



دانشگاه تهران

مشخصات کلی، برنامه درسی و سرفصل دروس

مقطع: دکتری

رشته: گردشگری (با زمینه مدیریت)

دانشکده‌گان مدیریت

مصوب جلسه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه

این برنامه بر اساس آیین نامه وزارتی تفویض اختیارات برنامه ریزی درسی به دانشگاه‌های دارای هیات ممیزه توسط اعضای هیات علمی دانشکده‌گان مدیریت بازنگری شده و در پانصد و یکمین جلسه شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ به تصویب رسیده است.



مصوبه شورای برنامه ریزی ، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه تهران در خصوص برنامه درسی

رشته : گردشگری (با زمینه مدیریت)

مقطع : دکتری

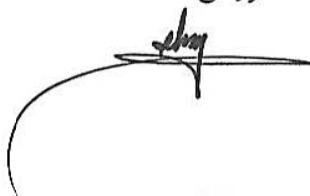
برنامه درسی دوره دکتری رشته گردشگری با زمینه مدیریت که توسط اعضای هیات علمی دانشکده‌گان مدیریت بازننگری شده است با اکثریت آراء به تصویب رسید.

- این برنامه از تاریخ تصویب لازم الاجراست.
- 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 دوره دکتری رشته گردشگری مصوب جلسه شماره ۸۵۴ مورخ ۱۳۹۳/۰۵/۱۹ کمیسیون برنامه ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری گردیده است.

محمد علی شریفی

دبیر شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت

آموزشی دانشگاه



محمود کمره ای

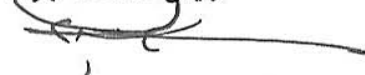
معاون آموزشی دانشگاه



رای صادره جلسه پانصد و یکمین مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ شورای برنامه ریزی، گسترش و نظارت آموزشی دانشگاه در مورد بازننگری برنامه درسی دوره دکتری رشته گردشگری (با زمینه مدیریت) صحیح است، به واحد ذیربط ابلاغ شود.

محمد حسین امید

رئیس دانشگاه تهران





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



دانشگاه تهران

برنامه درسی رشته

گردشگری (زمینه مدیریت)

Phd in Tourism (Managemet)

مقطع: دکتری



جناب آقای دکتر داود حومنیان

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر رضا حیدری

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر احمد حاجی نژاد

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

سرکار خانم دکتر فرانک رنجبر متعلق

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر محمدرضا صالحی پور

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

جناب آقای دکتر سجاد فردوسی

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

سرکار خانم دکتر نسرین کاظمی

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

سرکار خانم دکتر سمیه حاجی نژاد

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

سرکار خانم دکتر آزاده عظیمی

عضو هیات علمی دانشگاه تهران



جدول تغییرات

ردیف	در برنامه قبلی	در برنامه بازنگری شده
۱	بنیان‌های نظریه ای برنامه ریزی گردشگری	بنیان‌های فلسفی برنامه‌ریزی گردشگری
۲	بنیادهای دینی و فرهنگی فلسفه گردشگری	بنیادهای دینی و فرهنگی صنعت گردشگری
۳	اقتصاد و بازاریابی گردشگری	بازاریابی دیجیتال و مدیریت کلان داده در گردشگری
۴	روشهای پیشرفته پژوهش در گردشگری	روش‌های پژوهش کمی در گردشگری
		روش‌های پژوهش کیفی در گردشگری
۵	مدیریت کارآفرینی در گردشگری	نوآوری و کارآفرینی در گردشگری
۶	نقد و تحلیل الگوهای فرهنگی گردشگری	گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی
۷	برنامه ریزی و توسعه اقتصادی گردشگری	اقتصاد توسعه منطقه‌ای گردشگری
۸	-	مسائل کلیدی در مردم‌شناسی توسعه گردشگری
۹	-	مدیریت پایدار توسعه مقصد
۱۰	-	اقتصاد سنجی در گردشگری
۱۱	-	مسائل توسعه گردشگری پایدار
۱۲	تحلیل مدیریتی ساختار گردشگری کشور	-
۱۳	تاریخ تحلیلی فرهنگ و گردشگری	-
۱۴	گردشگری و اقتصاد ملی	-



فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی



الف) مقدمه: معرفی کلی و تبیین برنامه درسی

گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان تبدیل شده است، که نه تنها تأثیری عمیق بر اقتصاد جهانی دارد، بلکه به عنوان یک پدیده چند وجهی برای تعامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی نیز شناخته می‌شود. با توسعه روزافزون این صنعت نیاز به متخصصانی که دارای درک عمیقی از پیچیدگی‌های گردشگری بوده و توانایی‌های لازم برای مدیریت هوشمندانه منابع و مسائل این صنعت را داشته باشند، ضروری است.

برنامه درسی رشته گردشگری در مقطع دکتری برای اولین بار از سوی شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در تاریخ ۱۳۹۲/۰۵/۱۹ به تصویب رسیده و از آن تاریخ تاکنون در تعدادی از دانشگاه‌های دولتی 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 برای دستیابی به اهداف توسعه گردشگری کشور مطابق با اسناد فرادستی از سویی دیگر، بازنگری و به روزرسانی آموزش عالی گردشگری را به یک ضرورت بدل کرده است. این نیاز در سطح تحصیلات تکمیلی به ویژه مقطع دکتری پررنگ‌تر است. چرا که توسعه پایدار گردشگری کشور نه تنها نیازمند پرورش نیروهای انسانی است که با آموزش و پژوهش در حوزه‌های مختلف گردشگری، زمینه بسط نظریه‌های جدید، ارائه راهکارهای نوآورانه برای چالش‌های صنعت، خلق دانش جدید را عهده‌دار شوند بلکه در جایگاه رهبری صنعت گردشگری کشور نیز با درک عمیق و تحلیل دقیق پیچیدگی‌ها و پویایی‌های آن، توانایی تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و خط‌مشی‌گذاری‌های کلان و به طور کلی هدایت صنعت را عهده‌دار شوند.

در این جهت، هم‌راستایی آموزش و پژوهش رشته گردشگری در مقطع دکتری با اهداف توسعه گردشگری کشور، ارتقای رقابت‌پذیری آن با برنامه‌های درسی بین‌المللی ضمن حفظ ویژگی‌های بومی ایرانی - اسلامی هدف غایی در بازنگری برنامه درسی این رشته است.

ب) اهداف

هدف آموزش گردشگری در مقطع دکتری تخصصی، از یکسو بسط و تعمیق دانش نظری گردشگری و پرورش نیروهای متخصص در آموزش و پژوهش گردشگری است. از سویی دیگر تربیت مدیران و مشاوران، رهبران و تقویت کارآفرینانی است که با درک پیچیدگی‌های این صنعت، به چالش‌ها و فرصت‌های موجود در آن در دو مقیاس خرد و کلان پاسخ دهند. افزون بر این، تربیت نیروهای متخصصی که بتوانند در جایگاه رهبری صنعت گردشگری، وظیفه تصمیم‌گیری‌های کلان را برای هدایت این صنعت عهده‌دار شوند از دیگر اهداف بسط تحصیلات تکمیلی این رشته در مقطع دکتری تخصصی است. در این جهت، برنامه‌درسی حاضر علاوه بر ارائه بنیان‌های دانش نظری گردشگری، پرورش مهارت‌های تحلیلی، کاربردی و انتقادی دانشجویان در زمینه‌های تخصصی مدیریت، اقتصاد و فرهنگ را هدف قرار داده است. در این میان، اتخاذ رویکرد میان‌رشته‌ای و کاربست ارزش‌های ایرانی - اسلامی دو معیار اصلی در تنظیم محتوای برنامه درسی حاضر هستند.

پ) اهمیت و ضرورت

ظرفیت‌های غنی گردشگری کشور شامل انواع منابع و جاذبه‌های مذهبی، طبیعی و تاریخی - فرهنگی، در کنار قابلیت‌های متنوع این صنعت برای ایجاد ارتباط با بخش‌های دیگر، زمینه تبدیل گردشگری به یک منبع پایدار درآمد را ایجاد کرده است. در نتیجه، طی سال‌های اخیر، در تدوین اسناد فرادستی از جمله سند چشم‌انداز، برنامه‌های پنج ساله توسعه و غیره گردشگری به عنوان یکی از راهکارهای افزایش درآمد ملی و بدیل‌های اصلی کاهش وابستگی اقتصادی به نفت مورد توجه قرار گرفته است. برخی از اهداف کلیدی توسعه گردشگری در اسناد فردستی کشور عبارتند از: حفظ و تقویت هویت فرهنگی و ارزش‌های جامعه، افزایش توان



رقابتی کشور در این حوزه، بهبود تجربه گردشگران از طریق نوآوری و گسترش محصولات گردشگری، تسهیل ورود به بازار کار گردشگری، ایجاد فرصت‌های شغلی، و هدایت بازیگران اصلی این صنعت در مسیر توسعه پایدار. در تحقق این اهداف، آموزش عالی گردشگری نقش محوری در آموزش و پرورش نیروی انسانی مورد نیاز این صنعت را دارد. آموزش عالی گردشگری به ویژه در مقطع دکتری تخصصی، از اهمیت بسزایی برخوردار است، زیرا این مقطع تحصیلی علاوه بر تربیت متخصصان و پژوهشگران برجسته و پرورش رهبران این صنعت، به توسعه دانش علمی و کاربردی در این حوزه نیز کمک می‌کند.

در این میان با توجه به تغییرات سریع در صنعت گردشگری، ظهور روندهای جدید در سطح ملی و بین‌المللی، نیاز به نوآوری در مواجهه با چالش‌های جدید، بازنگری دوره‌ای و ارتقای کیفی برنامه درسی در مقطع دکتری ضروری است. تا در نهایت محتوای رشته گردشگری در مقطع دکتری تخصصی ضمن پاسخگویی به نیازهای توسعه جامعه ایرانی - اسلامی، با برنامه‌های مشابه در سطح بین‌المللی نیز رقابت‌پذیری داشته باشد.

ت) تعداد و نوع واحدهای درسی

جدول (۱) - توزیع واحدها

نوع دروس	تعداد واحد
دروس جبرانی	۶
دروس تخصصی الزامی	۱۰
دروس تخصصی اختیاری	۸
رساله	۱۸
جمع	۳۶



ث) نقش، توانایی و شایستگی مورد انتظار از دانش آموختگان:

جدول (۲) دانش، مهارت‌ها و توانمندی‌های دانش آموختگان

مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه	دروس مرتبط
دانش و مهارت‌های مرتبط با مدیریت کلان توسعه گردشگری	نقد و بررسی نظریه‌های سازمان و مدیریت در سازمان‌های گردشگری، مدیریت پایدار توسعه مقصد، مسائل کلیدی در مردم‌شناسی توسعه گردشگری، مسائل توسعه گردشگری پایدار
دانش و مهارت‌های مرتبط با مدیریت و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری	بازاریابی دیجیتال و مدیریت کلان داده در گردشگری، نوآوری و کارآفرینی در گردشگری، مدیریت ارتباطات در گردشگری
دانش و مهارت‌های مرتبط با بازار و اقتصاد گردشگری	تحلیل و کاربرد نظریه‌ها و مدل‌های اقتصادی در گردشگری، اقتصاد سنجی در گردشگری، سرمایه‌گذاری در گردشگری، اقتصاد توسعه منطقه‌ای گردشگری
دانش و مهارت‌های مرتبط با توسعه فرهنگی گردشگری	گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی، نظریه‌های فرهنگ، هنر و تمدن در گردشگری، منظر فرهنگی و نظریه‌های نوین مکان و فضای گردشگری
مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های عمومی	دروس مرتبط
دانش مرتبط با هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی گردشگری	بنیان‌های فلسفی برنامه‌ریزی گردشگری، بنیادهای دینی و فرهنگی صنعت گردشگری
دانش و مهارت‌های روش‌شناختی	تجزیه و تحلیل مدل‌های کمی و کیفی در مدیریت گردشگری، روش‌های پژوهش کمی در گردشگری، روش‌های پژوهش کیفی در گردشگری

ج) شرایط و ضوابط ورود به دوره

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

محتوای برنامه درسی حاضر، طیف متنوعی از زمینه‌های شغلی را پیش روی دانش‌آموختگان مقطع دکتری تخصصی رشته گردشگری قرار می‌دهد از جمله:

- مدرس و عضویت هیات هلمی دانشگاه‌ها در رشته گردشگری و رشته‌های مرتبط؛
- پژوهشگر در حوزه‌های مختلف گردشگری؛
- مشاور در زمینه‌های پژوهشی، خط‌مشی‌گذاری، برنامه‌ریزی توسعه، سرمایه‌گذاری و کارآفرینی گردشگری؛
- شغل‌های مدیریتی در سطوح میانی و عالی در:
 - سازمان‌های خصوصی در حوزه گردشگری و زیرسیستم‌های آن از جمله هتل‌ها و انواع اقامتگاه‌های گردشگری، انواع کسب و کارهای خرده‌فروشی خدمات؛
 - سازمان‌های دولتی مانند وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و اداره‌های وابسته و سازمان حج و زیارت؛
 - سازمان‌های غیرانتفاعی مرتبط؛
- مدیر پروژه‌های کلان و خرد توسعه گردشگری از جمله توسعه مقاصد گردشگری، برنامه‌ریزی و اجرای رویدادها؛
- مدیر انواع استارت‌آپ‌های حوزه گردشگری و مراکز رشد و شتاب دهنده فعال در این حوزه.

ی) جایگاه تمدنی، فرهنگی و اجتماعی

گردشگری که امروزه به یکی از پیشروترین صنایع در سطح جهانی تبدیل شده است، در طول تاریخ و در تمدن‌های مختلف شکل گرفته و تکامل یافته است. اگرچه گردشگری به شکل امروزی بیشتر برآمده از تمدن غرب است، ولی در طول تاریخ و تمدن ایران نیز سابقه‌ای طولانی دارد. جابه‌جایی اقوام و فرهنگ‌های مختلف از بستر جغرافیای ایران، اقامت آنان در این جغرافیا و تبادلات فرهنگی و اقتصادی که آنان با یکدیگر و همچنین با مردمان ایرانی برقرار نموده‌اند، لاجرم منجر به توسعه پذیرش میهمان و تسهیلات لازمه آن در بستر ایران شده است. این سفرها که ایجاد و ازدیاد کاروانسراها و میهمان‌پذیرهای تاریخی را دربر داشته، به شکل ویژه از دوره صفویان تا به امروز، جریان گردشگری را در کشور تقویت نموده است و موجب شده تصویر ذهنی از ایرانیان را در میان مردمان دیگر کشورها، به عنوان افرادی میهمان‌نواز شکل بگیرد.

امروزه نیز تمدن ایرانی - اسلامی حاکم بر کشور می‌تواند از منافع اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی صنعت گردشگری بهره‌مند شود. در آمدزایی ارزی برای کشور، ایجاد اشتغال، تبادلات میان فرهنگی با مردمان دیگر کشورها، ایجاد و تقویت حس غرور فرهنگی در میان ایرانیان، کمک به حفظ گونه‌های گیاهی و جانوری در حال انقراض، نگهداشت و بهبود محیط زیست پذیرای گردشگران و بهبود تصویر ذهنی و در نتیجه جایگاه ایران در نظام بین‌الملل، از جمله منافع متعدد گردشگری هستند که می‌توانند جایگاه تمدنی کشور را در میان تمدن‌های منطقه‌ای و جهانی، بهبود ببخشند.

تحقق چنین امر مهمی، نیازمند توسعه آموزش صنعت گردشگری در سطح کلان کشور است زیرا نیروی انسانی آموزش دیده یکی از مهم‌ترین ارکان رشد این صنعت است. در این زمینه، هر اندازه آموزش‌های این نیروی انسانی تخصصی‌تر و جامع‌تر باشد، به نظر می‌رسد بتواند تاثیرگذاری بیشتری در تحقق منافع چندگانه پدیده گردشگری ایفا نموده و جایگاه تمدنی ایران را در عرصه‌های مختلف ملی و بین‌المللی بهبود ببخشد. همین موضوع باعث شده که دانشکده گردشگری دانشگاه تهران، اقدام به اجرای این رشته در مقطع دکتری بنماید.



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس



جدول (۳) - عنوان و مشخصات کلی دروس جبرانی دوره دکتری رشته گردشگری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد واحد به تفکیک نوع			تعداد جلسات	تعداد ساعات*	
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی
۱	مدیریت بازاریابی استراتژیک گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-
۲	نظریه‌های برنامه‌ریزی در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-
۳	نظریه‌های مشارکت در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-
	جمع	۶	۶	-	-	-	۹۶	-

*دانشجو موظف به گذراندن حداکثر ۶ واحد از دروس جدول فوق به تشخیص گروه آموزشی می باشد.



جدول (۴) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی الزامی دوره دکتری رشته گردشگری

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	بنیان‌های فلسفی برنامه‌ریزی گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	-
۲	نقد و بررسی نظریه‌های سازمان و مدیریت در سازمان‌های گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	-
۳	بنیادهای دینی و فرهنگی صنعت گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	-
۴	بازاریابی دیجیتال و مدیریت کلان داده در گردشگری	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	-
۵	مسائل توسعه گردشگری پایدار	۲	۲	-	-	۱۶	۳۲	-	-	-
	جمع	۱۰	۱۰	-	-	-	۱۶۰	-	-	-



جدول شماره (۵) عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی - اختیاری دوره دکتری رشته گردشگری

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			وضعیت آمایشی	تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی		نظری	عملی		
۱	مدیریت پایدار توسعه مقصد	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۲	نوآوری و کارآفرینی در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۳	مدیریت ارتباطات در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۴	تجزیه و تحلیل مدل‌های کمی و کیفی در مدیریت گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۵	گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۶	مسائل کلیدی در مردم‌شناسی توسعه گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۷	نظریه‌های فرهنگ، هنر و تمدن در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۸	منظر فرهنگی و نظریه‌های نوین مکان و فضای گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۹	تحلیل و کاربرد نظریه‌ها و مدل‌های اقتصادی در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۱۰	اقتصاد سنجی در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۱۱	سرمایه گذاری در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۱۲	اقتصاد توسعه منطقه‌ای گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۱۳	روش‌های پژوهش کمی در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
۱۴	روش‌های پژوهش کیفی در گردشگری	۲	۲	-	-	-	۳۲	-	-	-
	مجموع	۲۸	۲۸	-	-	-	۴۴۸	-	-	-

*دانشجو موظف به گذراندن ۸ واحد از دروس جدول فوق می باشد.



فصل سوم

ویژگی‌های دروس



الف) عنوان درس به فارسی: بنیان‌های فلسفی برنامه‌ریزی گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Philosophy of Tourism Planning	
دروس پیش‌نیاز:	ندارد	
دروس هم‌نیاز:	ندارد	
تعداد واحد:	۲	نظری
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری
		نظری-عملی
		تخصصی الزامی
		پایه
		تخصصی اختیاری
		رساله
		مهارتی-اشتغال پذیری

ب) هدف کلی:

- فراگیری بنیان‌های فلسفی مختلف مرتبط با گردشگری و برنامه‌ریزی آن.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌های فلسفی که بر برنامه‌ریزی گردشگری تأثیر گذارند
۲. بسط مهارت‌های کاربرد نظریات فلسفی در رسیدگی به چالش‌های عملی برنامه‌ریزی گردشگری.

پ) سرفصل‌ها:

۱. تعاریف و مقدمه: روند تاریخی برنامه‌ریزی گردشگری
۲. مفاهیم فلسفی کلیدی: فلسفه اسلامی، اومانیسم، مدرنیسم، و پسامدرنیسم در گردشگری
۳. ارزش‌ها و اخلاق در برنامه‌ریزی گردشگری
۴. فلسفه توسعه پایدار و کاربرد آن در برنامه‌ریزی گردشگری
۵. عدالت و فراگیری در برنامه‌ریزی گردشگری
۶. هویت و اصالت در گردشگری
۷. رویکردهای انتقادی در برنامه‌ریزی گردشگری
۸. چالش‌های جدید فلسفی 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):

- | | |
|---------------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۲۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۴۰ درصد |



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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. زاهدی، شمس السادات (۱۴۰۲). توسعه پایدار جامع با تاکید بر مدیریت و کارآفرینی سبز. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. صحت، سعید؛ اسدی، معصومه و چرخیان، مژده (۱۳۹۸). درآمدی بر اصول اخلاقی حاکم بر کسب و کار با رویکرد ارزش های اخلاق اسلامی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۳. ایروانی، هوشنگ (۱۳۹۸). اندیشه های توسعه پایدار (رویکردی به نظریه پردازی). تهران: دانشگاه تهران.
4. Higham, J. & Jamal, T. (2023). Justice and Tourism: Principles and Approaches for Local-Global Sustainability and Well-Being, Taylor & Francis.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: نقد و بررسی نظریه های سازمان و مدیریت در سازمان های گردشگری		
عنوان درس به انگلیسی:	Critique and Application of Organizational and Management Theories in Tourism	
دروس پیش نیاز:	ندارد	
دروس هم نیاز:	ندارد	
تعداد واحد:	۲	نظری
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی-اشتغال پذیری
		نظری-عملی
		تخصصی الزامی
		پایه
		عملی
		تخصصی اختیاری
		رساله
		مهارتی-اشتغال پذیری

ب) هدف کلی:

- بسط و تقویت مهارت های تفکر انتقادی و تحلیلی در جهت ارزیابی نظریه های مختلف سازمان و مدیریت و ارائه راه حل های نوآورانه برای چالش های مدیریتی در سازمان های گردشگری

اهداف ویژه:

۱. تحلیل انتقادی نظریه های مدیریتی و سازمانی در چارچوب مسائل گردشگری
۲. بسط و تقویت مهارت های تحلیلی در تطبیق نظریه های سازمانی با چالش های عملی سازمان های گردشگری
۳. پیشبرد تفکر نوآورانه در ارائه راهکارهای عملی برای مسائل مدیریتی در سازمان های گردشگری

پ) سرفصل ها:

۱. رویکردهای انتقادی به نظریه های کلاسیک، مدرن، و پسامدرن مدیریت در بستر سازمان های گردشگری
۲. نظریه های انتقادی، فمینیستی و پسا ساختارگرایانه و کاربرد آنها در سازمان های گردشگری
۳. نظریه های پیچیدگی و پویایی های سیستم ها در مدیریت سازمان های گردشگری
۴. مدیریت سازمان های گردشگری و عدم قطعیت های محیطی
۵. مدیریت دانش و نوآوری در سازمان های گردشگری
۶. چالش های رهبری در مدیریت تغییرات سازمانی و فرهنگی در سازمان های گردشگری
۷. فناوری های نوین و تحول نظریه های سازمان و مدیریت 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	۲۰ درصد
آزمون پایان نیم سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد



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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. سوکاس، هاریمیدوس و چپا، رابرت ترجمه ناصر عسگری و مجتبی امیری (۱۴۰۲). فلسفه و تئوری سازمان. تهران: دانشگاه تهران.
۲. فور، ناتان و دایر، جف ترجمه کمال سخدری و هومن فروزانفر (۱۳۹۸). روش نوآور: دمیدن روح نوپای ناب به سازمان شما. تهران: دانشگاه تهران.
3. Valeri, M. (2022). Organizational Studies: Implications for Strategic Management, Springer International Publishing.
4. Blomberg, J. (2020). Organization Theory: Management and Leadership Analysis, SAGE Publications.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: بنیادهای دینی و فرهنگی صنعت گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Religious and Cultural Foundations of the Tourism Industry	
نوع درس و واحد			
دروس پیش نیاز:	ندارد	☐ پایه ☒ نظری	
دروس هم نیاز:	ندارد	☐ عملی ☒ تخصصی الزامی	
تعداد واحد:	۲	☐ نظری-عملی ☐ تخصصی اختیاری	
تعداد ساعت:	۳۲	☐ رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری	

ب) هدف کلی:

- فهم و تحلیل پیوند فرهنگ، دین و صنعت گردشگری
- کسب و بسط مهارت‌های مدیریتی برای حفظ و ارتقاء بنیادهای دینی و فرهنگی در گردشگری

اهداف ویژه:

۱. فهم و درک تأثیر بنیادهای فرهنگی و دینی بر ساختار و توسعه مقاصد گردشگری
۲. فهم و درک تأثیر بنیادهای دینی بر تجربه گردشگری
۳. بسط و تقویت مهارت در تدبیر راهکارهای نوآورانه برای مدیریت بهینه و پایدار منابع فرهنگی و دینی در صنعت گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. نقش فرهنگ و دین در شکل‌گیری هویت مقاصد گردشگری
۲. تأثیر فرهنگ و دین بر توسعه زیرساخت‌های گردشگری
۳. انگیزه‌های گردشگری مذهبی و معنوی
۴. تجربیات گردشگران در مقاصد مذهبی و معنوی
۵. رویکردهای مدیریت پایدار منابع فرهنگی و دینی در گردشگری:
 - حفظ و حفاظت از میراث فرهنگی و مذهبی
 - توسعه گردشگری مسئولیت‌پذیر و اخلاقی
۶. نوآوری و کارآفرینی در مدیریت منابع فرهنگی و دینی در گردشگری
۷. بررسی تطبیقی رویکردهای مدیریت منابع فرهنگی و دینی در کشورهای مختلف

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. ایمانی‌خوشخو، محمدحسین و شهرابی‌فراهانی، مهدیه (۱۴۰۰). گردشگری و معنویت: اصول و مبانی. تهران: دانشگاه غیر دولتی غیرانتفاعی علم و فرهنگ.
۲. دوکراس، هیلاری و مک کرچر، باب (۱۴۰۰). گردشگری فرهنگی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۳. پورکیانی، محمد (۱۳۹۹). بنیان‌های نظری رویکردهای سیاست‌گذاری فرهنگی. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
4. Batabyal, D.; Sinha, R.; Kumar Mukherjee, S. & Rawal, Y. S. (2023). Exploring Culture and Heritage Through Experience Tourism, IGI Global.
5. Niglio, O.; Rana, P. S.; Singh, R. P. B. (2023). Placemaking and Cultural Landscapes. Springer Nature Singapore.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان‌پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی دیجیتال و مدیریت کلان داده در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Digital Marketing and Big Data Management for Tourism	
نوع درس و واحد			
دروس پیش نیاز:	ندارد	☐ پایه ☒ نظری	
دروس هم نیاز:	ندارد	☐ عملی ☒ تخصصی الزامی	
تعداد واحد:	۲	☐ نظری-عملی ☐ تخصصی اختیاری	
تعداد ساعت:	۳۲	☐ رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری	

ب) هدف کلی:

- بسط دانش و مهارت های استراتژیک در بازاریابی دیجیتال برای صنعت گردشگری
- بسط و تقویت مهارت در استفاده از کلان داده ها برای تصمیم گیری های استراتژیک در مدیریت بازاریابی دیجیتال در صنعت گردشگری

اهداف ویژه:

۱. تدوین و اجرای استراتژی های بازاریابی دیجیتال برای جذب و ارتقای وفاداری گردشگران
۲. کسب مهارت در تحلیل و تفسیر کلان داده ها برای بهبود استراتژی های بازاریابی دیجیتال
۳. ارتقاء مهارت های عملی در استفاده از ابزارهای دیجیتال و تحلیل داده ها برای تصمیم گیری های استراتژیک مدیریت

پ) سرفصل ها:

۱. فناوری در تحول صنعت گردشگری
۲. استراتژی ها و ابزارهای بازاریابی دیجیتال
۳. تحلیل داده های دیجیتال و اندازه گیری عملکرد کمپین ها
۴. مدیریت کلان داده ها در گردشگری: منابع و جمع آوری داده ها، چالش ها و فرصت ها در مدیریت کلان داده ها
۵. مفاهیم و روش های تحلیل کلان داده ها
۶. یادگیری ماشین و هوش مصنوعی در بازاریابی گردشگری
۷. مدیریت تجربه مشتری در محیط های دیجیتال.

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۳۰ درصد
آزمون پایانی	۳۰ درصد

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

تخته وایت برد، مایک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. صائب نیا، سمیه و اسکندر پور، بهروز (۱۴۰۰). بازاریابی دیجیتال. البرز: سازمان ترویج مطالعه و نشر جهاد دانشگاهی.
۲. رونقی، محمدحسین و زمانی، علیرضا (۱۴۰۰). بازاریابی دیجیتالی پیشرفته. تهران: انتشارات سمت.
3. Valeri, M. (2023). Tourism Innovation in the Digital Era: Big Data, AI and Technological Transformation, Emerald Publishing.
4. Singh, A.; Bansal, R. & Sharma, S. (2022). Big Data: A Road Map for Successful Digital Marketing, De Gruyter.
5. Ozturk, A. B. & Hancer, M. (2022). Digital Marketing and Social Media Strategies for Tourism and Hospitality Organizations, Goodfellow Publishers.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: مسائل توسعه گردشگری پایدار			
نوع درس و واحد	Seminar in Sustainable Tourism Issues		عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒ پایه ☐	ندارد		دروس پیش نیاز:
عملی ☐ تخصصی الزامی ☒	ندارد		دروس هم نیاز:
نظری-عملی ☐ تخصصی اختیاری ☐	نظری	۲	تعداد واحد:
رساله ☐		۳۲	تعداد ساعت:
مهارتی-اشتغال پذیری ☐			

ب) هدف کلی:

- آشنایی با مسائل مرتبط با توسعه و مدیریت گردشگری پایدار
- کسب مهارت تحلیل انتقادی در زمینه گردشگری پایدار

اهداف ویژه:

۱. تجزیه و تحلیل اثرات مختلف فعالیت های گردشگری بر جوامع محلی، اقتصاد منطقه ای و محیط زیست
۲. کسب مهارت در ابتکار راهکارهای نوآورانه و خلاق در حل مسائل توسعه گردشگری پایدار
۳. کسب مهارت در تدوین راهبردها و سیاست های عملیاتی برای ارتقاء گردشگری پایدار

پ) سرفصل ها:

۱. اصول و چارچوب های گردشگری پایدار
۲. گردشگری جایگزین و گردشگری انبوه
۳. تفکر جهانی، اقدام محلی
۴. گردشگران پایدار
۵. زنجیره ارزش پایدار در گردشگری
۶. مشارکت ذینفعان مختلف در توسعه گردشگری پایدار
۷. حکمرانی گردشگری پایدار؛
۸. مدیریت سرمایه انسانی در توسعه گردشگری پایدار
۹. اخلاق و توسعه گردشگری پایدار؛
۱۰. تحلیل روندهای جهانی و منطقه ای توسعه گردشگری پایدار
۱۱. مسائل و چالش های توسعه گردشگری پایدار در کشور

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):

۲۰ درصد	فعالیت‌های کلاسی در طول نیم‌سال
۲۰ درصد	آزمون پایان نیم‌سال
۳۰ درصد	پروژه
۳۰ درصد	آزمون پایانی

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. ضیائی، محمود و عزیزی، عذرا (۱۴۰۲). راهنمای تدوین و کاربرد شاخص‌های ارزیابی توسعه پایدار گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. سوراتانا، کوپالا ترجمه محمد میره‌ای، محمد کوکب‌نیا (۱۴۰۰). مدیریت زنجیره تامین گردشگری پایدار. تهران: مه‌کامه.
3. Farmaki, A.; Altinay, L. & Font, X. (2023). Planning and Managing Sustainability in Tourism: Empirical Studies, Best-practice Cases and Theoretical Insights, Springer International Publishing.
4. Slocum, S. L. & Aidoo, A. (2020). The Business of Sustainable Tourism Development and Management, Taylor & Francis.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پایدار توسعه مقصد			
عنوان درس به انگلیسی:		Sustainable Destination Development Management	
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	رساله ☐	مهارتی-اشتغال پذیری ☐
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مرتبط با مأموریت ☐	مرتبط با آمایش ☐
		موسسه است ☐	موسسه نیست ☒

ب) هدف کلی:

- تحلیل و بررسی ابعاد مختلف توسعه مقصد گردشگری
- طراحی راهبردها و سیاست‌های مدیریتی برای توسعه پایدار مقصد گردشگری

اهداف ویژه:

۱. تحلیل پایداری اقتصادی مقصدهای گردشگری؛
۲. حفظ و توسعه فرهنگ‌های محلی مقصد به منظور تجربه گردشگری پایدار
۳. مدیریت پایدار منابع طبیعی در جریان توسعه مقصد گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. مقصد گردشگری و عوامل مؤثر بر توسعه آن؛
۲. مدل‌های مختلف مدیریت و توسعه پایدار مقصدهای گردشگری
۳. راهبردها و تکنیک‌های مدیریت توسعه مقصد در سطح محلی و منطقه‌ای
۴. شراکت‌های عمومی - خصوصی در توسعه مقصد گردشگری
۵. تحلیل اثرات اقتصادی توسعه مقصد گردشگری در سطح محلی و منطقه‌ای
۶. راهبردها و ابزارهای حفظ فرهنگ‌های محلی در سطح محلی و منطقه‌ای
۷. راهبردها و ابزارهای مدیریت پایدار منابع طبیعی سطح محلی و منطقه‌ای
۸. چالش‌ها و مسائل توسعه پایدار مقصد در سطح محلی و منطقه‌ای

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. مزینی، امیر حسین (۱۴۰۰). ارزیابی اجتماعی - فرهنگی طرح‌های اقتصادی. تهران: انتشارات سمت.
۲. مورگان، نایجل؛ پریچارد، انت و پراید، راجر ترجمه رضا محمد کاظمی، پرستو کریمیان، و ندا احمدی زنجانی مقدم (۱۳۹۹). برندسازی مقصد ارائه پیشنهادی بی نظیر برای مقاصد گردشگری. تهران: سازمان ترویج مطالعه و نشر جهاد دانشگاهی واحد دانشگاه تهران.
3. Ryan, C. (2020). Advanced Introduction to Tourism Destination Management, Edward Elgar Publishing.
4. Kim Lian, J. C. (2020). Sustainable Ecotourism Destination Development in Malaysia: An Integrated Approach, Universiti Malaysia Sabah Press.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: نوآوری و کارآفرینی در گردشگری				
نوع درس و واحد		Innovation and Entrepreneurship in Tourism		عنوان درس به انگلیسی:
☐ نظری ☐ پایه		ندارد		دروس پیش نیاز:
☐ عملی ☐ تخصصی الزامی		ندارد		دروس هم نیاز:
☐ نظری-عملی ☒ تخصصی اختیاری		نظری	۲	تعداد واحد:
☐ رساله			۳۲	تعداد ساعت:
☐ مهارتی-اشتغال پذیری				
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐ موسسه است		وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		
☒ نیست				

ب) هدف کلی:

- فهم و درک فرایندهای نوآوری و کارآفرینی با تأکید بر ابعاد علمی و عملی در بستر صنعت گردشگری
- کسب و بسط مهارت در پیوند دادن پژوهش، نوآوری و کارآفرینی در صنعت گردشگری

اهداف ویژه:

۱. بررسی و تحلیل مدل‌های مختلف نوآوری و نقش آن‌ها در توسعه استراتژیک کسب و کارهای گردشگری
۲. شناخت عناصر اصلی یک مدل کسب و کار و درک نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر
۳. تحلیل نقش تحقیق و توسعه (R&D) در توسعه محصولات / خدمات جدید

پ) سرفصل‌ها:

۱. فرآیند کارآفرینی: از نیاز/مشکل بازار تا مفهوم کسب و کار؛
۲. اکوسیستم کارآفرینی؛
۳. فرآیند کارآفرینی: از فناوری/کسب و کار تا بازار؛
۴. انواع نوآوری: محصول، خدمات و بازاریابی؛
۵. فرآیند نوآوری درون یک شرکت؛
۶. نوآوری در سطح مدل کسب و کار؛
۷. نقش خلاقیت در فرایندهای نوآوری و کارآفرینی؛
۸. بررسی تحلیلی تجارب موفق.

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. والمسلی، آندرس؛ ترجمه خبات احمدی، مریم فانی (۱۴۰۱). کارآفرینی در گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
۲. اکبری، مرتضی؛ ذره‌پرور شجاع، امین و ذره‌پرور شجاع، الهام (۱۴۰۱). مدیریت نوآوری و محصول. تهران: دانشگاه تهران.
۳. دراکر، پیتر ترجمه علی حسین کشاورزی (۱۴۰۱). نوآوری و کارآفرینی. تهران: انتشارات سمت.
5. Correia, A.; Lopes, J. D. & Portugal, M. (2024). International Case Studies in Innovation and Entrepreneurship in Tourism. Taylor & Francis.
6. Ratten, V.; Braga, V.; Álvarez-García, J. & Rio-Rama, M. C. D. (2020). Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity. Routledge.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ارتباطات در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Communication Management in Tourism	
نوع درس و واحد			
دروس پیش نیاز:	ندارد	☐ پایه ☒ نظری	
دروس هم نیاز:	ندارد	☐ تخصصی الزامی ☐ عملی	
تعداد واحد:	۲	☐ نظری-عملی ☒ تخصصی اختیاری	
تعداد ساعت:	۳۲	☐ رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مربوط با آمایش/مأموریت	مربوط با مأموریت/آمایش
		☒ موسسه نیست	☐ موسسه است

ب) هدف کلی:

- معرفی عوامل کلیدی در مدیریت خدمات اجرایی و کمک به فراگیری مهارتهای جدید مفهومی و مقداری در مدیریت کسب و کارهای خدمات گردشگری و فعالیتهای مشابه
- آشنایی با مسائل حقوقی مرتبط با گردشگری و آشنایی با حقوق گردشگران و چگونگی کارکرد سیستم های حقوقی در گردشگری و به کار گیری آن در ایجاد کسب و کارهای جدید.

اهداف ویژه:

۱. بسط مهارت های لازم برای بهبود فرآیندهای اجرایی در کسب و کارهای خدمات گردشگری، مدیریت کیفیت خدمات، و بهبود تجربه مشتری؛
۲. کسب و تقویت توانایی طراحی استراتژی های ارتباطی مؤثر برای ایجاد و توسعه کسب و کارهای خدمات گردشگری.

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم بنیادین ارتباطات
۲. انواع ارتباطات در گردشگری
۳. عناصر ارتباطات اجتماعی
۴. مدیریت ارتباطات در سازمان های گردشگری
۵. نظریه های ارتباطات
۶. ارتباطات جهانی و گردشگری
۷. ارتباطات و رشد ملی
۸. مدیریت ارتباطات بین فرهنگی در گردشگری
۹. رسالت ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی در توسعه گردشگری
۱۰. نظریه های جهانی شدن و ارتباطات
۱۱. کارکردگرایی و ارتباطات 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 نیم‌سال	۲۰ درصد
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. فرهنگی، علی اکبر؛ طهماسب پور، زهرا (۱۴۰۲). ارتباطات میان فرهنگی در گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
۲. دهقان، علیرضا (۱۴۰۱). نظریه‌های ارتباطات، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. ام‌گرفین؛ ترجمه غلامرضا آذری (۱۴۰۰). نگاه اول به نظریه ارتباطات، (جلد اول) تهران: انتشارات سمت.
۴. ام‌گرفین؛ ترجمه غلامرضا آذری (۱۴۰۰). نگاه اول به نظریه ارتباطات، (جلد دوم) تهران: انتشارات سمت.
۵. طهماسب پور، زهرا؛ فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰). ارتباطات انسانی در گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
6. Garnettm, James (2024). Handbook of Administrative Communication, Taylor & Francis.
7. Koc, Erdogan (2021). Cross-cultural Aspects of Tourism and Hospitality, Routledge.
8. Bliss, Daniel W. (2021). Modern Communications: A Systematic Introduction, Cambridge University Press.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: تجزیه و تحلیل مدل‌های کمی و کیفی در مدیریت گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Qualitative & Quantitative Analysis in Tourism Management	
دروس پیش نیاز:	ندارد	نوع درس و واحد	
دروس هم نیاز:	ندارد	پایه ☐ نظری ☒	
تعداد واحد:	۲	تخصصی الزامی ☐ تخصصی اختیاری ☒	
تعداد ساعت:	۳۲	رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مرتبط با مأموریت ☐ مرتبط با آمایش ☒	
		موسسه است ☐ موسسه نیست ☒	

ب) هدف کلی:

- توسعه مهارت‌های تحلیلی در استفاده از مدل‌های کمی برای ارزیابی و پیش‌بینی روندهای گردشگری
- فراگیری تکنیک‌های کیفی برای درک عمیق‌تر از رفتارهای گردشگران و تجزیه و تحلیل تأثیرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری

اهداف ویژه:

۱. بسط توانایی طراحی و اجرای پروژه‌های تحقیقاتی با هدف ترسیم یک تصویر جامع از پدیده‌های گردشگری
۲. بسط مهارت تحلیل و تفسیر نتایج تحقیقات و استفاده از آن‌ها در بهبود سیاست‌ها و استراتژی‌های گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. تحلیل کمی و کیفی در پژوهش‌های گردشگری؛
۲. مبانی و مفاهیم مدل‌های کمی در مدیریت گردشگری:
 - مدل‌های ریاضی و آماری
 - انواع داده‌های کمی در گردشگری (مقادیر جمعیتی، مالی، زمانی و ...)
 - کاربرد مدل‌های کمی در پیش‌بینی روندها
۳. روش‌های آماری برای تحلیل داده‌های گردشگری (آمار توصیفی و استنباطی، تحلیل رگرسیون و مدل‌های پیش‌بینی)؛
۴. داده کاوی و استفاده از داده‌های بزرگ در گردشگری
 - تکنیک‌های داده کاوی در صنعت گردشگری
 - استفاده از داده‌های بزرگ برای تحلیل رفتار گردشگران
 - ابزارهای نرم‌افزاری برای داده کاوی
۵. مبانی و اصول روش‌های کیفی در پژوهش‌های گردشگری
 - روش‌های مختلف تحقیق کیفی (مصاحبه‌های عمیق، گروه‌های کانونی، تحلیل محتوای متنی)
 - جمع‌آوری داده‌های کیفی
 - تحلیل داده‌های کیفی
۶. مطالعه و تحلیل رفتار گردشگران با استفاده از روش‌های کیفی



- درک انگیزه‌ها و نگرش‌های گردشگران
- روش‌های مطالعه تجربیات و احساسات گردشگران
- تأثیر فرهنگ و جامعه بر رفتار گردشگران
- ۷. تحلیل تأثیرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری با روش‌های کیفی
- ۸. مدل‌های پیش‌بینی در گردشگری با استفاده از داده‌های کمی
- ۹. نتایج و کاربردهای تحلیل داده‌ها در مدیریت گردشگری
- انتقال و تفسیر نتایج تحقیق به ذینفعان
- استفاده از نتایج برای طراحی استراتژی‌های گردشگری
- ارزیابی اثربخشی سیاست‌های گردشگری مبتنی بر داده‌های تحلیلی

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. هان، ژیاوی؛ کامبر، میشلین و پی، ژان ترجمه نسترن حاجی‌حیدری، سید بهنام خاکباز (۱۴۰۲). داده‌کاوی؛ مفاهیم (جلد اول). تهران: دانشگاه تهران.
۲. هان، ژیاوی؛ کامبر، میشلین و پی، ژان ترجمه نسترن حاجی‌حیدری، سید بهنام خاکباز (۱۴۰۲). داده‌کاوی؛ تکنیک‌ها (جلد دوم). تهران: دانشگاه تهران.
۳. کینگ، گری؛ کیوهن؛ رابرت او. و وربا، سیدنی ترجمه علی عابدی رنانی (۱۴۰۲). طراحی پژوهش اجتماعی: استنباط علمی در پژوهش کیفی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۴. میریام، شاران بی.؛ تیسدل، الیزابت جی. ترجمه علیرضا کیامنش و مریم دانای طوس (۱۴۰۲). پژوهش کیفی: راهنمای طراحی و کاربرست. تهران: انتشارات سمت.

5. Egger, Roman (2022). Applied Data Science in Tourism: Interdisciplinary Approaches, Methodologies, and Applications, Springer International Publishing.



6. Mellom, Patrick A. (2021). Qualitative Comparative Analysis: An Introduction to Research Design and Application, Georgetown University Press.
7. Rubin, Ashley T. (2021). Rocking Qualitative Social Science: An Irreverent Guide to Rigorous Research, Stanford University Press.

ج) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی				
عنوان درس به انگلیسی:		Cultural Tourism in Islamic Countries		نوع درس و واحد
دروس پیش نیاز:		ندارد		☐ پایه ☒ نظری
دروس هم نیاز:		ندارد		☐ عملی ☐ تخصصی الزامی
تعداد واحد:		۲	نظری	☒ تخصصی اختیاری ☐ نظری-عملی
				☐ رساله
				☐ مهارتی-اشتغال پذیری
تعداد ساعت:		۳۲		
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس				
مرتبط با آمایش/مأموریت		مرتبط با مأموریت/آمایش		
☒ موسسه نیست		☐ موسسه است		

ب) هدف کلی:

- شناخت و تحلیل زمینه‌های متنوع و اشتراکات فرهنگی کشورهای اسلامی
- بررسی و تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های توسعه گردشگری فرهنگی هم‌پیوند میان کشورهای اسلامی

اهداف ویژه:

۱. بسط مهارت در تحلیل مشابهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی کشورهای اسلامی
۲. بررسی تعاملات تاریخی و فرهنگی میان کشورهای اسلامی و نحوه بهره‌گیری از این اشتراکات در تقویت گردشگری فرهنگی
۳. ارزیابی چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در توسعه گردشگری فرهنگی میان کشورهای اسلامی و کسب مهارت در ارائه راهکارهای عملی.

پ) سرفصل‌ها:

۱. آشنایی با مفاهیم کلیدی گردشگری فرهنگی، به ویژه در زمینه کشورهای اسلامی
۲. نقش فرهنگ اسلامی در توسعه گردشگری
۳. شناخت فرهنگی کشورهای اسلامی: مشابهت‌ها و تفاوت‌ها
۴. ویژگی‌های فرهنگی کشورهای اسلامی و تجربه و مدیریت گردشگری
۵. روابط فرهنگی و تعاملات بین کشورهای اسلامی
۶. مسیرهای تجاری و زیارتی و توسعه گردشگری فرهنگی بین کشورهای اسلامی
۷. میراث فرهنگی و تاریخی کشورهای اسلامی
۸. چالش‌های توسعه گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی
۹. تجارب موفق در توسعه گردشگری فرهنگی در کشورهای اسلامی

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. کربلانی پازوکی، علی اکبر (۱۴۰۲). مجموعه مقالات گفتگوهای بین‌الادیانی (۲) همایش بین‌المللی زیارت در ادیان و فرهنگ‌ها. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. معدل، منصور ترجمه امیرخرمی (۱۴۰۲). ارزش‌ها و نگرش‌های مردم کشورهای اسلامی خاورمیانه. تهران: انتشارات اندیشه احسان.
۳. ذنون طه، عبدالواحد ترجمه حجت‌رسولی (۱۴۰۱). جهانگردی و جهانگردان غرب و شرق تمدن اسلامی (جهانگردان اندلس). تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
4. Richards, G. (2021). Rethinking Cultural Tourism, Edward Elgar Publishing.
5. Timothy, D. J. (2020). Cultural Heritage and Tourism: An Introduction, Channel View Publications.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام‌الکترونیک امکان‌پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: مسائل کلیدی در مردم‌شناسی توسعه گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Critical Issues in the Anthropology of Tourism Development	
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	رساله ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مهارتی-اشتغال پذیری ☐	مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه ☐
		نیست ☒	مرتبط با مأموریت/آمایش موسسه است ☐

ب) هدف کلی:

- درک و فهم مفاهیم و نظریه‌های مردم‌شناسی توسعه گردشگری
- کسب مهارت در تحلیل مسائل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مرتبط با توسعه گردشگری

اهداف ویژه:

۱. کسب دانش و مهارت در تحلیل انتقادی رویکردهای مختلف توسعه گردشگری از منظر مردم‌شناسی
۲. کسب و بسط مهارت در تدوین راهکارهای مبتنی بر مردم‌شناسی برای توسعه پایدار گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. مفاهیم بنیادین مردم‌شناسی توسعه و گردشگری
۲. رویکردهای مختلف مردم‌شناسی در مطالعه توسعه گردشگری، مانند مردم‌شناسی مارکسیستی، فمینیستی، پسااستعماری و فرهنگی
۳. رویکردهای غالب توسعه گردشگری و تأثیر آنها بر جوامع محلی و فرهنگ‌های بومی
۴. پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی توسعه گردشگری (جابجایی اجباری، نابرابری اجتماعی، تخریب محیط زیست و همگون‌سازی فرهنگی)
۵. نقش قدرت و ساختارهای اجتماعی در شکل‌دهی به فرآیندهای توسعه گردشگری
۶. مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری: چالش‌ها و فرصت‌ها
۷. روش‌های تحقیق مردم‌شناسی در مطالعه 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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. شلدون، پائولین جی و دانیل، روبرتو ترجمه بهار بیشمی و غلام حیدر ابراهیم بای سلامی (۱۴۰۰). کارآفرینی اجتماعی و گردشگری. تهران: دانشگاه تهران.
۲. بیگر، راینته و ال شون، ماجا میشائیل ترجمه مهدی قربانی (۱۳۹۹). اصول ایجاد تاب‌آوری: پایدار سازی خدمات اکوسیستم در نظام‌های اجتماعی - اکولوژیک. تهران: دانشگاه تهران.
3. Adams, K. M.; Leite, N. M.; Castañeda, Q. E. (2019). The Ethnography of Tourism: Edward Bruner and Beyond, Lexington Books.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: نظریه های فرهنگ، هنر و تمدن در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Theoretical Perspectives on Culture, Art, and Civilization in Tourism	
عنوان درس به انگلیسی:	ندارد	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	رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس			
مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه ☒ نیست		مرتبط با مأموریت/آمایش ☐ موسسه است	

ب) هدف کلی:

- بررسی و نقد نظریه های مختلف درباره ی نقش فرهنگ، هنر و تمدن در شکل گیری و پایداری گردشگری
- کسب مهارت در پیاده سازی نظریه ها در طراحی تجارب منحصر به فرد برای گردشگران

اهداف ویژه:

۱. فهم نظریه های مختلف در زمینه پیوند فرهنگ، هنر و تمدن و حوزه گردشگری و بررسی انتقادی آن ها
۲. تحلیل نقش فرهنگ، هنر و تمدن در شکل گیری تجارب و هویت های گردشگران، جوامع میزبان و صنعت گردشگری به عنوان یک کل

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم بنیادین فرهنگ، هنر و تمدن در ارتباط با گردشگری (هویت فرهنگی، اصالت، بازنمایی و مصرف فرهنگی و ..)
۲. نظریه های بنیادی در گردشگری فرهنگی (مدرنیته، پست مدرنیته، پسااستعماری)
۳. نقش فرهنگ، هنر و تمدن در شکل دهی به جاذبه های گردشگری، تجربیات گردشگران و هویت مقاصد گردشگری
۴. بازنمایی فرهنگ، هنر و تمدن در مواد تبلیغاتی گردشگری و رسانه ها
۵. شکل گیری و بازنمایی هویت های فرهنگی در تجربیات گردشگری
۶. اصالت و بازنمایی فرهنگی در گردشگری
۷. تأثیر مصرف فرهنگی بر فرهنگ ها و جوامع میزبان

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. دارابی، علی (۱۴۰۲). درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه. تهران: شعبه دانشگاه تهران جهاد دانشگاهی.
۲. بهرام نژاد، محسن (۱۴۰۲). تاریخ فرهنگ و تمدن ایران در دوره صفویه. تهران: انتشارات سمت.
۳. ربیعی، هادی (۱۴۰۲). مجموعه هنر در تمدن اسلامی مبانی نظری. تهران: انتشارات سمت.
۴. بهار، مهری (۱۴۰۰). مصرف و فرهنگ، تهران: انتشارات سمت.
5. Arslan, Erdal & Coşkun, İnci Oya (2022). Identity Construction and Tourism Consumption, Springer Nature Singapore.
6. Edensor, T. (2020). National Identity, Popular Culture and Everyday Life, Taylor & Francis.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: منظر فرهنگی و نظریه های نوین مکان و فضای گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Cultural Landscape and Contemporary Theories of Place and Tourism Spaces	
دروس پیش نیاز:		ندارد	
دروس هم نیاز:		ندارد	
تعداد واحد:	۲	نظری	تخصصی اختیاری ☒
			نظری-عملی ☐
	رساله ☐		
تعداد ساعت:	۳۲	مهارتی -اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مرتبط با آمایش/مأموریت ☐	مرتبط با مأموریت/آمایش ☐
		موسسه نیست ☒	موسسه است ☐

ب) هدف کلی:

- شناخت و فهم منظر فرهنگی به عنوان عنصر اساسی در شکل گیری و تجربه ی مکان و فضای گردشگری

اهداف ویژه:

۱. شناخت ابعاد مختلف منظر فرهنگی و نقش آن در شکل گیری تجربه ی گردشگران
۲. کسب مهارت در تدوین راهکارهای عملی برای بهینه سازی و توسعه منظر فرهنگی در فضاهای گردشگری به منظور ارتقای تجربه ی گردشگران؛

پ) سرفصل ها:

۱. مفهوم منظر فرهنگی
۲. انواع منظر فرهنگی
۳. ابعاد مختلف منظر فرهنگی در فضاهای گردشگری
۴. منظر فرهنگی و هویت مکان: هویت محلی، حس تعلق، و روایت های مکانی
۵. منظر فرهنگی و تجارب گردشگری: رضایت، کیفیت، و معناداری
۶. رویکردهای نوین در مدیریت منظر فرهنگی
۷. تدوین برنامه های مدیریت منظر فرهنگی: شناسایی، ارزیابی، حفاظت، احیا، و توسعه
۸. راهکارهای عملی برای بهینه سازی و توسعه منظر فرهنگی در فضاهای 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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. آنتروپ، مارک و ایتفله، فیرله فان ترجمه حسن دارابی پروانه صباغ زیارانی (۱۴۰۲). دیدگاه‌های منظر: ماهیت کل گرای منظر. تهران: دانشگاه تهران.
۲. فدایی نژاد، سمیه؛ عشرتی، پرستو و حناچی، پیروز (۱۳۹۸). اصالت و یکپارچگی در حفاظت منظر فرهنگی، تهران: انتشارات سمت.
3. Samalavičius, A. (2021). Site, Symbol and Cultural Landscape, Cambridge Scholars Publishing.
4. Amoruso, Giuseppe & Salerno, Rossella (2019). Cultural Landscape in Practice: Conservation Vs. Emergencies, Springer International Publishing.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: تحلیل و کاربرد نظریه ها و مدل های اقتصادی در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Economic Theories and Models in Tourism: Analysis and Application	
عنوان درس به انگلیسی:	ندارد	نوع درس و واحد	پایه ☐ نظری ☒
دروس پیش نیاز:	ندارد	تخصصی الزامی ☐ تخصصی اختیاری ☒	عملی ☐ نظری-عملی ☐
تعداد واحد:	۲	رساله ☐	مهارتی-اشتغال پذیری ☐
تعداد ساعت:	۳۲	مربط با آمایش/مأموریتی درس	مربط با آمایش/مأموریت ☐ موسسه نیست ☒
		مربط با آمایش/مأموریت ☐ موسسه است ☐	

ب) هدف کلی:

نقد و تحلیل نظریه های اقتصادی و کسب و بسط مهارت استفاده از مدل های اقتصادی در تصمیم گیری خط مشی گذاری گردشگری

اهداف ویژه:

۱. تعمیق درک نظریه های اقتصادی و کاربرد آنها در خط مشی گذاری و تصمیم گیری های گردشگری
۲. کسب مهارت در کاربرد و تحلیل ابزارهای اقتصادی برای ارزیابی و مدیریت پروژه های گردشگری

پ) سرفصل ها:

۱. تبیین مفاهیم نظریه های اقتصادی در تصمیم گیری ها و خط مشی گذاری ها
۲. کاربرد نظریه های اقتصادی در گردشگری
۳. تبیین فنون تصمیم گیری و طبقه بندی آنها
۴. تحلیل و تبیین کاربرد CBA با CGE و I-O و مقایسه تطبیقی آنها
۵. تبیین و تحلیل اهمیت CBA در پروژه های گردشگری
۶. تحلیل چگونگی استفاده از NPV, IRR و BCR

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 | ۲۰ درصد |
| آزمون پایان نیم سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۲۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۴۰ درصد |



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، مایک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. تودارو، مایکل پی. و اسمیت، استفن سی. ترجمه وحید محمودی (۱۴۰۱). توسعه اقتصادی، تهران: دانشگاه تهران.
۲. ربانی، راضیه (۱۴۰۱). اقتصاد تجربه و گردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
۳. سایمون، ویلیام اچ. (۱۴۰۰). ترجمه زهرا اسکندری دورباطی، جنبش توسعه اقتصادی اجتماع محلی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
4. Vanhove, N. (2022). The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice, Taylor & Francis.
5. Chen, Y. (2021). Economics of Tourism and Hospitality: A Micro Approach, Taylor & Francis.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: اقتصاد سنجی در گردشگری				
نوع درس و واحد		Econometrics in Tourism		عنوان درس به انگلیسی:
نظری ■	پایه □	ندارد		دروس پیش نیاز:
عملی □	تخصصی الزامی □	ندارد		دروس هم نیاز:
نظری-عملی □	تخصصی اختیاری ■	نظری	۲	تعداد واحد:
	رساله □			
	مهارتی-اشتغال پذیری □		۳۲	تعداد ساعت:
مرتبط با مأموریت/آمایش □ موسسه است □		وضعیت آمایشی/مأموریتی درس مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه ■ نیست ■		

ب) هدف کلی:

کسب و بسط مهارت در استفاده از روش ها و مدل های اقتصادسنجی برای تحلیل داده ها و ارزیابی اثرات اقتصادی در صنعت گردشگری.

اهداف ویژه:

۱. تسلط بر روش ها و تکنیک های اقتصادسنجی در تحلیل داده های گردشگری
۲. ارزیابی و تبیین اثرات اقتصادی در صنعت گردشگری با استفاده از مدل های اقتصادسنجی

پ) سرفصل ها:

۱. مفاهیم بنیادین اقتصادسنجی
۲. کاربرد مدل های رگرسیون خطی ساده و چندگانه در تحلیل داده های گردشگری
۳. جمع آوری و آماده سازی داده ها در اقتصادسنجی گردشگری
۴. تحلیل داده های سری زمانی و پیش بینی و مدل سازی سری زمانی
۵. مدل های اقتصادسنجی مقطعی و پانل دیتا
۶. کاربرد اقتصادسنجی در ارزیابی اثرات اقتصادی خط مشی ها و پروژه های گردشگری
۷. آشنایی با نرم افزارهای اقتصادسنجی 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):

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

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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. نوفرستی، محمد (۱۴۰۰). اقتصادسنجی کاربردی داده‌های سری زمانی؛ تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
۲. ابریشمی، حمید و مهرآرا، محسن (۱۳۹۸). اقتصادسنجی کاربردی، تهران: دانشگاه تهران.
۳. نوفرستی، محمد (۱۳۹۸). الگوسازی اقتصادسنجی کلان در ایران؛ تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
4. Hansen, B. (2022). Econometrics, Princeton University Press.
5. Dwyer, L.; Forsyth, P. & Dwyer, W. (2020). Tourism Economics and Policy, Channel View Publications.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: سرمایه گذاری در گردشگری				
نوع درس و واحد		Investment in Tourism		عنوان درس به انگلیسی:
نظری ☒	پایه ☐	ندارد		دروس پیش نیاز:
عملی ☐	تخصصی الزامی ☐	ندارد		دروس هم نیاز:
نظری-عملی ☐	تخصصی اختیاری ☒	نظری	۲	تعداد واحد:
رساله ☐			۳۲	تعداد ساعت:
مهارتی-اشتغال پذیری ☐				
مرتبط با مأموریت/آمایش ☐		وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		
موسسه است ☐		مرتبط با آمایش/مأموریت موسسه ☒		

ب) هدف کلی:

فراگیری دانش و کسب مهارت‌های لازم برای تحلیل، ارزیابی و مدیریت سرمایه گذاری‌ها در صنعت گردشگری

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش‌ها و ابزار تحلیل سرمایه گذاری در گردشگری
۲. ارزیابی ریسک و مدیریت آن در سرمایه گذاری‌های گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. انواع سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
۲. انواع سرمایه گذاری در صنعت گردشگری (نرخ بازگشت داخلی (IRR)، ارزش خالص فعلی (NPV))
۳. اهمیت و کاربردهای نسبت سود به هزینه در تصمیم‌گیری‌های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
۴. مدیریت ریسک (مالی، عملیاتی، بازار و ...) در سرمایه گذاری‌های گردشگری
۵. روش‌های ارزیابی ریسک (تحلیل حساسیت، تحلیل سناریو)
۶. استراتژی‌های مدیریت ریسک
۷. تکنیک‌های نوین در تحلیل سرمایه گذاری گردشگری (مدل‌های شبکه عصبی و ...)

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 |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۲۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۴۰ درصد |



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. راعی، رضا و پویان فر، احمد (۱۴۰۱). مدیریت سرمایه گذاری پیشرفته، تهران: انتشارات سمت.
۲. فتحی، سعید؛ صدرالدین، ابراهیم و عجم، علیرضا (۱۴۰۰). مبانی مدیریت سرمایه گذاری، تهران: انتشارات سمت.
۳. کسائی، مسعود (۱۳۹۸). بررسی اقتصادی طرحهای سرمایه گذاری، تهران: انتشارات سمت.
4. Mondello, E. (2023). Applied Fundamentals in Finance: Portfolio Management and Investments, Springer.
5. Jönsson, H. C. (2022). Tourism and Foreign Direct Investment: Issues, Challenges and Prospects, Taylor & Francis.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: اقتصاد توسعه منطقه‌ای گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Regional Tourism Development Economics	
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	رساله ☐	
		مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مرتبط با مأموریت ☐	مرتبط با مأموریت ☒
		موسسه است ☐	موسسه نیست ☒

ب) هدف کلی:

- کسب و بسط مهارت در کاربرد نظریه‌های اقتصادی در توسعه گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
- تحلیل و بررسی اثر صنعت گردشگری بر توسعه اقتصادی در مقیاس منطقه‌ای

اهداف ویژه:

۱. کسب دانش و مهارت در تحلیل عوامل مکانی و تأثیرات فضایی در توسعه صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
۲. تقویت مهارت در ارزیابی اثرات مثبت و منفی صنعت گردشگری بر توسعه اقتصادی و توازن منطقه‌ای

پ) سرفصل‌ها:

۱. رشد و توسعه گردشگری در مقیاس منطقه‌ای؛
۲. تحلیل عوامل مکانی و تأثیرات فضایی در توسعه صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای (اقتصادهای تجمعی، تصمیمات مکانی صنعتی و ...)
۳. اثرات اقتصادی (مستقیم و غیرمستقیم و القایی) توسعه صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
۴. روش‌ها و ابزارهای ارزیابی و پایش عملکرد اقتصادی صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
۵. اثرات اجتماعی و محیطی توسعه صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
۶. مدل‌سازی و پیش‌بینی توسعه صنعت گردشگری در مقیاس منطقه‌ای
۷. مدیریت ریسک و پایداری توسعه گردشگری در مقیاس منطقه‌ای

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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت ربرد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. اکبری، نعمت الله و کریمی، نسرين (۱۴۰۲). اقتصاد منطقه‌ای، تهران: انتشارات سمت.
2. Conway Jr., R. S. (2022). Empirical Regional Economics: Economic Base Theory, Models and Applications, Springer.
3. Kourtit, K.; Nijkamp, P. & Suzuki, S. (2021). Tourism and Regional Science: New Roads, Springer Nature Singapore.
4. Ferrante, M.; Fritz, O. & Öner, Ö. (2020). Regional Science Perspectives on Tourism and Hospitality, Springer International Publishing.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود 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 در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Quantitative Research Methods 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	رساله ☐ مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مرتبط با مأموریت ☒ مرتبط با آمایش/مأموریت ☐	مرتبط با مأموریت/آمایش ☐ موسسه است ☐ موسسه نیست ☒

ب) هدف کلی:

تقویت مهارت در استفاده از روش‌های پژوهش کمی و کاربرد ابزارها و تکنیک‌های پیچیده تحلیل داده‌ها و مدل‌سازی

اهداف ویژه:

۱. تقویت مهارت در کاربرد تکنیک‌های پیچیده داده کاوی
۲. آشنایی با منابع داده‌های مختلف مانند پایگاه‌های داده‌ی گردشگری، اطلاعات مردم‌شناسی، و داده‌های فرهنگی برای انجام پژوهش‌های کمی در حوزه گردشگری

پ) سرفصل‌ها:

۱. مدل‌های رگرسیون خطی و غیرخطی و کاربرد آن در تحلیل و پیش‌بینی رفتارهای گردشگری
۲. مدل‌سازی احتمالی و کاربرد در پژوهش‌های گردشگری
۳. روش‌های آماری پیشرفته برای تجزیه و تحلیل داده‌های طولی در گردشگری (مدل‌های سری زمانی و...)
۴. تکنیک‌های پیچیده داده کاوی در گردشگری مانند خوشه‌بندی، تحلیل عاملی، و تحلیل شبکه‌ای در مطالعات گردشگری
۵. روش‌های آماری فضایی در مطالعات گردشگری (مدل‌های شبکه‌های فضایی)
۶. روش‌های شبیه‌سازی در مدل‌سازی 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
آزمون پایان نیم‌سال	۲۰ درصد
پروژه	۲۰ درصد
آزمون پایانی	۴۰ درصد



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

تخته وایت برد، مایژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. هان، ژیاوی؛ کامبر، میشلین و پی، ژان ترجمه نسترن حاجی حیدری، سید بهنام خاکباز (۱۴۰۲). داده کاوی؛ مفاهیم (جلد اول)، تهران: دانشگاه تهران.
۲. هان، ژیاوی؛ کامبر، میشلین و پی، ژان ترجمه نسترن حاجی حیدری، سید بهنام خاکباز (۱۴۰۲). داده کاوی؛ تکنیک‌ها (جلد دوم)، تهران: دانشگاه تهران.
۳. مهرگان، محمدرضا (۱۴۰۰). مدل سازی ریاضی، تهران: انتشارات سمت.
4. Thrane, C. (2022). Doing Statistical Analysis: A Student's Guide to Quantitative Research, Taylor & Francis.
5. Nunkoo, R. (2020). Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management, Edward Elgar Publishing.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.



الف) عنوان درس به فارسی: روش‌های پژوهش کیفی در گردشگری			
عنوان درس به انگلیسی:		Qualitative Research Methods 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	رساله ☐	
وضعیت آمایشی/مأموریتی درس		مهارتی-اشتغال پذیری ☐	
		مرتبط با مأموریت موسسه ☐	مرتبط با مأموریت/آمایش موسسه است ☐
		نیست ☒	

ب) هدف کلی:

تقویت مهارت در استفاده از روش‌های پژوهش کیفی و حل مسائل پیچیده و چالش‌های مرتبط با صنعت گردشگری

اهداف ویژه:

۱. بسط مهارت در طراحی و اجرای مطالعات پژوهشی کیفی پیچیده در زمینه گردشگری
۲. تقویت مهارت‌های تفسیر عمیق داده‌های کیفی و ارائه یافته‌های پژوهشی

پ) سرفصل‌ها:

۱. بنیان‌های فلسفی پژوهش کیفی
۲. طرح پژوهش کیفی در گردشگری
۳. روش‌های تحلیل داده‌های کیفی (تحلیل گفتمان، قوم‌نگاری، پدیدارشناسی و ...)
۴. آینده پژوهی در گردشگری
۵. مسائل اخلاقی پیچیده در پژوهش کیفی
۶. طرح پژوهشی آمیخته

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 |
| آزمون پایان نیم‌سال | ۲۰ درصد |
| پروژه | ۲۰ درصد |
| آزمون پایانی | ۴۰ درصد |



ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

تخته وایت برد، ماژیک مخصوص، ویدئو پروژکتور، رایانه

چ) منابع علمی پیشنهادی:

۱. هومن، حیدرعلی (۱۴۰۳). راهنمای عملی پژوهش کیفی، تهران: انتشارات سمت.
۲. اکبری، مرتضی و غفوریان، فاطمه السادات (۱۴۰۲). تحلیل داده‌های کیفی با استفاده از نرم افزار atlas.ti 3591، تهران: دانشگاه تهران.
۳. کینگ، گری؛ کیوهن، رابرت او و وربا، سیدنی ترجمه علی عابدی رنانی (۱۴۰۲)، طراحی پژوهش اجتماعی استنباط علمی در پژوهش کیفی، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
4. Buda, D. M.; Burrai, E. & Ivanova, M. (2022). Qualitative Methodologies in Tourism Studies: Disrupting and Co-creating Critical Research, Routledge.
5. Nunkoo, R. (2020). Handbook of Research Methods for Tourism and Hospitality Management, Edward Elgar Publishing.

ح) ملاحظات برای افراد با نیازهای ویژه:

ملاحظات خاصی وجود ندارد.

خ) ملاحظات برای برگزاری الکترونیکی درس:

ارائه مجازی درس در آموزش تمام الکترونیک امکان پذیر است.

