- Principles of Management Accounting, Dr. S.N. Maheshwari, Dr. Suneel K. Maheshwari, Mr. Sharad K. Maheshwari, S. Chand, 2021.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Entrepreneurship & Small and Medium Size Businesses in Tourism	
نوع درس و واحد			
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐	نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله/پایان نامه ☐	
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒	موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

فراگیری دانش و کسب مهارت در زمینه کارآفرینی گردشگری به منظور ایجاد و مدیریت کسب و کارهای نوآورانه و پایدار در حوزه گردشگری و پرورش و

اهداف ویژه:

۱. درک و تجزیه و تحلیل نقش کارآفرینی در فرایند راه اندازی کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری؛
۲. کسب و تقویت تقویت مهارت های لازم برای نقش آفرینی دانشجویان به عنوان یک کارآفرین در بخش کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت گردشگری.

پ) سرفصل ها:

۱. تعاریف و معرفی مفاهیم مرتبط با کسب و کارهای کوچک و متوسط:
 - تعاریف کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری،
 - خصیصه های کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری،
 - اهمیت کسب و کارهای کوچک و متوسط در اقتصاد گردشگری،
۲. کارآفرینی و خلق کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری،
۳. تحلیل محیطی کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری؛
۴. روندهای کارآفرینی در بسط کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری؛
۵. بسط طرح کسب و کار در صنعت گردشگری:
 - ارزیابی ایده های کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت گردشگری،
 - ارزیابی ریسک،
 - شناسایی گردشگران و مشتریان بالقوه،
 - استراتژی های رقابتی،
 - قیمت، کیفیت و سود.
۶. تأمین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری؛
۷. نمونه های موفق کارآفرینی و بسط کسب و کارهای کوچک و متوسط در گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:



تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- محیط کسب و کار، آین ورتینگتون کریس بریتون، حمید پاداش، بهمن خداپناه و مهدی ابراهیم زاده، دانشگاه تهران، ۱۴۰۱.
- کارآفرینی؛ راه اندازی موفقیت آمیز یک کسب و کار، محمود احمدپورداریانی، آصف کریمی و زاهده ابرقوی زاده، دانشگاه تهران، ۱۴۰۱.
- مدل کسب و کار؛ از مفاهیم تا اجرا، نسترن حاجی حیدری عاطفه السادات حسینی کیا، دانشگاه تهران، ۱۳۹۸.
- Family Businesses in Tourism and Hospitality: Innovative Studies and Approaches, Marco Valeri, Springer Nature Switzerland, 2023.
- Entrepreneurial Development and Innovation in Family Businesses and SMEs, Andreas Masouras, Androniki Kavoura, Georgios Maris, IGI Global, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: کیفیت خدمات در گردشگری			
نوع درس و واحد		Service Quality in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒	پایه ☐	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
عملی ☐	تخصصی الزامی ☐	ندارد	دروس هم‌نیاز:
نظری-عملی ☐	تخصصی اختیاری ☒	۲	تعداد واحد:
	پروژه/رساله / پایان‌نامه ☐		
	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

آشنایی با ارکان اصلی مدیریت کیفیت خدمات؛
فراگیری مدل‌ها و روش‌های مختلف در طراحی استانداردها و ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. درک ابعاد و اجزای کیفیت خدمات؛
۲. کسب مهارت در ارزیابی کیفیت خدمات و اجرای فعالیت‌های بهبود به منظور بهبود مستمر کیفیت خدمات گردشگری؛
۳. شناخت تکنیک‌های مدیریت کیفیت در سازمان‌های گردشگری.

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف در مدیریت کیفیت خدمات؛
۲. مفهوم کیفیت در صنعت گردشگری؛
۳. بررسی کیفیت خدمات از بعد تقاضا:
 - انتظارات گردشگران از خدمات؛
 - ادراک گردشگران از خدمات؛
۴. پیوند طراحی خدمات و استانداردهای کیفیت خدمات؛
۵. سیستم‌های مدیریت کیفیت خدمات در صنعت گردشگری؛
۶. ابزارها و تکنیک‌های مدیریت کیفیت خدمت در صنعت گردشگری؛
۷. ارزیابی کیفیت خدمات در صنعت گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- (QFD) در صنعت و خدمات، حسین صفری و جلیل حسن قاسمی، دانشگاه تهران، ۱۴۰۲.
- ارتقای کیفیت خدمات در گردشگری و مهمان نوازی، اریک لوز، حمید ضرغام بروجنی، مرتضی خزائی پول، امیر خزائی پول، انتشارات مهکامه، ۱۳۹۹.
- Service quality in leisure and tourism, C. Williams, J. Buswell, CABI, 2022.
- Service Quality in Leisure, Events, Tourism and Sport, John Buswell, Christine Williams, Keith Donne & Carley Sutton, CABI, 2017.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:
ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:
ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: سامانه‌های اطلاعاتی در گردشگری			
نوع درس و واحد		Tourism Information Systems	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم‌نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/پایان‌نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

آشنایی با اصول مدیریت اطلاعات و تأثیرات فناوری‌های اطلاعات بر کسب و کارهای گردشگری؛
ارتقاء مهارت‌های مدیریت اطلاعات برای بهره‌مندی عملیاتی، تاکتیکی و استراتژیکی؛

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روندها و فناوری‌های نوین در صنعت گردشگری؛
۲. کسب و بسط مهارت ارزیابی و انتخاب مناسب‌ترین سامانه‌های اطلاعاتی برای کسب و کارهای گردشگری؛
۳. فراگیری مهارت استفاده از سامانه‌های اطلاعاتی به منظور بهبود فرآیندها، بهینه‌سازی عملکرد، افزایش بهره‌وری و ارتقاء سطح خدمات در کسب و کارهای صنعت گردشگری.

پ (سرفصل‌ها):

۱. مفاهیم بنیادنی سامانه‌های اطلاعاتی در صنعت گردشگری؛
۲. انواع سامانه‌های اطلاعاتی مورد استفاده در صنعت گردشگری؛
۳. رابطه سامانه‌های اطلاعاتی با عملیات کسب و کارهای گردشگری؛
۴. مزایا و معایب استفاده از سامانه‌های اطلاعاتی در گردشگری؛
۵. چالش‌های مرتبط با پیاده‌سازی سامانه‌های اطلاعاتی در گردشگری؛
۶. مدیریت داده‌ها و اطلاعات در سامانه‌های اطلاعاتی؛
۷. سامانه‌های اطلاعاتی و تجربه مشتریان در صنعت گردشگری؛
۸. روندهای نوین در سامانه‌های اطلاعاتی در صنعت گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- سیستمهای اطلاعاتی مدیریت، دبلیو. اس. جوادکار، احمد سرداری، انتشارات سمت، ۱۳۹۹.
- مبانی علوم و سیستمهای اطلاعات جغرافیایی، عباس علی محمدی، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- Essentials of MIS, Kenneth C. Laudon, Upper Saddle River, 2023.
- Management information systems: managing the digital firm, Kenneth C. Laudon, Pearson, 2020.
- Tourism Information Technology, Pierre Benckendorff, Zheng Xiang, Pauline J. Sheldon, CABI, 2019.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: حقوق کسب و کار در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Business Law in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐ عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒ نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله/پایان نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒ مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒ موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

آشنایی با حقوق کسب و کار و قراردادهای گردشگری؛

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با قواعد فقهی و حقوقی حاکم بر کسب و کار گردشگری؛
۲. آشنایی با اصول حقوقی بین الملل حاکم بر کسب و کارهای گردشگری؛

پ (سرفصل ها):

۱. مفهوم شناسی کسب و کار در اسلام؛
۲. قواعد و مقررات حقوقی ملی در صنعت گردشگری؛
۳. اصول و مبانی حقوقی بین المللی در صنعت گردشگری؛
۴. قوانین و مقررات مرتبط با حفاظت از محیط زیست و حفظ میراث فرهنگی در صنعت گردشگری؛
۵. مسئولیت های حقوقی در کسب و کارهای گردشگری؛
۶. قراردادهای و تفاهم نامه ها در صنعت گردشگری؛
۷. مطالعات موردی و نمونه های عملی؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه



چ) منابع علمی پیشنهادی:

- حقوق تجارت نوین: قراردادهای تجاری، مجتبی اشراقی آرائی، دانشگاه تهران، ۱۴۰۲.
- حقوق کسب و کار در نظام حقوقی ایران، حسین فتحی، انتشارات: آیدین، ۱۳۹۸.
- Sustainable Tourism Contracts, Sara Landini, Springer, 2021.
- Hotel, Restaurant, and Travel Law: a Preventive Approach, Karen Morris, Jane Ohlin, Sten Sliger, Kendall Hunt Publishing Company, 2019.

ج) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: ارتباطات یکپارچه بازاریابی در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Integrated Marketing Communication in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐	نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐	عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐
تعداد ساعت:	۳۲	پروژه/رساله/پایان نامه ☐	
		مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒	موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

فراگیری بنیان‌های نظری تبلیغات و پیشبرد در ارتباطات بازاریابی؛
فراگیری روش‌ها و تکنیک‌های موثر برای ایجاد، اجرا و ارزیابی استراتژی‌های ارتباطات یکپارچه بازاریابی در صنعت گردشگری،

اهداف ویژه:

۱. فراگیری روش‌های ارتباطی موثر با مخاطبان مختلف در صنعت گردشگری؛
۲. ارتقاء مهارت‌های تحلیل و ارزیابی عملکرد ارتباطات یکپارچه بازاریابی؛
۳. آشنایی با روش‌های نوین در حوزه ارتباطات یکپارچه بازاریابی در صنعت گردشگری؛

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛
۲. نظریه‌های ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛
۳. ارتباطات یکپارچه بازاریابی و صنعت گردشگری؛
۴. آمیخته ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛
۵. ابزارهای ارتباطات بازاریابی یکپارچه: تبلیغات، روابط عمومی، پیشبرد فروش، و غیره؛
۶. برنامه‌ریزی و ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛
۷. برندینگ و ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛
۸. رسانه و ارتباطات بازاریابی یکپارچه؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادهای):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- ارتباطات بازاریابی با رویکرد تبلیغات اثربخش، محمد حقیقی محمدحسن مصطفوی روضاتی آيسان عليزاده، دانشگاه تهران، ۱۳۹۷.
- ارتباطات بازاریابی، اولوجیمی کیودی، حسین نوروزی، حامد بابایی، ادیان روز، ۱۳۹۷.
- Integrated Marketing Communications, Edwina Luck, Nigel Barker, Anne-Marie Sassenberg, Bill Chitty, Terence A. Shimp, J. Craig Andrews, Cengage Learning Australia, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است..



الف: عنوان درس به فارسی: بازاریابی بین‌المللی در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		International Marketing in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش‌نیاز:	ندارد		پایه ☐ نظری ☒
دروس هم‌نیاز:	ندارد		تخصصی الزامی ☐ عملی ☐
تعداد واحد:	۲		تخصصی اختیاری ☒ نظری-عملی ☐
تعداد ساعت:	۳۲		پروژه/رساله/پایان‌نامه ☐ مهارتی-اشتغال پذیری ☐
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒ مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	موسسه نیست ☒ موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

فهم و درک ابعاد اصلی بازاریابی در سطح بین‌المللی و اهمیت آن در صنعت گردشگری شناخت روندهای نوظهور در بازارهای جهانی گردشگری

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم کلیدی بازاریابی بین‌المللی در صنعت گردشگری
۲. تجزیه و تحلیل چالش‌ها و روندهای بازاریابی بین‌المللی در صنعت گردشگری
۳. شناخت فرصت‌های بازاریابی بین‌المللی در صنعت گردشگری

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف بازاریابی بین‌المللی؛
۲. محیط بین‌المللی تجارت گردشگری و چالش‌های آن برای بازاریابی گردشگری؛
۳. پیچیدگی و تنوع فرهنگی - اجتماعی بازارهای بین‌المللی گردشگری؛
۴. جهانی شدن و استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی؛
۵. بازاریابی محصولات و خدمات گردشگری در سطح بین‌المللی؛
۶. کانال‌های توزیع بین‌المللی؛
۷. کانال‌های ارتباطی بین‌المللی؛
۸. قیمت‌گذاری برای بازارهای بین‌المللی؛
۹. مدیریت توزیع در سطح بین‌المللی؛
۱۰. مزیت رقابتی پایدار در محیط بین‌المللی.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۵ درصد |
| پروژه | ۱۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- بازاریابی بین المللی، محمد علی بابایی ز کلیکی، انتشارات سمت، ۱۴۰۱.
- بازاریابی جهانی، وارن جی کیگان و مایک سی. گرین، عبدالحمید ابراهیمی و هرمز مهرانی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۹۹.
- استراتژی بازاریابی جهانی، بودو ب. اشلیگل میلخ، محمد حقیقی و نیما سلطانی نژاد، دانشگاه تهران، ۱۳۹۸.
- Global Marketing Management, Masaaki (Mike) Kotabe, Kristiaan Helsen, Wiley, 2022.
- Global marketing, Hollensen & Svend, Pearson, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: بازارشناسی در گردشگری			
نوع درس و واحد		Marketology in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله/ پایان نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

درک و فهم پویایی‌های بازار در صنعت گردشگری؛
فراگیری و بسط مهارت تصمیم‌گیری در بازاریابی گردشگری.

اهداف ویژه:

- آشنایی با ابزارها و تکنیک‌های مدیریت داده‌ها جهت تصمیم‌گیری اطلاعاتی در بازاریابی گردشگری؛
- بسط توانایی‌های تحلیلی برای تشخیص روندها و فرصت‌های بازار در صنعت گردشگری؛
- ارتقای مهارت‌های پیش‌بینی و مدیریت ریسک‌ها در محیط پویای بازاریابی گردشگری.

پ) سرفصل‌ها:

- مفاهیم بنیادین بازارشناسی؛
- تکنیک‌های تحلیل بازار؛
- هوش بازار و تجربه مشتری؛
- ارزیابی عملکرد بازاریابی؛
- نوآوری در بازارشناسی؛
- پیش‌بینی روندها و تحلیل داده‌ها؛
- کاربردهای عملی بازارشناسی در صنعت گردشگری.

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی؛ تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- بازاری شناسی، مفاهیم و کاربردها، هاشم آقازاده، مژده خوشنویس، دانشگاه تهران: ۱۴۰۱.
- Principles of Marketology, Volume 2, Practice, Aghazadeh, H., Palgrave Macmillan US, 2019.
- Principles of Marketology, Volume 1, Theory, Aghazadeh, H., Palgrave Macmillan US, 2016.

(ج) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد

(خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: طراحی محصول/تجربه گردشگری			
نوع درس و واحد		Tourism Product/Experience Design	عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒	پایه ☐	ندارد	دروس پیش‌نیاز:
عملی ☐	تخصصی الزامی ☐	ندارد	دروس هم‌نیاز:
نظری-عملی ☐	تخصصی اختیاری ☒	۲	تعداد واحد:
	پروژه/رساله/پایان‌نامه ☐		
	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

آشنایی با مبانی نظری تفکر طراحی و پرورش و بسط مهارت طراحی کارآمد و منسجم محصول/تجربه گردشگری.

اهداف ویژه:

- کسب مهارت در طراحی محصولات/تجربیات منحصر به فرد برای گردشگران؛
- بسط توانمندی در تحلیل نیازها و ترجیحات گردشگران برای بهبود محصولات و ارتقاء تجربیات گردشگری

ب) سرفصل‌ها:

- مقدمه و تعاریف؛
- مبانی و چارچوب‌های نظری طراحی محصول/تجربه گردشگری؛
- اقتصاد تجربه گردشگری؛
- ویژگی‌های تجربه/محصول گردشگری؛
- مراحل طراحی محصول/تجربه گردشگری:
 - مرحله پیش از تجربه گردشگری،
 - مرحله کسب تجربه گردشگری،
 - مرحله پس از تجربه گردشگری،
- روندهای معاصر در طراحی محصول/تجربه گردشگری؛
- توسعه پایدار و طراحی محصول/تجربه گردشگری؛
- نمونه‌های موفق در طراحی محصول/تجربه گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادهی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

• توسعه محصول گردشگری، سازمان جهانی گردشگری، ابوالفضل تاجزاده و وحید مرزی، سیمای دانش، ۱۳۹۳.

- Tourism Product Development in China, Asian and European Countries, Doudou Bi, Jinbo Jiang, Yuhua Luo, Springer Nature Singapore, 2020.
- Visitor Experience Design, Jianyu Ma, Jun Gao & Noel Scott, CABI, 2017.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: مدیریت روابط با مشتری در گردشگری			
نوع درس و واحد		Customer Relationship Management in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒	پایه ☐	ندارد	دروس پیش نیاز:
عملی ☐	تخصصی الزامی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
نظری-عملی ☐	تخصصی اختیاری ☒	۲	تعداد واحد:
	پروژه/رساله/ پایان نامه ☐		
	مهارتی-اشتغال پذیری ☐	۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

فراگیری مفاهیم و ابزارهای مدیریت روابط با مشتری؛
آشنایی با روش های جمع آوری و تحلیل داده های مشتری (گردشگر)

اهداف ویژه:

۱. فراگیری روش های پیشرفته تحلیل داده ها برای درک الگوهای رفتاری مشتریان در صنعت گردشگری؛
۲. آشنایی با سیستم های پیشرفته مدیریت روابط با مشتری در گردشگری؛
۳. کسب و بسط مهارت طراحی برنامه های وفاداری مؤثر و استراتژی های تعامل مستمر با مشتریان؛

پ) سرفصل ها:

۹. مفاهیم و اصول مدیریت روابط با مشتری در صنعت گردشگری؛
۱۰. سیستم های مدیریت روابط با مشتری و ابزارهای مرتبط؛
۱۱. تحلیل داده های مشتری: روش های جمع آوری، تجزیه و تحلیل داده های مشتری؛
۱۲. طراحی استراتژی های مدیریت روابط با مشتری؛
۱۳. برنامه های وفاداری مشتری؛
۱۴. ارتباطات و تعاملات با مشتری؛
۱۵. تجربه مشتری و ارزیابی؛
۱۶. مطالعات موردی و روندهای جدید در مدیریت روابط با مشتری در صنعت گردشگری.

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:



تخته وایتبرد، مازیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- مدیریت روابط با مشتری، رضا توسلیان، انتشارات نوروزی، ۱۴۰۲.
- مدیریت ارتباط با مشتری، معصومه احمدی نژاد، داود رفیعی، انتشارات ادیبان روز، ۱۴۰۰.
- Customer Relationship Management: Concepts, Applications and Technologies, Daniel D. Prior, Francis Buttle, Stan Maklan, Taylor & Francis, 2024.
- Customer Relationship Management: How to Develop and Execute a CRM Strategy, Michael Pearce, Business Expert Press, 2021.

ج) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: اصول مذاکره در گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Negotiation in Tourism	نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒
دروس هم نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐ عملی ☐
تعداد واحد:	۲	تخصصی اختیاری ☒ نظری-عملی ☐
		پروژه/رساله / پایان نامه ☐
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری ☐
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)		مرتبط با آمایش/مأموریت ☒ مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒ موسسه است ☐

ب: هدف کلی:

کسب توانایی های مذاکره با تمرکز بر حل مسائل و مشکلات خاص صنعت گردشگری، آشنایی با انواع استراتژی های مذاکره از جمله استراتژی های برد-برد، برد-باخت، و سایر روش ها برای مدیریت تعارضات

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مدل های مذاکره در صنعت گردشگری؛
۲. فراگیری تکنیک های پیشرفته برای مدیریت تعارضات در مذاکرات های گردشگری؛
۳. کسب و بسط مهارت استفاده از ابزارها و تکنیک های پیشرفته مذاکره؛

پ) سرفصل ها:

۱. مبانی و اصول مذاکره و اهمیت آن در صنعت گردشگری؛
۲. مدل های مذاکره؛
۳. استراتژی های مذاکره؛
۴. مهارت های ارتباطی در مذاکره؛
۵. مدیریت تعارضات؛
۶. فناوری های نوین در بهبود فرآیندهای مذاکره در صنعت گردشگری؛
۷. ارزیابی اثربخشی مذاکره؛
۸. مطالعات موردی از مذاکرات موفق و ناموفق در صنعت گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه



چ) منابع علمی پیشنهادی:

- آداب دیپلماسی و فنون مذاکره، سید داود آقایی، دانشگاه تهران، ۱۴۰۱.
- اصول و فنون مذاکره، میثم شفیعی رودپشتی، نشر دانشگاهی، ۱۳۹۹.
- Managing Negotiations: A Casebook, Thorsten Reiter, Routledge, 2021.
- The Book of Real-World Negotiations; Successful Strategies from Business, Government, and Daily Life. Joshua N. Weiss, Wiley, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: رهبری در صنعت گردشگری			
نوع درس و واحد		Leadership in Tourism Industry	عنوان درس به انگلیسی:
☐ پایه	☒ نظری	ندارد	دروس پیش نیاز:
☐ تخصصی الزامی	☐ عملی	ندارد	دروس هم نیاز:
☒ تخصصی اختیاری	☐ نظری-عملی	۲	تعداد واحد:
☐ پروژه/رساله / پایان نامه			
☐ مهارتی-اشتغال پذیری		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با آموزش/مأموریت	مرتبط با آموزش/مأموریت	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
☐ موسسه است	☒ موسسه نیست		

ب: هدف کلی:

کسب و بسط مهارت‌های مدیریتی و رهبری برای بهبود عملکرد سازمانی در صنعت گردشگری، آشنایی با فرآیند تغییر و توسعه سازمانی در صنعت گردشگری،

اهداف ویژه:

۱. فراگیری و تقویت دانش و مهارت‌های لازم برای رهبری موثر در صنعت گردشگری؛
۲. فراگیری و تقویت مهارت‌های مدیریت تغییر در سازمان‌های گردشگری؛
۳. فراگیری روش‌های روش‌های توسعه فرهنگ سازمانی؛

پ (سرفصل‌ها):

۱. رهبری، مدیریت و بهبود عملکرد سازمانی در صنعت گردشگری؛
۲. مهارت‌های رهبری در صنعت گردشگری؛
۳. ارتباطات موثر در صنعت گردشگری؛
۴. مدیریت تغییر در صنعت گردشگری؛
۵. مدیریت تیم و توسعه فرهنگ سازمانی در صنعت گردشگری؛
۶. مدیریت همکاری و هماهنگی‌های عمودی و افقی در صنعت گردشگری؛
۷. مدیریت تنوع و توسعه شخصی در صنعت گردشگری؛
۸. رهبری موثر و ارائه خدمات مشتری مدار در صنعت گردشگری؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشهادی):

فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال	۱۵ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۱۵ درصد
آزمون پایانی	۵۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه



چ) منابع علمی پیشنهادی:

- پارادایم‌های رهبری در سازمان‌ها (رویکردی کاربردی)، احد نوروززاده، رعنا کاظمی، جهاد دانشگاهی استان اردبیل، ۱۴۰۲.
- فرمول رهبری، بهزاد ابوالعالایی، سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۹۸.
- Leadership Approaches in Global Hospitality and Tourism, Ahmet Baytok, Ali Avan, Engin Bayraktaroğlu, Özcan Zorlu, IGI Global, 2023.
- Cultural Leadership in Transition Tourism: Developing Innovative and Sustainable Models, Elena Borin, Judith Urbano, Mara Cerquetti, Marta Crispí, Springer, 2022.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: مدیریت پروژه در گردشگری			
نوع درس و واحد		Project Management in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله / پایان نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با آموزش/مأموریت ☒	مرتبط با آموزش/مأموریت ☐	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

آشنایی با مدیریت پروژه و مراحل آن؛
فراگیری تکنیک‌ها و کاربرد ابزارهای مختلف در مراحل مختلف مدیریت پروژه‌های صنعت گردشگری؛

اهداف ویژه:

۱. کسب توانمندی در برنامه‌ریزی، اجرا، و نظارت بر پروژه‌های گردشگری؛
۲. بسط مهارت مهارت در استفاده از ابزارها و فنون مدیریت پروژه، از جمله تکنیک‌های برنامه‌ریزی زمانی و مدیریت ریسک؛
۳. کسب مهارت در حل چالش‌ها و مسائل در پروژه‌های گردشگری از جمله مدیریت منابع.

پ (سرفصل‌ها):

۱. مقدمه و تعاریف؛
۲. فرایندها و روش‌های مدیریت پروژه؛
۳. مدیریت زمان پروژه در صنعت گردشگری؛
۴. مدیریت هزینه پروژه در صنعت گردشگری؛
۵. مدیریت کیفیت پروژه در صنعت گردشگری؛
۶. مدیریت منابع انسانی پروژه در صنعت گردشگری؛
۷. مدیریت ریسک پروژه در صنعت گردشگری؛
۸. مدیریت پروژه و نظارت و ارزیابی؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم سال | ۴۰ درصد |
| پروژه | ۴۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۲۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:



- مدیریت پروژه، رهبری و هدایت، روری برک و استیو بارن، کتابون تقی زاده و مجتبی امیری، دانشگاه تهران، ۱۴۰۱.
- مدیریت پروژه، محمدجواد عاصمی پور، انتشارات سمت، ۱۳۹۸.
- Event Project Management: Principles, Technology and Innovation, Goodfellow Publishers, 2021.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف: عنوان درس به فارسی: تحلیل داده و مدلسازی در گردشگری			
نوع درس و واحد		Data Analysis & Modeling in Tourism	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله / پایان نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس (صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

فراگیری روش های پیشرفته تحلیل داده؛
آشنایی با مدلسازی و پیش بینی روندهای گردشگری؛

اهداف ویژه:

۱. فراگیری تکنیک های مدلسازی آماری پیشرفته؛
۲. کسب مهارت توسعه مدل های پیش بینی کننده؛
۳. کسب مهارت در ارزیابی عملکرد و بهینه سازی؛

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم و اصول اولیه تحلیل داده
۲. تکنیک های مدلسازی آماری؛
۳. مدل های پیش بینی کننده در گردشگری؛
۴. مفاهیم و تکنیک های تحلیل داده های بزرگ؛
۵. ابزارها و نرم افزارهای تخصصی برای تحلیل و مدلسازی داده های گردشگری؛
۶. ارزیابی عملکرد و بهینه سازی مدل ها؛
۷. مطالعات موردی و تجارب عملی؛

ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

- مدلسازی و تحلیل تقاضای سفر، شهریار افندی زاده، سیدابراهیم عبدالمنافی، دانشگاه علم و صنعت ایران، ۱۳۹۸.



- Applied Data Science in Tourism: Interdisciplinary Approaches, Methodologies, and Applications, Roman Egger, Springer, 2022.
- Modelling and Simulations for Tourism and Hospitality :An Introduction, Jacopo A. Baggio, Rodolfo Baggio, Channel View Publications, 2020.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است..



الف: عنوان درس به فارسی: تحلیل آماری و کاربرد نرم افزار			
نوع درس و واحد		Statistics and Software Applications	عنوان درس به انگلیسی:
پایه ☐	نظری ☒	ندارد	دروس پیش نیاز:
تخصصی الزامی ☐	عملی ☐	ندارد	دروس هم نیاز:
تخصصی اختیاری ☒	نظری-عملی ☐	۲	تعداد واحد:
پروژه/رساله / پایان نامه ☐			
مهارتی-اشتغال پذیری ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐	مرتبط با مأموریت ☒	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
موسسه است ☐	موسسه نیست ☒		

ب: هدف کلی:

فراگیری مهارت های تحلیل آماری؛
آشنایی با نرم افزارهای آماری؛

اهداف ویژه:

۱. فراگیری تکنیک های آماری پیشرفته ؛
۲. توانایی استفاده از نرم افزارهای آماری رایج؛
۳. تفسیر و گزارش دهی داده ها؛

پ) سرفصل ها:

۱. مقدمه ای بر تحلیل آماری؛
۲. روش های جمع آوری و پیش پردازش داده ها؛
۳. تحلیل توصیفی؛
۴. تکنیک های آماری استنباطی؛
۵. رگرسیون و همبستگی؛
۶. آزمون های غیر پارامتری؛
۷. استفاده از نرم افزارهای آماری؛
۸. تفسیر و گزارش دهی نتایج؛

ت) روش یاددهی – یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث) روش ارزشیابی (پیشنهادی):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت های کلاسی در طول نیم سال | ۱۵ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۱۵ درصد |
| آزمون پایانی | ۵۰ درصد |

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه:

تخته وایتبرد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه



چ) منابع علمی پیشنهادی:

- روش‌های جامع تحلیل آماری؛ مفاهیم، اصول و کاربردها، محمدرضا تقی‌زاده یزدی محمدنجاتی علی پیری‌زاده، دانشگاه تهران، ۱۴۰۲.
- An SPSS Guide for Tourism, Hospitality and Events Researchers, Dogan Gursoy, Nimit Chowdhary, Rahul Pratap Singh Kaurav, Taylor & Francis, 2020.
- Stats Means Business: Statistics and Business Analytics for Business, Hospitality and Tourism, John Buglear, Taylor & Francis, 2019.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است..



الف: عنوان درس به فارسی: دستیاری مدیریت گردشگری			
نوع درس و واحد		Tourism Management Practicum	عنوان درس به انگلیسی:
☐ نظری	☐ پایه	ندارد	دروس پیش نیاز:
☒ عملی	☐ تخصصی الزامی	ندارد	دروس هم نیاز:
☐ نظری-عملی	☒ تخصصی اختیاری	۲	تعداد واحد:
	☐ پروژه/رساله / پایان نامه		
	☐ مهارتی-اشتغال پذیری	۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش	مرتبط با آمایش/مأموریت	وضعیت آمایشی/مأموریتی درس(صرفاً برای دروس تخصصی اختیاری مشخص شود)	
☐ موسسه است	☒ موسسه نیست		

ب: هدف کلی:

کسب تجربه عملی و کارآموزی در زمینه مدیریت گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. کسب تجربه عملی و دست اول در مدیریت گردشگری در محیط واقعی؛
۲. توسعه مهارت‌های حرفه‌ای و ارتباطی؛
۳. کسب مهارت ارائه راهبردها و روش‌های نوین مدیریت گردشگری با تأکید بر راهکارهای خلاقانه؛

پ (سرفصل‌ها):

درس دستیاری مدیریت گردشگری با اعزام دانشجویان به سازمان‌های معتبر گردشگری برای کارآموزی برگزار می‌شود. در این دوره، دانشجویان تجربه عملی در مدیریت گردشگری کسب کرده و از طریق بازخوردهای حرفه‌ای سازمان میزبان مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. این دوره که ۱۲۸ ساعت طول می‌کشد، در تابستان برگزار می‌شود.

ت (روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف):

تدریس توسط استاد، بحث گروهی، تکالیف کلاسی مرتبط با هر بحث، پروژه کلاسی

ث (روش ارزشیابی (پیشنهادی):

گزارش عملکردی از سوی مربی درصنعت
ارائه گزارش نهایی از سوی دانشجو مطابق با دستورالعمل اجرایی گروه آموزشی مربوطه برای درس دستیاری مدیریت گردشگری ۵۰ درصد

ج (ملزومات، تجهیزات و امکانات مورد نیاز برای ارائه):

فضای عملیاتی در بخش‌های مختلف گردشگری

چ (منابع علمی پیشنهادی):

درس به صورت عملی تعریف شده است.

ح (ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه):

ندارد.

خ (ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس):

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر نیست.

