



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

شورای گسترش و برنامه ریزی آموزش عالی



برنامه درسی رشته

مدیریت ورزشی

Sport Management

مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته



گرایش ها

مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی

مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی

مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی

Sport Marketing and Communication
Management

Sport Events and Tourism Management

Sport Organizations and Clubs Management

گروه علوم اجتماعی

پیشنهادی کارگروه تخصصی علوم ورزشی



بایستی

عنوان گرایش (ها): مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی،
مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی، مدیریت سازمان‌ها و
باشگاه‌های ورزشی

دوره تحصیلی: کارشناسی ارشد ناپیوسته

نوع مصوبه: بازنگری (به همراه تغییر عنوان)

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۸/۱۶

نام رشته: مدیریت ورزشی

گروه: علوم اجتماعی

کار گروه تخصصی: علوم ورزشی

پیشنهادی: کار گروه تخصصی علوم ورزشی و پژوهشگاه تربیت

بدنی و علوم ورزشی

برنامه درسی بازنگری شده و تغییر عنوان یافته دوره کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته مدیریت ورزشی با گرایش‌های مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی، مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی، مدیریت سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی، در جلسه شماره ۱۶۲ تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۶ کمیسیون برنامه ریزی آموزشی به شرح زیر تصویب شد:

ماده یک- این برنامه درسی برای دانشجویانی که پس از تصویب این برنامه درسی در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی پذیرفته می‌شوند، قابل اجرا است.

ماده دو- برنامه درسی رشته مدیریت ورزشی با گرایش‌های مدیریت بازاریابی در ورزش، مدیریت اماکن و تأسیسات ورزشی، مدیریت اوقات فراغت ورزش‌های تفریحی، مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی، مدیریت رسانه‌های ورزشی، مدیریت رویدادهای ورزشی مصوب جلسه ۷۸۶ تاریخ ۱۳۹۰/۰۷/۰۴ شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی منسوخ شده و برنامه درسی بازنگری شده با عنوان جدید، جایگزین آن می‌شود.

ماده سه- این برنامه درسی در سه فصل: مشخصات کلی، جدول‌های واحدهای درسی و سرفصل دروس تنظیم شده است و برای اجرا در دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی پس از اخذ مجوز پذیرش دانشجو از شورای گسترش و برنامه‌ریزی آموزش عالی و سایر ضوابط و مقررات مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ابلاغ می‌شود.

ماده چهار- این برنامه درسی از شروع سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ به مدت ۵ سال قابل اجرا است و پس از آن، در صورت تشخیص کارگروه تخصصی مربوطه، نیاز به بازنگری دارد.

دکتر محمدرضا آهنگیان
دبیر کمیسیون برنامه‌ریزی آموزشی





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

برنامه درسی رشته

مدیریت ورزشی

Sport Management

مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته

مشمول بر گرایش‌های:

۱. مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی Sport Marketing and Communication Management

۲. مدیریت رویداد ها و گردشگری ورزشی Sport Events and Tourism Management

۳. مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی Sport Organizations and Clubs Management

تهیه‌کنندگان به ترتیب حروف الفبا:

عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی	دکتر علیرضا الهی
عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی شاهرود	دکتر رضا اندام
عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتر سید عماد حسینی
عضو هیات علمی دانشگاه گیلان	دکتر رحیم رمضانی نژاد
عضو هیات علمی دانشگاه تهران	دکتر سید نصرالله سجادی
عضو هیات علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان	دکتر اسماعیل شریفیان
عضو هیات علمی دانشگاه کردستان	دکتر سعید صادقی بروجردی
عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی	دکتر فرزاد غفوری
عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور	دکتر حمید قاسمی
عضو هیات علمی پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی	دکتر محمدحسین قربانی
عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی	دکتر سارا کشکر
عضو هیات علمی دانشگاه محقق اردبیلی	دکتر مهرداد محرم زاده
عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی	دکتر حبیب هنری
عضو هیات علمی دانشگاه رازی	دکتر بهرام یوسفی



فصل اول

مشخصات کلی برنامه درسی



الف) مقدمه

بخش ورزش، هم از نظر عملی و اجرایی و هم از نظر علمی و آکادمیک، در زمره بخش‌های دارای رشد و توسعه سریع به شمار می‌آید و با توسعه اقتصادی و اجتماعی در سطوح ملی و بین‌المللی مرتبط می‌باشد. این رشد سریع، موجب شکل‌گیری کسب و کارها و رویدادهای متنوعی می‌شود و به نوبه خود خیل عظیمی از مشاغل را به وجود می‌آورد. در نتیجه تربیت متخصصین علوم ورزشی، خصوصاً در بخش مدیریت ورزشی، گامی موثر در راستای توسعه تندرستی جامعه از یک سو و توسعه اقتصادی و اجتماعی از سویی دیگر است.

ب) مشخصات کلی، تعریف و اهداف

هدف از رشته مدیریت ورزشی تربیت متخصصانی ماهر و کارآمد در زمینه فعالیتهای آموزشی، پژوهشی و اجرایی در حوزه مدیریت، بازاریابی، ارتباطات و کارآفرینی در ورزش است. مدیریت ورزشی، شامل مجموعه‌ای از مهارتهای مرتبط با برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، کنترل، بودجه‌بندی، رهبری و ارزیابی در یک سازمان یا واحد اداری است که محصول اصلی آن مربوط به ورزشی و فعالیت‌های بدنی است. دانش آموختگان مدیریت ورزشی می‌توانند در حوزه ورزش حرفه‌ای، قهرمانی، همگانی و تربیتی به فعالیت بپردازند و به طور خاص در باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها، سازمان‌های دولتی ورزشی، رسانه‌های مختلف ورزشی (خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و مجلات و همچنین صدا و سیما)، شرکت‌های تبلیغاتی ورزشی، شرکت‌های تولید و توزیع کالاهای ورزشی، اماکن ورزشی، استادیوم‌ها، در دانشگاه و مدارس و سایر بخشهای صنعت ورزش به فعالیت بپردازند. فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت ورزشی می‌توانند در نقش مدیر، کارشناس، مدرس و مربی، محقق و مشاور با سازمانهای مختلف ورزشی همکاری داشته باشند.

پ) ضرورت و اهمیت

رواج ورزش در عصر حاضر، سبب رونق هر چه بیشتر این صنعت شده است و نمی‌توان از اهمیت اقتصادی و اجتماعی ورزش در توسعه جوامع مختلف چشم‌پوشی کرد. ورزش از بزرگ‌ترین و پر درآمدترین صنایع در قرن بیست و یکم به شمار می‌رود و به سرعت جهانی شده و قلمرو گسترده‌ای را شامل شده است. متاثر از این سیر رشد؛ سازمان‌ها، باشگاه‌ها، رویدادها، فرایندها و سازوکارهای بسیاری شکل گرفته و یا نیازمند ایجاد و توسعه است. در این راستا، از طریق رشته مدیریت ورزشی می‌توان با ترویج و ایجاد دانش مدیریت ورزشی، دانش آموختگانی را تربیت نمود که با قرارگیری در سطوح و جایگاه‌های مختلف سازمانها، باشگاه‌ها و رویدادهای ورزشی و یا با ایجاد کسب و کارهای مختلف در این حوزه، مسیر توسعه و مدیریت ورزش کشور را هموار نمود.



جدول (۱) - توزیع واحدها



تعداد واحد	نوع دروس
۶	مشترک بین گرایش‌ها
۱۴	ویژه هر گرایش
۶	دروس اختیاری
۶	پایان‌نامه
۳۲	جمع

نکته: دانشجویانی که رشته مقطع کارشناسی آنان غیرمرتبط می‌باشد بایستی ۱۲ واحد (۶ واحد عملی و ۶ واحد نظری) را به عنوان دروس جبرانی از میان دروس دوره کارشناسی علوم ورزشی در نیمسال اول تا دوم بگذرانند. انتخاب این دروس به تشخیص گروه آموزشی دانشگاه / موسسه می‌باشد و بایستی شامل دروسی باشد که دانش پایه و اصلی رشته علوم ورزشی را در بر بگیرد.

ث) مهارت، توانمندی و شایستگی دانش‌آموختگان

مهارت‌ها، شایستگی‌ها و توانمندی‌های ویژه	دروس مرتبط
توانمندی در تعریف و اجرای پژوهش‌های مدیریت ورزشی	۱- آمار در مدیریت ورزش ۲- روش تحقیق در مدیریت ورزش
مشاوره کارآفرینی، راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای ورزشی	۱- مدیریت کسب و کار در باشگاه‌های ورزشی ۲- کارآفرینی در ورزش
خبرنگاری و انجام فعالیت‌های رسانه‌ای ورزش	۱- ارتباطات ورزشی ۲- مدیریت رسانه‌های ورزشی ۳- خبرنگاری ورزشی ۴- تولید محتوای چندرسانه‌ای ورزشی ۵- روابط عمومی ورزشی
ارائه برنامه و مشاوره بازاریابی و تبلیغات برای سازمانهای مختلف ورزشی	۱- رفتار مصرف کننده در ورزش ۲- مدیریت راهبردی در بازاریابی ورزشی ۳- بازاریابی رویدادهای ورزشی ۴- تبلیغات در ورزش
مدیریت و برگزاری رویدادهای ورزشی	۱- مدیریت رویدادهای ورزشی ۲- مدیریت نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی ۳- مدیریت داوطلبان در سازمان‌ها و رویدادها ورزشی ۴- مدیریت تشریفات در ورزش
مدیریت و برگزاری رویدادهای تفریحی و گردشگری ورزشی	۱- مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی ۲- مدیریت خدمات گردشگری ورزشی ۳- مدیریت اوقات فراغت و بازی‌ها

کارشناسی ارشد ناپیوسته مدیریت ورزشی / ۶

۴- جهانی شدن و گردشگری ورزشی ۵- مدیریت اردوها و ورزش های تفریحی در هوای آزاد	
۱- مدیریت عملکرد و کیفیت در سازمان های ورزشی ۲- مدیریت راهبردی در ورزش ۳- مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی ۴- مدیریت کسب و کار و استارت آپ های ورزشی	مدیریت باشگاه ها و سازمانهای ورزشی
۱- مدیریت راهبردی در ورزش ۲- توسعه پایدار در ورزش ۳- رفتار سازمانی در ورزش ۴- مدیریت منابع انسانی ۵- اقتصاد ورزش	فعالیت به عنوان مدیر و کارشناس در حوزه های مختلف اداری و تخصصی سازمانهای ورزشی

ج) شرایط و ضوابط ورود به دوره

دانش آموختگان رشته های علوم ورزشی در مقطع کارشناسی می توانند پس از شرکت و قبولی در آزمون ورودی دوره کارشناسی ارشد که توسط سازمان سنجش آموزش کشور برگزار می گردد، وارد این دوره شوند.



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس



جدول (۲) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی (مشترک بین گرایش‌ها)

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	آمار در مدیریت ورزش	۲	*			۳۲		-	
۲.	روش تحقیق در مدیریت ورزش	۲	*			۳۲		-	
۳.	مبانی سازمان و مدیریت در ورزش	۲	*			۳۲		-	

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	پایان نامه	۶		*				-	



جدول (۳) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی گرایش مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	اصول و مبانی بازاریابی ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۲.	رفتار مصرف کننده در ورزش	۲	*			۳۲		-	
۳.	ارتباطات ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۴.	مدیریت برند در ورزش	۲	*			۳۲		-	
۵.	بازاریابی دیجیتال و مدیریت رسانه های ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۶.	مدیریت راهبردی در بازاریابی و ارتباطات ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۷.	سمینار در مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی	۲	*			۳۲		-	



جدول (۴) - عنوان و مشخصات کلی دروس اختیاری گرایش مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	حمایت مالی در ورزش	۲	*			۳۲			
۲.	تحقیقات بازاریابی در ورزش	۲	*			۳۲			
۳.	ارتباطات یکپارچه بازاریابی در ورزش	۲	*			۳۲			
۴.	توسعه پایدار در ورزش	۲	*			۳۲			
۵.	مدیریت کسب و کار و استارت آپ های ورزشی	۲	*			۳۲			
۶.	بازاریابی رویدادهای ورزشی	۲	*			۳۲			
۷.	بازاریابی جهانی در ورزش	۲	*			۳۲			
۸.	تبلیغات در ورزش	۲	*			۳۲			
۹.	مدیریت رویدادهای ورزشی	۲	*			۳۲			
۱۰.	اقتصاد ورزش	۲	*			۳۲			
۱۱.	مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش	۲	*			۳۲			
۱۲.	خبرنگاری ورزشی	۲	*			۳۲			
۱۳.	تولید محتوای چندرسانه ای ورزشی	۲	*			۳۲			
۱۴.	روابط عمومی ورزشی	۲	*			۳۲			
۱۵.	روابط بین الملل در ورزش	۲	*			۳۲			



ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱۶.	مخاطب شناسی	۲	*			۳۲			
۱۷.	مهارت سخن گفتن و نوشتن	۲	*			۳۲			
۱۸.	کارآفرینی در ورزش	۲	*			۳۲			
۱۹.	سواد رسانه ای در ورزش	۲	*			۳۲			
۲۰.	اخلاق و حقوق در ارتباطات ورزشی	۲	*			۳۲			
۲۱.	کارورزی در بازاریابی و ارتباطات ورزشی	۲		*			۱۲۸		
۲۲.	درس انتخابی از دیگر گرایش ها	۲	*			۳۲			



جدول (۵) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی گرایش مدیریت رویداد ها و گردشگری ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	مدیریت رویدادهای ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۲.	بازاریابی رویدادهای ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۳.	مدیریت نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۴.	نظریه ها و مبانی گردشگری ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۵.	مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۶.	مدیریت خدمات گردشگری ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۷.	سمینار در مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی	۲	*			۳۲		-	



جدول (۶) - عنوان و مشخصات کلی دروس اختیاری گرایش مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	مدیریت اوقات فراغت و بازی‌ها	۲	*						
۲.	جنبش المپیک و رویدادهای بین المللی در ورزش	۲	*						
۳.	مدیریت روابط عمومی و بین الملل ورزش	۲	*						
۴.	مدیریت داوطلبان در رویدادها و گردشگری ورزشی	۲	*						
۵.	مدیریت راهبردی در ورزش	۲	*						
۶.	مدیریت ایمنی و امنیت در ورزش	۲	*						
۷.	جهانی شدن و گردشگری ورزشی	۲	*						
۸.	مدیریت کیفیت جامع در رویدادها و گردشگری ورزشی	۲	*						
۹.	محیط ملی و بین المللی تجارت گردشگری ورزشی	۲	*						
۱۰.	تولید محتوای چندرسانه ای ورزشی	۲	*						
۱۱.	مدیریت کسب و کار و استارت‌آپ های ورزشی	۲	*						
۱۲.	مدیریت منابع انسانی در رویدادها و گردشگری ورزشی	۲	*						
۱۳.	مدیریت ریسک و بحران در ورزش	۲	*						
۱۴.	مدیریت اردوها و ورزش های تفریحی در هوای آزاد	۲	*						
۱۵.	کارآفرینی در ورزش	۲	*						
۱۶.	جامعه شناسی ورزش	۲	*						



ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱۷.	آشنایی با سازمان های ملی و بین المللی ورزشی	۲	*						
۱۸.	توسعه پایدار در ورزش	۲	*						
۱۹.	مدیریت پروژه در ورزش	۲	*						
۲۰.	مدیریت تشریفات در ورزش	۲	*						
۲۱.	کارورزی در رویدادها و گردشگری ورزشی	۲		*			۱۲۸		
۲۲.	درس انتخابی از دیگر گرایش ها	۲	*						



جدول (۷) - عنوان و مشخصات کلی دروس تخصصی گرایش مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	مدیریت عملکرد و کیفیت در سازمان های ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۲.	بازاریابی سازمان ها و باشگاه های ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۳.	مدیریت منابع انسانی در ورزش	۲	*			۳۲		-	
۴.	مدیریت راهبردی در سازمان های ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۵.	مدیریت مالی و اداری در ورزش	۲	*			۳۲		-	
۶.	مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی	۲	*			۳۲		-	
۷.	سمینار در مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی	۲	*			۳۲		-	



جدول (۸) - عنوان و مشخصات کلی دروس اختیاری گرایش مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱.	توسعه پایدار در ورزش	۲	*						
۲.	سیاست گذاری و توسعه ورزش	۲	*						
۳.	جنبش المپیک و رویدادهای بین المللی در ورزش	۲	*						
۴.	مدیریت کسب و کار و استارتاپ های ورزشی	۲	*						
۵.	مدیریت دانش در ورزش	۲	*						
۶.	تولید محتوای چندرسانه ای ورزشی	۲	*						
۷.	مدیریت بحران در ورزش	۲	*						
۸.	مدیریت پروژه در ورزش	۲	*						
۹.	مدیریت استعدادیابی و تیم های ورزشی	۲	*						
۱۰.	مدیریت داوطلبان، هواداران و تماشاگران در ورزش	۲	*						
۱۱.	مدیریت تشریفات در ورزش	۲	*						
۱۲.	مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش	۲	*						
۱۳.	رفتار سازمانی در ورزش	۲	*						
۱۴.	روابط عمومی ورزشی	۲	*						
۱۵.	مبانی حقوقی و قانونی در ورزش	۲	*						
۱۶.	تبلیغات در ورزش	۲	*						



ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	نوع واحد			تعداد ساعات		پیش نیاز	هم نیاز
			نظری	عملی	نظری - عملی	نظری	عملی		
۱۷.	روابط بین الملل در ورزش	۲	*						
۱۸.	کارآفرینی در ورزش	۲	*						
۱۹.	آشنایی با سازمان ها و باشگاه های ملی و بین المللی ورزشی	۲	*						
۲۰.	اخلاق در ورزش	۲	*						
۲۱.	کارورزی در سازمان ها و باشگاه های ورزشی	۲		*			۱۲۸		
۲۲.	درس انتخابی از دیگر گرایش ها	۲	*						



فصل سوم

ویژگی‌های دروس



الف) عنوان درس به فارسی: آمار در مدیریت ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Statistics in Sport Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

تسلط دانشجویان به روش های آماری توصیفی و استنباطی و کاربرد نرم افزارهای آماری جهت انجام تحلیل آزمون های آماری و تحلیل و تفسیر خروجی SPSS

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم توصیفی و استنباطی آمار
۲. آشنایی و نحوه ثبت داده ها و انجام و محاسبات آماری و آزمون های آماری با نرم افزار SPSS
۳. آشنایی با آزمون های آماری پارامتریک و ناپارامتریک و اجرای آن ها در نرم افزار SPSS

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم پایه ای آماری (شاخص های اندازه گیری مرکزی و پراکندگی و نمودارهای آماری)
۲. معرفی و نحوه ثبت داده ها در SPSS
۳. آزمون های آماری دو متغیری و چند متغیری مستقل و وابسته (پارامتری و غیر پارامتری)
۴. ضرایب همبستگی (پیرسون، اسپیرمن، کندال و ...)، رگرسیون ساده، رگرسیون چند متغیره و رگرسیون چندگانه
۵. روش های مختلف بررسی روابط تعدیل گر و میانجی در تحلیل آماری
۶. روش های بررسی آزمون های روایی و پایایی (تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل مسیر با نرم افزار SPSS)
۷. انجام محاسبات آماری با استفاده از نرم افزار SPSS

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

آموزش نظری و عملی، انجام تکالیف کلاسی، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه، ماشین حساب

چ) فهرست منابع:

۱. ویلیام جی، وینسنت، جوزف پی، ویر. (۱۳۹۷). آمار در تربیت بدنی و علوم ورزشی. ترجمه: واژگن میناسیان. انتشارات علم و حرکت. تهران.
۲. لوئیس کوهن، مایکل هالیدی. (۱۳۹۵). آمار در علوم تربیتی و تربیت بدنی. ترجمه: علی دلاور. نشر رشد. تهران.
۳. سپاسی، حسین. نوربخش، پیروش. (۱۳۹۱). تجزیه و تحلیل آمار پیشرفته در تربیت بدنی و علوم ورزشی (پارامتری و ناپارامتری). انتشارات شهر آب، آینده سازان.
۴. غیاثوند، احمد. (۱۳۹۵). کاربرد آمار و نرم افزار SPSS در تحلیل داده ها: آموزش جامع نرم افزار SPSS. انتشارات: تیسرا. تهران.
5. John Newell, Tom Aitchison, Stanley Grant. (2010). Statistics for Sports and Exercise Science, A Practical Approach. Routledge.
6. Peter O'Donoghue. (2012). Statistics for Sport and Exercise Studies an Introduction. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: روش های تحقیق در مدیریت ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Research Methods in Sport Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم تحقیق، مطالعه منابع، طراحی و گزارش پژوهش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه ای پژوهش و انواع پژوهش
۲. آشنایی با انواع مقاله و متون پژوهشی در علوم ورزشی
۳. یادگیری چگونگی مطالعه و رسیدن به سوال پژوهشی
۴. آشنایی با طراحی و نوشتار بخش های مختلف پژوهش

پ) سرفصل:

۱. هدف از پژوهش، انواع پژوهش و مفاهیم پژوهش
۲. انواع منابع و متون پژوهشی در علوم ورزشی
۳. معرفی بخش های مختلف مقاله و نحوه استفاده از آن ها در نوشتن پروپوزال و پایان نامه
۴. معرفی موتورهای جستجوی مقالات علمی ورزشی و نحوه گرفتن متن کامل مقالات
۵. اهداف پیشینه پژوهش و چگونگی جمع آوری پیشینه
۶. چگونگی تعیین سؤال پژوهش، فرضیه و هدف
۷. انواع متغیرها و نحوه کنترل آن ها در پژوهش
۸. نمونه و جامعه و انواع نمونه گیری در پژوهش
۹. اعتبار داخلی و خارجی در پژوهش و استفاده از آنها در طراحی پژوهش
۱۰. طرح پژوهش و انواع آن در علوم ورزشی
۱۱. مسایل اخلاقی و اصول اخلاقی پژوهش
۱۲. اصول نوشتار پروپوزال پژوهشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. مینگ لی، برندا پیتز. (۱۳۹۷). روش های تحقیق در مدیریت ورزش. ترجمه: حسن اسدی و همکاران. تهران. انتشارات دانشگاه تهران.
۲. خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۹). روش تحقق با رویکرد پایان نامه نویسی. تهران. انتشارات فوژان.
۳. دلاور، علی. (۱۳۹۹). روش تحقیق در روان شناسی و علوم تربیتی. تهران. انتشارات ویرایش.



۴. چاددی. مک اوی، پل مارک پدرسن، دیمن پی.اس اندرو. (۱۳۹۸). طراحی و روش های تحقیق در مدیریت ورزشی. ترجمه: هاشم کوزه چیان. اکبر حیدری. رسول نوروزی. انتشارات حتمی.

5. James Skinner, Allen Edwards & Ben Corbett. (2015). Research Methods for Sport Management. Routledge NY .
6. Neven Seric, Jasenko Ljubica. (2021). Market Research Methods in the Sports Industry. Emerald Publishing Limited.



الف) عنوان درس به فارسی: مبانی سازمان و مدیریت در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Foundation of Organization & Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مبانی و اصول مدیریت سازمان های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با نظریه های سازمان و مدیریت
۲. آشنایی با اصول عمومی مدیریت در سازمان های ورزشی
۳. آشنایی با اصول ویژه مدیریت در سازمان های ورزشی

پ) سرفصل:

نظریه های سازمان و مدیریت

۱. کاربرد نظریه های کلاسیک سازمان و مدیریت در ورزش
۲. کاربرد نظریه های نئو کلاسیک سازمان و مدیریت در ورزش
۳. کاربرد نظریه های اقتضایی سازمان و مدیریت در ورزش

اصول عمومی مدیریت در سازمان های ورزشی

۴. اصول برنامه ریزی در سازمان های ورزشی
۵. اصول سازماندهی در سازمان های ورزشی
۶. اصول هدایت و رهبری سازمان های ورزشی
۷. اصول و روش های نظارت و کنترل در سازمان های ورزشی
۸. اصول و روش های تصمیم گیری در سازمان های ورزشی

اصول ویژه مدیریت در سازمان های ورزشی

۹. اصول مدیریت داوطلبان در ورزش
۱۰. اصول مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی
۱۱. اصول مدیریت رویدادهای ورزشی
۱۲. اصول بازرگانی و حمایت مالی در ورزش
۱۳. اصول مدیریت ریسک و ایمنی در ورزش
۱۴. اصول کیفیت ارتباط و خدمات در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. رابینز، استیفن پی؛ دی سنزو، دیوید. ای. (۱۳۸۵). مبانی مدیریت. ترجمه سید محمد اعرابی، محمد علی رفیعی و بهروز اسراری. دفتر پژوهش های فرهنگی. چاپ چهارم.



۲. رضائیان، علی. (۱۳۹۰). مبانی مدیریت و سازمان. تهران: انتشارات سمت
۳. دوستی، مرتضی (۱۳۹۷). اصول و مبانی مدیریت در سازمان های ورزشی. انتشارات بامداد، چاپ دوم.
۴. رمضانی نژاد، رحیم؛ ریحانی، محمد؛ احمدی، فاطمه (۱۳۹۹). کاربرد نظریه های سازمان و مدیریت در ورزش. انتشارات طنین دانش. چاپ سوم. تبریز.
۵. لوسیر، رابرت؛ کیمبال، دیوید (۲۰۰۴). مدیریت ورزش (اصول، کاربردها، توسعه مهارت). ترجمه رضوی، سید محمد حسین؛ برومند، محمدرضا؛ یوسفی، مریم (۱۳۹۱). تهران: انتشارات بامدادکتاب.
6. Covell, D., Walker, Sh., Sicili, T & hess, P (2007). Managing sports organizations, lincarhouse, srcond Ed.



فصل سوم

مدیریت بازاریابی و ارتباطات ورزشی



الف) عنوان درس به فارسی: اصول و مبانی بازاریابی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Sport Marketing

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم اولیه بازاریابی و بازاریابی ورزشی و کسب مهارت به کارگیری مفاهیم بازاریابی ورزشی در عمل

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم اساسی بازاریابی به صورت کلی
۲. تبیین منحصر به فرد بودن مقوله بازاریابی ورزشی
۳. شناخت تعاملات و شباهت های بازاریابی خدمات و بازاریابی ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی
۲. آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی ورزشی و صنعت ورزش
۳. فلسفه و تئوری های بازاریابی
۴. آمیخته بازاریابی ورزشی
۵. برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی
۶. تحقیقات بازاریابی ورزشی
۷. تقسیم بازار و انتخاب بازار هدف
۸. کیفیت خدمات و ارائه خدمات به مشتریان ورزشی
۹. فعالیت‌های ترویجی در ورزش
۱۰. حمایت مالی به عنوان یک فعالیت ترویجی
۱۱. نقد و بررسی مقالات حوزه بازاریابی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. ونوس و همکاران (۱۳۹۸) مدیریت بازاریابی ، انتشارات سمت
۲. پیتز و استوتلار (۱۳۹۶). مبانی بازاریابی ورزشی، ترجمه عظیم زاده ، انتشارات دانشگاه فردوسی
۳. کشکر، سارا، قاسمی، حمید و تجاری، فرشاد (۱۳۹۴) مدیریت بازاریابی ورزشی، انتشارات علم و حرکت.
4. Smith, A. (2012). Introduction to sport marketing. Routledge.
5. Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). Sport marketing 4th edition. Human Kinetics.



الف) عنوان درس به فارسی: رفتار مصرف کننده در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Consumer Behavior in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

تحلیل رفتار مصرف کننده، چرایی و چگونگی خرید و مصرف محصولات و خدمات ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با چارچوب تحلیل رفتار مصرف کننده
۲. آشنایی با تاثیر عوامل فردی بر رفتار مصرف کننده
۳. آشنایی با تاثیر عوامل محیطی بر رفتار مصرف کننده

پ) سرفصل:

۱. مقدمات، تعاریف و کلیات رفتار مصرف کننده
۲. مدل های رفتار مصرف کننده و خرید
۳. ادراک و انگیزش مصرف کننده ورزشی
۴. نقش یادگیری و حافظه در رفتار مصرف کنندگان ورزشی
۵. نقش نگرش در رفتار مصرف کننده و چگونگی تغییر نگرش مصرف کننده ورزشی
۶. نقش شخصیت و احساسات در مصرف کنندگان ورزشی
۷. تاثیرات گروه های مرجع، طبقه اجتماعی و درآمد در رفتار مصرفی
۸. نقش سبک زندگی، فرهنگ و خرده فرهنگ ها بر رفتار مصرف کنندگان ورزشی
۹. سبک های تصمیم گیری خرید مصرف کنندگان ورزشی
۱۰. رفتار پس از خرید (رضایت، وفاداری، تبلیغات دهان به دهان، حضور مجدد و...) مصرف کنندگان ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. سیدجوادین، سیدرضا و اسفیدانی، محمد رحیم (۱۳۹۰). رفتار مصرف کننده، تهران: دانشگاه تهران.
۲. موون، جان و ماینر، مایکل (۱۳۹۴). رفتار مصرف کننده، ترجمه: کامبیز حیدرزاده، تهران، چاپ چهارم، کتاب مهربان.
۳. کاتلر، فیلیپ و کِلر، کوین لین (۱۳۹۳). مدیریت بازاریابی، ترجمه دکتر مهدی امیرجعفری، جلد اول و دوم، ویرایش چهاردهم، انتشارات نص.

4. Richard K.Miller and Kelli Washington(2009), Consumer Behaviour, 5Th Edition.
5. Michael Solomon, Bamossy.G. Margaret K.H and Askegaard.S (2006), 3th edition, Prentice Hall.
6. Daniel Funk (2008), Consumer Behavior in Sport and Events: Marketing Actions. Elsevier , First Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: ارتباطات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Communication

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اصول ارتباطات و سواد ارتباطی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای ارتباطات ورزشی و انواع ارتباطات در ورزش
۲. آشنایی با نقش ارتباط در شکل‌گیری نیازها، باورها و ارزش‌ها
۳. آشنایی با سواد ارتباطی در ورزش

ب) سرفصل:

۱. مبانی ارتباطات ورزشی
۲. تاریخچه و رشد ارتباطات ورزشی
۳. ارتباطات فردی، سازمانی و جمعی در ورزش
۴. مهارت‌های ارتباطی مؤثر در ورزش
۵. ارتباطات بازاریابی یکپارچه در ورزش
۶. مشاغل موجود در ارتباطات ورزشی
۷. روابط عمومی و ارتباط بحرانی در ورزش
۸. جنبه‌های جامعه‌شناختی ارتباطات ورزشی
۹. موضوعات حقوقی در ارتباطات ورزشی
۱۰. پژوهش در ارتباطات ورزشی

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

تدریس توسط استاد

تکالیف مرتبط با هر بحث

فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید و فراهانی، ابوالفضل. (۱۳۹۶). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. اونومچیلی، چوکا (۱۳۹۹). ارتباطات ورزشی: با رویکرد بین‌الملل. ترجمه: مینا ملائی. تهران: طنین دانش.
3. Pedersen, P. M., Laucella, P., Geurin, A., & Kian, E. (2020). Strategic sport communication. Human Kinetics Publishers .
4. Onwumechili, C. (2017). Sport communication: An international approach. Routledge
5. Billings, A. C. (2016). Defining sport communication. Taylor & Francis.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت برند در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Brand Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم برند و نشان های تجاری و نحوه برندسازی و مدیریت برند در سازمان های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم بنیادین برند
۲. آشنایی با رویکردهای مطالعه و شناخت برند
۳. شناخت مدل های برندسازی و عناصر موثر بر برند ورزشی
۴. یادگیری روشهای مدیریت برند و ارتقای ارزش آن در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و واژگان برند و مدیریت برند و رویکردهای آن
۲. آشنایی با رویکرد اقتصادی و کاربرد آن در صنعت ورزش
۳. رویکرد هویتی در برند و کاربرد آن در صنعت ورزش
۴. رویکرد مبتنی بر مصرف کننده و کاربرد آن در صنعت ورزش
۵. رویکرد شخصیتی برند و کاربرد آن در صنعت ورزش
۶. رویکرد رابطه ای و مفروضات آن و کاربرد آن در صنعت ورزش
۷. رویکرد اجتماعی به مدیریت برند و کاربرد آن در صنعت ورزش
۸. رویکرد فرهنگی در مدیریت برند و کاربرد آن در صنعت ورزش
۹. ارزش ویژه برند و مدل های اندازه گیری آن در ورزش
۱۰. فرایند مدیریت برند در صنعت ورزش

۱۱. موضع یابی برند

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. خداداد حسینی، سید حمید و مهران رضوانی؛ (۱۳۹۵). مدیریت جامع برند؛ دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲. استاوروس، کنستانتینو و آرون سی. تی اسمیت (۱۳۹۹). بینش های برندسازی در ورزش؛ ترجمه حسین اکبری یزدی و عرفان مرادی؛ انتشارات حتمی.
۳. کاپفر، ژان نوئل؛ (۱۳۹۵). مدیریت راهبردی نام تجاری؛ ترجمه سینا قربانلو؛ انتشارات مبلغان.
۴. پریچارد، مارک و استینسون، جفری (۱۳۹۶). نفوذ برند در کسب و کارهای ورزشی، ترجمه: مصطفی افشاری و فهیمه محمدحسن، انتشارات طنین دانش.

5. Bouchet, P., Hillairet, D., & Bodet, G. (2013). Sport brands. Routledge.

6. Jason Lee (2010). Branding in sport business, Carolina Academic Press.



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی دیجیتال و مدیریت رسانه‌های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Digital Marketing and Sport Media Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم بازاریابی دیجیتال و مدیریت رسانه‌های ورزشی و توانایی کاربرد آن‌ها

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای بازاریابی دیجیتال
۲. آشنایی با مفاهیم پایه مدیریت در انواع رسانه ورزشی
۳. آشنایی با مدیریت تبلیغات و برندسازی در رسانه‌های ورزشی
۴. آشنایی با مدیریت رفتار مخاطب و مشتری در رسانه‌های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی بازاریابی دیجیتال
۲. تولید محتوای دیجیتال
۳. تبلیغات آنلاین، مشتریان دیجیتال، بازاریابی موبایلی و بازاریابی ایمیلی
۴. مفاهیم پایه مدیریت در رسانه ورزشی و انواع رسانه‌های ورزشی
۵. الگوهای تولید محتوا در رسانه‌های ورزشی
۶. مخاطب‌شناسی رسانه‌های ورزشی و مدیریت رفتار مخاطب و مشتری ورزشی
۷. مدیریت روابط عمومی در رسانه‌های ورزشی
۸. برنامه‌ریزی منابع در انواع رسانه‌های ورزشی
۹. انواع الگوهای بین‌المللی و ملی حق پخش رسانه‌ای
۱۰. مدیریت تبلیغات و برندسازی درون و برون‌سازمانی در رسانه‌های ورزشی
۱۱. مسائل اخلاقی و حقوقی در بازاریابی دیجیتال و رسانه‌های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. چارلزورث، آلن. (۱۳۹۹). بازاریابی دیجیتال با رویکرد کاربردی. ترجمه: محمدرضا کریمی علویجه. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
۲. روشندل اربطانی، طاهر؛ شریفی، سیدمهدی و لبافی، سمیه. (۱۳۹۷). مدیریت رسانه: مفاهیم، نظریه‌ها و رویکردها. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳. قاسمی، حمید؛ تجاری، فرشاد و کشکر، سارا (۱۳۹۷). فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش. تهران: بامداد کتاب.
4. Nicholson, M., Kerr, A., & Sherwood, M. (2015). Sport and the media: Managing the nexus. Routledge.
5. Seymour, Alan and Blakey, Paul (2020). Digital Sport Marketing: Concepts, Cases and Conversations, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت راهبردی در بازاریابی و ارتباطات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Strategic Management in Sport Marketing and Communication

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
		☒ نظری	☐ عملی		
تعداد ساعت: ۳۲				-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با انواع راهبردهای بازاریابی و نحوه تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه های راهبردی بازاریابی و ارتباطات ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم مدیریت و برنامه ریزی راهبردی
۲. آشنایی با راهبردهای بازاریابی و ارتباطات
۳. آشنایی با مدل های تحلیل محیط در بازاریابی و ارتباطات
۴. روش های تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه های راهبردی بازاریابی و ارتباطات در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم راهبرد و بازاریابی
۲. لزوم تغییرات راهبردی و الزامات اجرای آن
۳. قصد راهبردی و نحوه تدوین آن
۴. روش ها و ابزارهای تحلیل محیط بیرونی بازاریابی و ارتباطات
۵. روش ها و ابزارهای تحلیل محیط درونی بازاریابی و ارتباطات
۶. انواع ابزارهای ممیزی در بازاریابی و ارتباطات و کاربرد آنها در ورزش
۷. انواع راهبردهای بازاریابی و ارتباطات و موارد کاربرد آنها
۸. رویکردهای خلق مزیت راهبردی در ورزش
۹. ارزیابی راهبردی در بازاریابی و ارتباطات ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. میک، هلن و میک، ریچارد (۱۳۹۲). مدیریت استراتژیک بازاریابی؛ ترجمه سید محمد اعرابی و سعیده امیری، دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ دوم.
۲. اوبرین، دنی و همکاران (۱۳۹۹). مدیریت استراتژیک در ورزش، ترجمه حسین اکبری یزدی و عرفان مرادی، انتشارات حتمی.
۳. آلسیم، کارل جان (۱۳۹۱). بازاریابی استراتژیک: نگرش کاربردی؛ ترجمه سیدمحمد اعرابی و محمد آزادی، دفتر پژوهش های فرهنگی.

4. Shilbury, D., Westerbeek, H., Quick, S., Funk, D., & Karg, A. (2020). Strategic sport marketing. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: سمینار در بازاریابی و ارتباطات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Seminar in Sport Marketing and Communication Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

کسب توانایی دانشجویان در تنظیم طرح پژوهشی، گزارش علمی، جستجوی مؤثر مبانی نظری و ادبیات پیشینه در زمینه موضوع

پایان نامه

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با نحوه طرح پیشنهاد پژوهش یا طرح پژوهشی یا پروپوزال
۲. آشنایی با نحوه تنظیم گزارش علمی و ارائه نتایج به صورت سخنرانی
۳. آشنایی با نحوه جستجوی مؤثر برای مبانی نظری و ادبیات پیشینه
۴. آشنایی با نحوه تحلیل پایان نامه ها
۵. آشنایی با معیارهای ارزیابی کیفیت یک اثر علمی

پ) سرفصل:

۱. نحوه تبدیل مشکل به مسئله و عنوان پایان نامه
۲. نحوه تکمیل بخش های مختلف یک پروپوزال
۳. ارائه کلاسی دانشجو از عنوان پیشنهادی و بحث و تبادل نظر بر روی آن
۴. ارائه کلاسی دانشجو از پروپوزال تکمیل شده و بحث و تبادل نظر بر روی آن
۵. آشنایی با چگونگی تدوین و ارائه گزارش نهایی پژوهش (پایان نامه) در حوزه بازاریابی ورزشی و ارتباطات ورزشی
۶. آشنایی با چگونگی نحوه دفاع از پایان نامه به صورت سخنرانی
۷. آشنایی با چگونگی نحوه تنظیم و استخراج مقاله از پایان نامه
۸. نقد و بررسی پایان نامه های حوزه بازاریابی ورزشی و ارتباطات ورزشی
۹. ارائه کنفرانس و بحث و تبادل نظر در خصوص آخرین دستاوردهای علمی پژوهشی حوزه بازاریابی ورزشی و ارتباطات ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۹). روش تحقق با رویکرد پایان نامه نویسی. تهران. انتشارات فوژان.
۲. راهنمای تنظیم پروپوزال و پایان نامه در وبسایت رسمی دانشگاه

3. Eco, Umberto. (2015). How to Write a Thesis. The MIT Press.
4. Graustein, J S. (2014). How to Write an Exceptional Thesis or Dissertation: A Step-By-Step Guide from Proposal to Successful Defense: A Step-By-Step Guide from Proposal to Successful Defense. Atlantic Publishing Group Inc.



الف) عنوان درس به فارسی: حمایت مالی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sponsorship in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اساسی مدیریت حامی گری و راهکارهای جذب، حفظ و توسعه حامیان

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با تئوری ها و مفاهیم حامی گری
۲. ایجاد مهارت جذب، حفظ و توسعه حامیان

پ) سرفصل:

۱. تعاریف و مفاهیم مقدماتی حامی گری
۲. تاریخچه و اهمیت حامی گری
۳. جایگاه حامی گری در بازاریابی ورزشی
۴. نیازسنجی و شناسایی اهداف حامیان
۵. انواع حامی
۶. استراتژی ارتباطات یکپارچه در حامی گری
۷. مسائل حقوقی و قانونی حامی گری
۸. بازاریابی پنهان در حامی گری
۹. فرآیند تدوین برنامه جذب حامی و تدوین بسته پیشنهادی (پروپوزال) جذب حامی
۱۰. حامی گری و رسانه ها
۱۱. حامی گری در ورزش ایران
۱۲. بازاریابی اجتماعی و حامی گری
۱۳. آینده حامی گری ایران و جهان

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. مسترمن، گای (۱۳۹۵). حمایت مالی در ورزش برای بازگشت سرمایه، ترجمه تجاری، فرشاد و همکاران، انتشارات سنا.
۲. فورچونیتو، جان (۱۳۹۸). حمایت مالی در ورزش، اصول و کاربردها، ترجمه درودیان، علی اصغر و همکاران، انتشارات نوروز.
۳. استوتلار، دیوید (۱۳۹۶). حامیان مالی در ورزش، ترجمه طالب پور، مهدی؛ اسمعیلی، محسن و ساعتچیان، وحید. انتشارات طنین دانش.
۴. فراند، آلن و همکاران (۱۳۹۴). راهنمای حمایت مالی در ورزش، ترجمه عظیم زاده، مرتضی و همکاران، انتشارات مولفان تهران.
5. McDonnell, I., & Moir, M. (2013). Event sponsorship. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: تحقیقات بازاریابی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Marketing Research in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اساسی تحقیقات بازاریابی و تحلیل بازارهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با تئوری‌ها و مفاهیم تحقیقات بازاریابی

۲. کسب مهارت و تکنیک‌های تحلیل بازار

پ) سرفصل:

۱. تعاریف و ضرورت تحقیقات بازار (کلیات، دستاوردها و نتایج، الزامات)

۲. فرآیند اجرایی تحقیقات بازار در ورزش

۳. انواع طرح تحقیق و انتخاب رویکرد و طرح تحقیق مناسب با حل مسئله یا بهره‌برداری از فرصت‌های بازاریابی ورزشی

۴. تکنیک‌ها و روش‌های کمی در تحقیقات بازار شامل تحقیقات توصیفی، علی و اکتشافی

۵. تکنیک‌ها و روش‌های کیفی در تحقیقات بازاریابی ورزشی

۶. تکنیک‌ها و روش‌های تجربی در تحقیقات بازاریابی ورزشی

۷. روش‌های جمع‌آوری داده‌های اولیه و ثانویه در بازارهای ورزشی

۸. تحلیل داده‌ها و ارائه گزارش نهایی تحقیقات بازار

۹. تکنیک‌های نوین و کاربرد نرم‌افزار در تحقیقات بازاریابی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. روستا، ابراهیمی و ونوس (۱۳۹۷). تحقیقات بازاریابی (نگرش کاربردی)، تهران، انتشارات سمت.

۲. دیوید آکر (۱۳۹۷) تحقیقات بازاریابی، ترجمه کامبیز حیدرزاده، تهران، انتشارات مهربان نشر.

۳. ایلین فیشر و راسل بلک (۱۳۹۷)، تحقیقات کیفی در بازاریابی و رفتار مصرف‌کننده، انتشارات علم.

4. Söderman, S., & Dolles, H. (Eds.). (2013). Handbook of research on sport and business. Edward Elgar Publishing.

5. eric, Neven and Ljubica, Jasenko (2018). Market Research Methods in the Sports Industry, Emerald Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: ارتباطات یکپارچه بازاریابی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Integrated Marketing Communication in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با رویکردها و مفاهیم مدیریت ارتباطات و تبلیغات در بازاریابی ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم ارتباطات یکپارچه در بازاریابی
۲. آشنایی با مراحل مدیریت ارتباطات در بازاریابی ورزشی
۳. آشنایی با مدل های طراحی و مدیریت تبلیغات
۴. تدوین استراتژی های ارتباطات بازاریابی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و پایه های ارتباطات یکپارچه بازاریابی
۲. نقش و جایگاه ارتباطات یکپارچه بازاریابی در مدیریت بازاریابی
۳. روانشناسی تبلیغات و رفتار مصرف کننده
۴. برنامه ریزی ارتباطات یکپارچه بازاریابی
۵. طراحی پیام تبلیغات
۶. برنامه ریزی رسانه ای ارتباطات بازاریابی
۷. ارزیابی اثربخشی تبلیغات
۸. بودجه بندی ارتباطات بازاریابی
۹. تعیین استراتژی های ارتباطات بازاریابی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. بیرانوند، حمیدرضا (۱۳۸۹)؛ مدیریت تبلیغات بازاریابی؛ انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۲. کاتلر، فیلیپ و کِلر، کوین (۱۳۹۵)؛ مدیریت بازاریابی؛ ترجمه مهدی امیرجعفری؛ جلد دوم؛ انتشارات نص.
۳. موسوی نقابی، سیدمجید؛ مرتضی انوشه، علیرضا احمدیان (۱۳۹۷) مدیریت ارتباطات بازاریابی یکپارچه با نگاهی بر مبانی روانشناختی، مرکز نشر آکادمیک.
4. Information Resources Management Association (Ed.). (2017). Advertising and branding: concepts, methodologies, tools, and applications. IGI Global.



الف) عنوان درس به فارسی: توسعه پایدار در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sustainable Development in sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم توسعه پایدار در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی مدیریت و توسعه پایدار در ورزش
۲. آشنایی با مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۳. آشنایی با کارکردها و مکانیزم‌های توسعه پایدار در ورزش و از طریق ورزش

پ) سرفصل:

۱. توسعه پایدار و ابعاد آن
۲. ورزش و توسعه پایدار
۳. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۴. مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۵. ورزش، استانداردسازی مدیریت و توسعه در ورزش
۶. سیاست گذاری عمومی، مدیریت پایدار و توسعه پایدار
۷. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۸. پایداری محیطی، شهری و معماری و زنجیره تامین سبز در ورزش
۹. ورزش، توسعه و صلح
۱۰. المپیزم و ارزشهای ملی و نقش آن در پایداری ورزش
۱۱. نقش اماکن و رویدادهای ورزشی در مدیریت پایدار و توسعه پایدار

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، فعالیت‌های پژوهشی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. زاهدی، شمس السادات (۱۳۹۳). توسعه پایدار، انتشارات سمت، تهران.
۲. طیبی‌ثانی، سیدمصطفی. روزبهرانی، شهرناز. حسین‌پور، محمد و کوشکی، موسی (۱۳۹۹). ارتقاء نقش ورزش برای اهداف توسعه پایدار، انتشارات نشاء.
۳. پایداری از طریق ورزش (۱۳۹۷)، پیاده‌سازی دستور کار ۲۱ جنبش المپیک، اثری از کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) با همکاری برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد، ترجمه هومن بهمن‌پور و رضا شجاع. تهران: نشر شور آفرین.
4. Sobry, Claude (2016). Sport Tourism and Local Sustainable Development: Prospective of globalization effects - Actors strategy and responsibility, Editions L'Harmattan.
5. Millington, R., & Darnell, S. C. (2019). Introduction: Sport, development and environmental sustainability—issues and controversies. In Sport, Development and Environmental Sustainability (pp. 1-18). Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت کسب و کار و استارت آپ های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Business and Startups Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
		☒	☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آموزش و مطالعه اصول و فرآیند مدیریت کسب و کارها و استارت آپ های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم کسب و کارهای ورزشی
۲. آشنایی با ظرفیت ها، فرصت ها و چالش های کسب و کار های ورزشی
۳. توانمند سازی برای مدیریت موثر مدیریت کسب و کارهای ورزشی
۴. آشنایی با انواع استارت آپ های ورزشی و نحوه راه اندازی و مدیریت آنها

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و اصول پایه در کسب و کارهای ورزشی
۲. نظریه های متداول در مدیریت کسب و کارهای ورزشی
۳. معرفی انواع کسب و کارهای ورزشی
۴. تحلیل بازارهای ورزشی
۵. تحلیل رقبا در کسب و کارهای ورزشی
۶. تدوین مدل کسب و کار
۷. استراتژی های توسعه کسب و کار های ورزشی
۸. انواع استارت آپ های ورزشی
۹. مراحل راه اندازی و مدیریت استارت آپ های ورزشی
۱۰. نقش شتابدهنده ها و بازاریابی در رشد استارت آپ ها

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

تدریس بصورت سخنرانی، کارگروهی و پرسش و پاسخ درباره مطالب درسی انجام می گیرد.

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. ترن برت، لیندا و حسن، دیوید (۱۳۹۵). مدیریت کسب و کار های ورزشی، ترجمه: سید محمد اعزابی، رحیم زارع، سید علیرضا هاشمی- دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲. حسن، دیوید (۱۳۹۸). مدیریت کسب و کار ورزشی: مقدمه ای بر مبانی مدیریت ورزشی (جلد اول) ترجمه: اعظم خلیل پور، حوریه دهقانپوری، میثم نظری قنبری، مائده شفیع زاده، فربا عسکریان.
3. International Sport Business Management: Issues and New Ideas- James J. Zhang, Brenda G. Pitts & Lauren M. Johnson- Routledge.
4. Ratten Vanessa (2020). Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship, Emerald Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی رویدادهای ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Events Marketing

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مرتبط با بازاریابی رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با صنعت ورزش و جایگاه رویدادهای ورزشی در این صنعت
۲. آشنایی با آمیخته بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۳. یادگیری نقش حامیان در رویدادهای ورزشی
۴. آشنایی با حق پخش رسانه ای در رویدادهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. صنعت ورزش و رویدادهای ورزشی
۲. مفاهیم و تعاریف و تئوری های بازاریابی ورزشی
۳. آمیخته بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۴. سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی رویدادهای ورزشی
۵. تحقیقات بازاریابی در رویداد های ورزشی
۶. بازاریابی رویدادهای ورزشی، تلویزیون و رسانه های نوین
۷. حامیان و نقش آنها در رویدادهای ورزشی
۸. مسائل اخلاقی و حقوقی بازاریابی رویدادهای ورزشی
۹. استراتژی های بازاریابی رویدادهای ورزشی
۱۰. ملاحظات بازاریابی بین المللی و جهانی در رویدادهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. پوپ، نایگل و تورکو، دوگ (۱۳۹۶). بازاریابی ورزش و رویداد، ترجمه محمد خبیری، فرشاد تجاری، انتشارات سمت.
۲. شلبری، دیوید. کواک. شاین و ستریک، هانز (۱۳۹۴). استراتژی بازاریابی ورزشی، ترجمه حبیب هنری و همکاران، انتشارات حتمی
۳. کشکر، سارا و قاسمی، حمید (۱۳۹۹) نقش حامیان و شرکاء در بازاریابی ورزشی، انتشارات علم و حرکت
4. Chris, Vassiliadis. Anestis, Fotiadis. (2020). Principles and Practices of Small-Scale Sport Event Management. IGI Global.
5. Pope, Nigel and Turco, Doug (2001), Sport and Event Marketing, McGraw-Hill Education



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی جهانی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Global Marketing in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	اصول و مبانی بازاریابی ورزشی	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم کلی دانش بازاریابی جهانی در ورزش و کاربرد آن در بازارهای بین المللی و جهانی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای بازارهای جهانی
۲. آشنایی با محیط های اقتصاد ورزش در بازارهای جهانی
۳. آشنایی با مدل بازاریابی در بازارهای جهانی صنعت ورزش

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با کلیات بازاریابی جهانی
۲. آشنایی با محیط کلان بازارهای جهانی
۳. شناخت بازارهای جهانی در صنعت ورزش
۴. تقسیم بندی بازارهای جهانی و انتخاب بازارهای هدف در صنعت ورزش
۵. استراتژی های بازاریابی برای ورود به بازارهای جهانی
۶. تصمیم گیری در مورد عرضه محصولات به بازارهای جهانی ورزش
۷. تصمیم گیری در مورد قیمت گذاری محصولات در بازارهای جهانی ورزش
۸. تصمیم گیری در مورد توزیع و پخش محصولات در بازارهای جهانی ورزش
۹. تصمیم گیری در مورد انجام فعالیت های ترویجی و تفریحی در بازارهای جهانی ورزش
۱۰. رهبری، سازماندهی و کنترل فعالیت های بازاریابی جهانی در ورزش
۱۱. طراحی و تدوین برنامه بازاریابی جهانی در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۲۰ درصد
- ارزیابی پروژه کلاسی ۲۰ درصد
- ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. کیگان، وارن و گرین، مارک.سی (۱۳۹۳). مدیریت بازاریابی جهانی، ترجمه عبدالحمید ابراهیمی و هرمز تهرانی، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲. بوهرلر، آندره و نوfer، گرد (۱۳۹۸). بازاریابی جهانی در ورزش: اصول و دیدگاه ها، ترجمه: ناهید اتقیاء، لیلا زکی زاده، انتشارات دانشگاه الزهراء.

3. Desbordes, Michel & Richelieu, André (2012). Global Sport Marketing: Contemporary Issues and Practice, Routledge, 1st Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: تبلیغات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Advertising in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲	☐	☐	☒	-	-
		نظری	عملی		
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اجرای تبلیغات ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای تبلیغات و سواد تبلیغاتی با رویکرد ورزش
۲. آشنایی با انواع تبلیغات در ورزش
۳. آشنایی برای فرایند مواجهه مناسب با پیام‌های تبلیغات ورزشی
۴. آشنایی با فرایند تولید محتوای تبلیغات ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم تبلیغ و سواد تبلیغاتی و انواع تبلیغات در ورزش
۲. آشنایی با انواع رسانه‌های تبلیغاتی در ورزش
۳. مخاطب‌شناسی در تبلیغات ورزشی
۴. فرایند برنامه ریزی، طراحی و اجرای تبلیغات ورزشی
۵. پویش یا کمپین تبلیغات ورزشی
۶. تبلیغات چریکی در ورزش
۷. تبلیغات و حامیان ورزشی
۸. تبلیغات و برندسازی ورزشی
۹. تبلیغات محیطی در ورزش
۱۰. تحلیل تبلیغات ورزشی به عنوان مخاطب و تولیدکننده محتوا
۱۱. مسایل اخلاقی و حقوقی در تبلیغات ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا و راسخ، نازنین. (۱۳۹۷). تبلیغات و ورزش. تهران. اندیشه آرا.
۲. محمدیان، محمود (۱۳۹۶). مدیریت تبلیغات. تهران: حروفیه (مهربان نشر).
3. Barry, Pete (2016). The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later. Thames & Hudson
4. Muller, Barbara (2017). Dynamics of International Advertising: Theoretical and Practical Perspectives. Peter Lang Inc.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت رویدادهای ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Events Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم مدیریت رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم کلی مدیریت رویدادهای ورزشی
۲. آشنایی با مراحل نگارش تقویم ورزشی و کسب میزبانی رویدادهای ورزشی
۳. نحوه جذب منابع مالی و بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۴. آشنایی با مفاهیم میراث برگزاری رویدادهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با نحوه تنظیم تقویم ورزشی
۲. آشنایی با فرآیند کسب میزبانی رویدادهای ورزشی
۳. اصول برنامه ریزی در برگزاری رویدادهای ورزشی
۴. سازماندهی در رویدادهای ورزشی
۵. تامین و بکارگیری نیروی انسانی و رهبری در رویدادهای ورزشی
۶. هدایت و کنترل برنامه ها در رویدادهای ورزشی
۷. مدیریت امور مالی و پیش بینی بودجه در رویدادهای ورزشی
۸. بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۹. مدیریت تشریفات ورزشکاران
۱۰. میراث برگزاری رویدادهای ورزشی
۱۱. اصول سرپرستی تیم های ورزشی در رویدادهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع: (توجه شود که منابع تا حد امکان به روز و حداکثر ۶ منبع و ۱ تا ۲ منبع آن لاتین باشد).

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۹). مدیریت کاربردی رویدادهای بزرگ ورزشی (با رویکرد بازی های المپیک). دانش کیان.
۲. گرینول، کریستوفر، بوسل، لیث ان دنری و شانک، دیوید (۱۳۹۶). مدیریت رویدادهای ورزشی، ترجمه: هاشم کوزه چیان و رسول نوروزی سید حسینی، انتشارات حتمی.
۳. حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۳). مدیریت و طرز اجرای مسابقات ورزشی، چاپ دوازدهم، بامداد کتاب.

4. Masterman, G., (2021). Strategic Sports Event Management, Routledge, 4th Edition.
5. Frawley, Stephen (2016). Managing Sport Mega-Events 1st Edition, Routledge.
6. Harris, John., Skillen, Fiona and McDowell, Matthew (2018). Major Sporting Events Beyond the Big Two, Routledge, 1st Edition



الف) عنوان درس به فارسی: اقتصاد ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sport Economics

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنا ساختن دانشجویان با مبانی اقتصاد در صنعت ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای صنعت و اقتصاد ورزش
۲. آشنایی با انواع اثرات اقتصادی مستقیم و غیر مستقیم ورزش
۳. آشنایی با مکانیزمهای توسعه اقتصادی از طریق ورزش

پ) سرفصل:

۱. نظام های اقتصادی و مبانی اقتصاد در ورزش
۲. صنعت ورزش و مدل های اقتصادی موجود
۳. اثرات اقتصادی مستقیم و غیر مستقیم ورزش
۴. روش های اندازه گیری اقتصاد صنعت ورزش
۵. مشارکت ورزشی و هزینه های خانوار در ورزش
۶. اشتغال در ورزش ایران و جهان
۷. تجارت و بازارهای بین المللی در ورزش
۸. گردشگری ورزشی و اثرات اقتصادی آن
۹. اقتصاد رویدادهای ورزشی و نقش رسانه های ورزشی
۱۰. سرمایه گذاری های ورزشی
۱۱. خصوصی سازی در ورزش
۱۲. نقد و بررسی وضعیت صنعت ورزش و اثرات اقتصادی آن در ایران

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. عسکریان، فریبا (۱۳۹۸). اقتصاد ورزش. انتشارات پویا
۲. مارک اشنفلدر و مینگ لی (۱۳۹۰). اقتصاد در ورزش. ترجمه سید محمد حسین رضوی و محسن بلوریان. نشر شمال پایدار
۳. رضایی، شمس الدین (۱۳۹۵). اقتصاد ورزش، اوقات فراغت و گردشگری. انتشارات دانشگاه ایلام
4. Downward, P., Frick, B., Humphreys, B.R., Pawlowski, T., Ruseski, J.E., & Soebbing, B.P (2019). The SAGE Handbook of Sports Economics. SAGE Publications Inc.
5. Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, Trudo (2009). Sports Economics (Theory, Evidence and Policy). Butterworth-Heinemann is an imprint of Elsevier
6. Leeds, M., & Von Allmen, P (2013). The Economics of Sports: International Edition. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Management of Information and Communication Technology in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☐	اختیاری ☒		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و کاربرد مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات
۲. آشنایی با روند تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش
۳. آشنایی با انواع فناوری اطلاعاتی و ارتباطی کاربردی در ورزش
۴. آشنایی با طراحی و اجرای فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. اطلاعات، مدیریت و تصمیم‌گیری در سازمان‌های ورزشی
۲. بنیان‌های فنی نظام‌های اطلاعات، رایانه و نرم‌افزار
۳. مدیریت پایگاه داده‌ها و انتقال
۴. اطلاعات مدیریت در سازمان‌های ورزشی
۵. فناوری اطلاعات در سازمان‌های غیرتجاری ورزشی
۶. فناوری اطلاعات در سازمان‌های تجاری ورزشی
۷. داده‌کاوی در ورزش
۸. دستگاه‌های مدیریت دانش در ورزش
۹. امنیت و کنترل نظام‌های اطلاعات مدیریت
۱۰. دیدگاه‌های اخلاقی و اجتماعی در نظام‌های اطلاعات
۱۱. تجزیه و تحلیل و طراحی نظام اطلاعات مدیریت در ورزش
۱۲. پژوهش در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید و همکاران. (۱۳۹۷). نظام‌های اطلاعات مدیریت در ورزش (ویراست دوم). تهران: انتشارات حتمی.
۲. همتی‌نژاد، مهرعلی و سلیمانی، سجاد. (۱۳۹۷). سیستم اطلاعاتی و فن‌آوری در ورزش. تهران: بامداد کتاب.
۳. سلیمی، مهدی و طیبی، محسن. (۱۳۹۷). سیستم‌های اطلاعات مدیریت در سازمان‌های ورزشی. اصفهان: جهاد دانشگاهی.
4. Schumaker, Robert P., Soliman, Osama K., Chen, Hsinchun (2013). Sports Data Mining (Integrated Series in Information Systems, 26). Springer.
5. Dabnichki, P. (2008). Computers in sport. WIT Press.



الف) عنوان درس به فارسی: خبرنگاری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Journalism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم خبرنگاری ورزشی و تولید محتوای خبری در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای خبرنگاری ورزشی
۲. آشنایی با انواع خبرنگاری ورزشی
۳. آشنایی با تولید خبر ورزشی
۴. آشنایی با معیارهای گزینش و تصمیم‌گیری در خبر از تولید تا پخش

پ) سرفصل:

۱. مفهوم خبرنگار و خبرنگار ورزشی
۲. مهارت‌های ارتباطی مؤثر در خبرنگاری ورزشی
۳. اصول و مبانی خبر و خبرنگاری
۴. اصول مصاحبه
۵. ژورنالیسم مطبوعاتی، رادیویی و تلویزیونی
۶. ژورنالیسم الکترونیکی و برخط
۷. فوتو ژورنالیسم
۸. مبانی نظری ارتباط جمعی
۹. مخاطب‌شناسی خبر
۱۰. مسائل حقوقی و اخلاقی خبرنگاری ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ حسینی، معصومه؛ قره، محمدعلی و نصیرزاده، عبدالمهدی. (۱۳۹۴). خبرنگاری و روزنامه‌نگاری ورزشی. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. اندروس، فیل. (۱۳۸۹). روزنامه‌نگاری ورزشی. ترجمه: سارا کشکر و حمید قاسمی. تهران: علم و حرکت.
3. Andrews, P. (2013). Sports journalism: A practical introduction. Sage.
4. Stofer, K. T., Schaffer, J. R., & Rosenthal, B. A. (2009). Sports journalism: An introduction to reporting and writing. Rowman & Littlefield Publishers.



الف) عنوان درس به فارسی: تولید محتوای چندرسانه‌ای در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Multimedia Production in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲	☐	☐	☒	-	-
	☐	☒	☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با روش‌های تولید محتوای دیجیتال در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش‌های تولید محتوای عکس دیجیتال
۲. آشنایی با روش‌های تولید محتوای فیلم دیجیتال
۳. آشنایی با روش‌های طراحی روایت و سناریو برای محتوای ورزشی
۴. آشنایی با روش‌های تدوین

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم محتوای دیجیتالی
۲. مبانی تولید محتوای چندرسانه‌ای
۳. تولید محتوای متنی و تصویری
۴. تولید محتوای فیلم
۵. تولید محتوای اینفوگرافیک
۶. تولید محتوای موشن گرافیک
۷. نحوه نگارش روایت و سناریو
۸. آشنایی با مبانی و انواع نرم‌افزارهای تدوین محتوا
۹. برنامه‌ریزی تولید محتوا
۱۰. سنجش انواع محتوای چندرسانه‌ای
۱۱. مسایل اخلاقی و حقوقی در محتوای چند رسانه‌ای

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

تدریس توسط استاد

تکالیف مرتبط با هر بحث

فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. (۱۳۹۵). تولید محتوای الکترونیک و برنامه‌سازی. تهران. دفتر تألیف کتابهای درسی فنی و حرفه‌ای و کاردانش.

۲. قاسمی، حمید. (۱۳۹۷). اصول عکاسی و تصویربرداری. تهران. اندیشه‌آرا.

3. Cvetković, D. (Ed.). (2019). Interactive Multimedia: Multimedia Production and Digital Storytelling. BoD-Books on Demand .

4. Schultz, B., & Arke, E. (2015). Sports media: Reporting, producing, and planning. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: روابط عمومی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Public Relations

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		☒ نظری	☐ عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روابط عمومی ورزشی و خوشنامی سازمانی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای روابط عمومی در ورزش
۲. آشنایی با برنامه‌ریزی در روابط عمومی ورزشی
۳. آشنایی با مخاطبین کلیدی در ورزش
۴. آشنایی با روش‌های برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبین کلیدی

پ) سرفصل:

۱. مبانی روابط عمومی ورزشی
۲. برنامه‌ریزی در روابط عمومی ورزشی
۳. روابط رسانه‌ای در روابط عمومی ورزشی
۴. مدیریت رسانه‌های سازمانی در ورزش
۵. تأمین خدمات اطلاعاتی
۶. روابط اجتماعی در روابط عمومی ورزشی
۷. مدیریت ارتباط با مخاطبین درون و برون سازمانی در ورزش
۸. مدیریت ارتباطات در وضعیت بحرانی
۹. روابط عمومی الکترونیک در ورزش
۱۰. پژوهش در روابط عمومی ورزشی
۱۱. ملاحظات اخلاقی و حقوقی در روابط عمومی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابوالفضل و حسینی، معصومه (۱۳۹۷). مدیریت روابط عمومی و بین‌المللی در ورزش. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. استولد، جی. کلایتون؛ دیتمور، استفن دبلیو و برانولد، اسکات ای. (۱۳۹۰). روابط عمومی ورزشی: مدیریت ارتباطات سازمانی. ترجمه حمید قاسمی، سارا شکر و ناتاشا قلعه. تهران: علم و حرکت.
3. Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., Ross, M., & Branvold, S. E. (2020). Sport public relations. Human Kinetics Publishers .
4. Hopwood, M., Skinner, J., & Kitchin, P. (2012). Sport public relations and communication. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: روابط بین‌الملل در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: International Relations in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روابط بین‌الملل در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای روابط بین‌الملل
۲. آشنایی با رویکردهای تجاری ورزشی در روابط بین‌الملل
۳. آشنایی با رویکردهای حقوقی در روابط بین‌الملل
۴. آشنایی با رویکردهای سیاسی و اجتماعی ورزشی در روابط بین‌الملل

پ) سرفصل:

۱. مبانی روابط بین‌الملل در ورزش
۲. ورزش و دیپلماسی
۳. روابط بین دولتها با محور ورزش
۴. روابط بین‌الملل تجاری با محور ورزش
۵. ورزش، جنسیت و روابط بین‌المللی
۶. نظام بین‌المللی مباره با دوپینگ در ورزش
۷. نقش رسانه‌ها در ورزش بین‌الملل
۸. جهانی شدن ورزش
۹. کارکردهای ورزش بین‌المللی
۱۰. ورزش و سیاست
۱۱. برنامه‌ریزی روابط بین‌الملل در ورزش
۱۲. تحلیل روابط بین‌الملل در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. فراهانی، ابوالفضل و شعبانی مقدم، کیوان (۱۳۹۵). سیاست و روابط بین‌الملل در ورزش. تهران: جهاد دانشگاهی.
۲. بودر، آدرین و لورمور، روگر. (۱۳۹۳). ورزش و روابط بین‌الملل. ترجمه: سید نصرالله سجادی و اکبر حیدری. تهران: انتشارات علوم ورزشی.
۳. بخشی‌چناری، امین (۱۳۹۹). دیپلماسی ورزشی؛ مفهومی نوین در سیاحت خارجی کشورها. انتشارات کاوش هنر. تهران: چاپ اول.
4. Baker, R. E., Jackson, S., & Sam, M. (2017). Case studies in sport diplomacy. C. Esherick (Ed.). FiT Publishing, a division of the International Center for Performance Excellence.
5. Levermore, R. (2004). Sport and international relations: an emerging relationship. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مخاطب‌شناسی

عنوان درس به انگلیسی: Audience Analysis

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
	☐	☐	☒		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مخاطب و مخاطب‌شناسی از ابعاد مختلف

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای در مخاطب‌شناسی
۲. آشنایی با الگوهای ارتباطی در مخاطب‌شناسی
۳. آشنایی با الگوهای روان‌شناختی در مخاطب‌شناسی
۴. آشنایی با الگوهای جامعه‌شناختی در مخاطب‌شناسی

پ) سرفصل:

۱. مفهوم مخاطب از ابعاد مختلف
۲. انواع دسته‌بندی از مخاطب
۳. برنامه‌ریزی برای مخاطب از منظر بازاریابی
۴. برنامه‌ریزی برای مخاطب از منظر روابط عمومی
۵. برنامه‌ریزی برای مخاطب از منظر رسانه
۶. برنامه‌ریزی برای مخاطب از منظر سخنران
۷. سواد رسانه‌ای و تبلیغاتی مخاطب
۸. رویکردهای روان‌شناسی و علوم شناختی نسبت به مخاطب
۹. رویکردهای ارتباطی نسبت به مخاطب
۱۰. رویکردهای جامعه‌شناختی نسبت به مخاطب
۱۱. نیازسنجی، افکار سنجی و نظرسنجی از مخاطب
۱۲. مسایل اخلاقی و حقوقی مرتبط با مخاطب

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. بیات، الناز؛ بهرامی، حسین (۱۳۹۶). مخاطب‌شناسی. تهران: ادیبان روز.
۲. مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۷). مخاطب‌شناسی. ترجمه: مهدی منتظرالقائم. تهران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳. مینایی، حسین. (۱۳۹۱). مخاطب‌شناسی در یک نگاه. تهران. دافوس.
4. McQuail, Denis. (2012). Audience Analysis. SAGE Publications, Inc.
5. Mytton, Graham; Diem, Peter & Hein van Dam, Piet. (2016). Media Audience Research: A Guide for Professionals. SAGE Publications, Inc.



الف) عنوان درس به فارسی: مهارت سخن گفتن و نوشتن

عنوان درس به انگلیسی: Speech and Writing skills

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم سخن گفتن و کاربرد آن در ابعاد تخصصی ارتباطات ورزشی و همچنین آشنایی با مهارت‌های نوشتن تخصصی با رویکرد ارتباطات ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای مهارت سخن گفتن در ورزش
۲. آشنایی با کاربرد سخن در ارتباطات بین فردی و گروهی ورزشی
۳. آشنایی با مبانی نوشتن در انواع حوزه‌های تخصصی ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی سخن گفتن و دستگاه صوتی
۲. سواد مذاکره در ورزش
۳. اصول مذاکره تجاری، سازمانی و حقوقی در ورزش
۴. سخن گفتن مؤثر به‌عنوان مربی و معلم ورزش
۵. سخننگوی سازمان ورزشی و سخنران ورزشی
۶. گوینده و گزارشگر رسانه‌های جمعی
۷. مسایل اخلاقی و حقوقی در سخن گفتن
۸. خبرنگاری ورزشی
۹. نوشتن گزارش اداری، مطبوعاتی و علمی
۱۰. تهیه انواع مکاتبات اداری
۱۱. نوشتن انواع متن در فضای مجازی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا و ایزدپرست، لیلا. (۱۳۹۴). مهارت سخن گفتن. تهران: انتشارات مجمع.
۲. شفیع رودپشتی، میثم (۱۳۹۹). اصول و فنون مذاکره. تهران: مرکز نشر دانشگاهی و علمی کاربردی.
۳. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا؛ ایزدپرست، لیلا. (۱۳۹۳). آئین‌نگارش زبان فارسی با تأکید بر مهارت نوشتن. تهران: انتشارات حتمی.
۴. قاسمی، حمید؛ شفیع، سید محمد و قاسمی، سید علی. (۱۴۰۰). اصول و فنون مذاکره. تهران: انتشارات اندیشه‌آرا.
5. Genard, Gary. (2016). How to Give A Speech: EASY-TO-LEARN SKILLS for Successful Presentations, Speeches, Pitches, Lectures, and More! Cedar & Maitland Press .
6. Marsh, Charles; Guth, David W., Short, Bonnie Poovey. (2017). Strategic Writing: Multimedia Writing for Public Relations, Advertising and More. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

تقویت مهارت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی در دانشجویان

اهداف ویژه:

۱. آشنایی و درک مهارت‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز برای کارآفرینی در ورزش
۲. آشنایی با چگونگی راه اندازی یک کسب و کار ورزشی

پ) سرفصل:

۱. ورزش، تربیت بدنی و صنعت ورزش و لزوم توجه به جنبه کارآفرینی و اشتغال در آن
۲. اصول و فرایند کارآفرینی
۳. ویژگی‌های کارآفرینان
۴. نوآوری و خلاقیت و نقش آنها در کارآفرینی
۵. آشنایی با کارآفرینی فردی و سازمانی
۶. کسب و کار ورزشی و کارآفرینی
۷. آشنایی با مشاغل ورزشی در ایران و جهان
۸. بازار کار و استخدام در ورزش
۹. قدرت باور و جرأت کارآفرینی در ورزش
۱۰. تهیه طرح تجاری برای ایجاد یک کسب و کار در ورزش
۱۱. آشنایی با مراحل مختلف تاسیس یک باشگاه ورزشی
۱۲. آینده کارآفرینی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. راتن، ونسا (۱۳۹۹). احسانی، محمد و مرادی، عرفان، کارآفرینی ورزش، انتشارات حتمی.
۲. فراهانی، ابوالفضل؛ نصیرزاده، عبدالمهدی و وطن دوست، مریم (۱۳۹۶). کارآفرینی در ورزش، چاپ دوم. انتشارات حتمی.
۳. برینجر. بروس ر، آیرلند. ر دوین (۱۳۹۸). کارآفرینی، راه اندازی موفقیت یک کسب و کار. ترجمه: محمود احمد پور داریانی و همکاران. تهران. انتشارات دانشگاه تهران.
4. Ratten Vanessa (2021). Innovation and Entrepreneurship in Sport Management, Edward Elgar Publishing.
5. Chadwick, Simon and Ciletti, Dorene (2012). Sports Entrepreneurship: Theory and Practice, UNKNO; UK ed. Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: سواد رسانه‌ای در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Media Literacy in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲	☐	☐	☒	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم سواد رسانه‌ای و تحلیل انواع محتوای رسانه‌ای در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی سواد رسانه‌ای
۲. آشنایی با انواع رسانه‌های ورزشی و نحوه تولید پیام در آن‌ها
۳. آشنایی با نحوه تحلیل انواع محتوای رسانه‌های ورزشی
۴. آشنایی با مخاطب رسانه ورزشی و تأثیرپذیری او از انواع محتوای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم سواد ارتباطی و سواد رسانه‌ای با رویکرد ورزشی
۲. انواع رسانه‌های تولیدکننده محتوای ورزشی و نقش آن‌ها
۳. فرایندهای تولید محتوای ورزشی در رسانه‌ها
۴. دروازه‌بانی در تولید محتوای ورزشی رسانه‌ها
۵. مخاطب‌شناسی ورزشی
۶. محتوای رسانه ورزشی و سبک زندگی
۷. الگوهای مصرف رسانه‌ای در ورزش
۸. رویکردهای روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و آموزشی سواد رسانه‌ای
۹. سواد رسانه‌ای در مواجهه با تبلیغات و اخبار ورزشی
۱۰. رویکردهای پژوهشی و تحلیلی سواد رسانه‌ای در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. پاتر، جیمز. (۱۳۹۱). مبانی سواد ارتباطی. ترجمه: صدیقه ببران، افسون حضرتی و مهران بهروز فغانی. تهران: انتشارات تأویل.
۲. دانشور، میترا و همکاران (۱۳۹۶). تفکر و سواد رسانه‌ای. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی.
۳. میرسمیعی، سیدمحمد؛ چشمه نور، مرتضی پوریانی، جابر (۱۳۹۴). عملیات روانی از نظریه تا عمل. تهران: پشتیبان
4. Garland, Katherin (2021). Stories of Sports: Critical Literacy in Media Production, Consumption, and Dissemination. Lexington Books
5. Potter, James. (2021). Media Literacy. SAGE Publications, Inc .
6. Pernisco, Nick. (2020). Media Literacy: An essential guide to critical thinking skills for our complex digital world. IngramSpark.



الف) عنوان درس به فارسی: اخلاق و حقوق در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Ethics and Law in Sport Communication

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		☐ نظری	☒ عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم اخلاقی و حقوقی-قانونی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای اخلاق در ارتباطات ورزشی
۲. آشنایی با مبانی حقوق در ارتباطات ورزشی
۳. آشنایی با مبانی تخصصی حقوقی در انواع رسانه‌های ورزشی
۴. آشنایی با مبانی تخصصی اخلاقی در انواع رسانه‌های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم پایه اخلاق و حقوق در ارتباطات ورزشی
۲. مفاهیم پایه حقوق در رسانه ورزشی
۳. مبانی نظری حقوق رسانه ورزشی
۴. حقوق رسانه‌های ورزشی چاپی
۵. حقوق رسانه‌های ورزشی الکترونیک
۶. حقوق رسانه‌های ورزشی نوپدید
۷. حقوق تبلیغات ورزشی
۸. حقوق مخاطب رسانه ورزشی
۹. اخلاق در رسانه ورزشی
۱۰. پژوهش در حوزه اخلاق و حقوق رسانه و مخاطب

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. انصاری، باقر (۱۳۹۶). حقوق رسانه. تهران: سمت
۲. قاسمی، حمید و فنزاد، رضا. (۱۳۹۷). حقوق رسانه. تهران: انتشارات اندیشه‌آرا.
۳. اسماعیلی، محسن. (۱۳۹۶). گفتارهایی در حقوق رسانه. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۴. سعیدوزیری، خدایار؛ بیات، خدیجه و سیدتفرشی‌ها، سحر. (۱۳۹۵). فرهنگ حقوق ارتباطات. تهران: انتشارات خرسندی.
۵. سعیدی، رحمان. (۱۳۹۷). حقوق بین‌الملل ارتباطات. تهران: انتشارات خجسته.
6. Corredoria, Loreto et al. (2021). The Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics. Wiley-Blackwell
7. Moore, Roy L. et al. (2017). Media Law and Ethics. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: کارورزی در بازاریابی و ارتباطات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Internship in Sport Marketing and Communication

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
		☐	☒		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با انجام «فعالیت‌های بازاریابی ورزشی» و «فعالیت‌های رسانه‌ای در ورزش» در انواع سازمان‌های ورزشی دولتی و خصوصی دارای فعالیت‌های مورد نظر از جمله باشگاه‌ها، فدراسیون‌ها و رسانه‌های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع فعالیت‌های موجود و مرتبط در سازمان‌های ورزشی
۲. شناسایی فرایندهای اجرایی فعالیت‌های مورد نظر
۳. تجربه و بازخورد حاصل از اجرای فعالیت‌های مورد نظر در سازمان‌های مربوطه

پ) سرفصل:

۱. شناسایی رسالت، اهداف و وظایف سازمان‌های ورزشی مورد نظر
۲. شناسایی شرح وظایف مشاغل بازاریابی یا ارتباطی برای تأمین اهداف مورد نظر
۳. آشنایی با فرایندهای اجرایی مشاغل مورد نظر
۴. انجام فعالیت در فرایند اجرایی مشاغل مورد نظر
۵. تهیه گزارش کار و نحوه گذران کارورزی

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

انتخاب سازمان مورد نظر و شروع فعالیت با هدایت استاد، ارائه گزارش کار به استاد در دوره‌های زمانی مشخص

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی گزارش کار در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی کلی از کار یا نمونه کار ارائه شده ۶۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حسینی، سید سعید. (۱۳۹۸). راهنمای کارورزی و کار عملی در سازمان‌ها. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
2. Royse, D., Dhooper, S. S., & Rompf, E. L. (2016). Field instruction: A guide for social work students. Waveland Press.
3. University of Windsor (2020). Field Experience Handbook 2020-21. Retrieved in <https://www.uwindsor.ca/education/field-experience-handbook>.



مدیریت رویداد ها و گردشگری ورزشی



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت رویدادهای ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Events Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم مدیریت کاربردی در رویدادهای بزرگ ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم کلی مدیریت رویدادهای ورزشی
۲. آشنایی با مراحل نگارش تقویم ورزشی و کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی
۳. نحوه جذب منابع مالی و بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۴. آشنایی با مفاهیم میراث برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با نحوه تنظیم تقویم ورزشی
۲. آشنایی با فرآیند کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی
۳. اصول برنامه ریزی در برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی
۴. سازماندهی در رویدادهای بزرگ ورزشی
۵. تامین و بکارگیری نیروی انسانی و رهبری در رویدادهای بزرگ ورزشی
۶. هدایت و کنترل برنامه ها در رویدادهای بزرگ ورزشی
۷. مدیریت امور مالی و پیش بینی بودجه در رویدادهای بزرگ ورزشی
۸. بازاریابی در رویدادهای بزرگ ورزشی
۹. میراث برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی
۱۰. اصول سرپرستی تیم های ورزشی در رویدادهای بزرگ ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع: (توجه شود که منابع تا حد امکان به روز و حداکثر ۶ منبع و ۱ تا ۲ منبع آن لاتین باشد).

۱. حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۳). مدیریت و طرز اجرای مسابقات ورزشی، چاپ دوازدهم، بامداد کتاب.
۲. گرینول، کریستوفر، بوسل، لیث ان دنری و شانک، دیوید (۱۳۹۶). مدیریت رویدادهای ورزشی، ترجمه: هاشم کوزه چیان و رسول نوروزی سید حسینی، انتشارات حتمی.

3. Masterman, G., (2021). Strategic Sports Event Management, Routledge, 4th Edition.
4. Schwarz, Eric C; Westerbeek. Hans; Liu, Dongfeng; Emery, Paul; Turner, Paul (2016). Managing Sport Facilities and Major Events, Second Edition, Routledge.
5. Frawley, Stephen (2016). Managing Sport Mega-Events 1st Edition, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی رویدادهای ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Events Marketing

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مرتبط با بازاریابی رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با صنعت ورزش و جایگاه رویدادهای ورزشی در این صنعت
۲. آشنایی با آمیخته بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۳. یادگیری نقش حامیان در رویدادهای ورزشی
۴. آشنایی با حق پخش رسانه ای در رویدادهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. صنعت ورزش و رویدادهای ورزشی
۲. مفاهیم و تعاریف و تئوری های بازاریابی ورزشی
۳. آمیخته بازاریابی در رویدادهای ورزشی
۴. سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی رویدادهای ورزشی
۵. تحقیقات بازاریابی در رویداد های ورزشی
۶. بازاریابی رویدادهای ورزشی، تلویزیون و رسانه های نوین
۷. حامیان و نقش آنها در رویدادهای ورزشی
۸. مسائل اخلاقی و حقوقی بازاریابی رویدادهای ورزشی
۹. استراتژی های بازاریابی رویدادهای ورزشی
۱۰. ملاحظات بازاریابی بین المللی و جهانی در رویدادهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. پوپ، نایگل و تورکو، دوگ (۱۳۹۶). بازاریابی ورزش و رویداد، ترجمه محمد خبیری، فرشاد تجاری، انتشارات سمت.
۲. شلبری، دیوید. کواک. شاین و ستریک، هانز (۱۳۹۴). استراتژی بازاریابی ورزشی، ترجمه حبیب هنری و همکاران، انتشارات حتمی
۳. کشکر، سارا و قاسمی، حمید (۱۳۹۹) نقش حامیان و شرکاء در بازاریابی ورزشی، انتشارات علم و حرکت
4. Chris, Vassiliadis. Anestis, Fotiadis. (2020). Principles and Practices of Small-Scale Sport Event Management. IGI Global.
5. Pope, Nigel and Turco, Doug (2001), Sport and Event Marketing, McGraw-Hill Education



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Management of Monitoring and Evaluation of Sport Events

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم و نحوه نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم کلی نظارت و ارزیابی
۲. آشنایی با مدل های نوین نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی
۳. نحوه نظارت و ارزیابی گام به گام رویدادهای ورزشی
۴. تکمیل فرم ها و چک لیست های مربوطه در رویدادهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. اصول و مفاهیم مدیریت نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی
۲. مدل های نظارت و ارزیابی در رویدادهای ورزشی
۳. نظارت و ارزیابی قبل از برگزاری رویدادهای ورزشی
۴. گام اول: نظارت و ارزیابی بر برنامه ریزی رویدادهای ورزشی
۵. گام دوم: نظارت و ارزیابی بر سازماندهی رویدادهای ورزشی
۶. گام سوم: نظارت و ارزیابی بر هماهنگی رویدادهای ورزشی
۷. نظارت و ارزیابی حین برگزاری رویدادهای ورزشی
۸. آشنایی با چک لیست های مرتبط با نظارت و ارزیابی در رویدادهای ورزشی
۹. گام چهارم: نظارت و ارزیابی بر اجرای رویدادهای ورزشی
۱۰. نظارت و ارزیابی پس از برگزاری رویدادهای ورزشی
۱۱. نحوه تجزیه و تحلیل نتایج کمی و کیفی نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی
۱۲. گام پنجم: نحوه تدوین گزارش نظارت و ارزیابی رویدادهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. همتی نژاد، مهرعلی، رضائی نژاد، رحیم. (۱۳۸۷). نظارت و ارزیابی در تربیت بدنی و ورزش. چاپ اول، حتمی، تهران.
۲. جلالی فراهانی، مجید، علی دوست قهفرخی، ابراهیم. (۱۳۹۰). مدیریت رویدادها و اردوهای ورزشی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. حمیدی، مهرزاد، اکبری یزدی، حسین، قربانی، محمدحسین، صفری، حمیدرضا. (۱۳۸۷). مدیریت برگزاری رویدادهای ورزشی، چاپ اول، بامداد کتاب.
۴. حمیدی، مهرزاد. (۱۳۹۳). مدیریت و طرز اجرای مسابقات ورزشی، چاپ دوازدهم، بامداد کتاب.

5. Masterman, G., (2021). Strategic Sports Event Management, Routledge, 4th Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: نظریه ها و مبانی گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Theories and Principles of Sport Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول، مبانی و نظریه های گردشگری ورزشی در جهت شناخت هر چه بهتر و درک درست از گردشگری ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی و نظریه های گردشگری ورزشی
۲. آشنایی با ابعاد و شیوه های اجرایی مدیریت گردشگری ورزشی
۳. آشنایی با اقلیم ایران برای اجرا و توسعه گردشگری ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی و اصول مدیریت گردشگری ورزشی
۲. تاریخچه گردشگری ورزشی
۳. انواع گردشگری در ورزش
۴. فرآیند و مراحل اجرای مدیریت گردشگری ورزشی
۵. نظریه ها و مدل های گردشگری ورزشی
۶. نقش و اثرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی گردشگری ورزشی
۷. انواع اقلیم و شرایط جغرافیایی و گردشگری ورزشی
۸. کویر نوردی، اکوتوریسم ورزشی، جنگل نوردی، کوهنوردی، گردشگری آبی، گردشگری رویداد
۹. مدیریت اماکن ورزشی در گردشگری ورزشی
۱۰. ورزش های بومی محلی و گردشگری ورزشی
۱۱. راهنمایی تورهای ورزشی
۱۲. الزامات و تجهیزات گردشگری ورزشی داخلی و خارجی
۱۳. مدیریت ایمنی و امنیت در گردشگری ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. اتقیاء، ناهید؛ فلاح کاظمی، مریم. (۱۳۹۸). مدیریت گردشگری ورزشی: نظریه ها و تجارب. تهران: انتشارات دانشگاه الزهرا.
۲. محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۹). اصول و مبانی گردشگری ورزشی. ارومیه: انتشارات جهاد دانشگاهی.
3. Weed, M., & Bull, C. (2009). Sports tourism. Oxford, United Kingdom.
4. James Higham (2016). Sport Tourism Destinations. Taylor & Francis



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Facilities and Equipment Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آموزش مبانی تقسیم بندی اماکن و تجهیزات ورزشی (از لحاظ حقوقی و متعارف)، اصول و اهداف طراحی و نگهداشت آن ها

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع اماکن و تجهیزات در ورزش و درک تفاوت کاربری آن ها
۲. آشنایی با مبانی و اصول مدیریت فضاها و امکانات ورزشی
۳. یادگیری نکات فنی و کاربردی در فضاهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه اماکن و فضاهای ورزشی
۲. مبانی مدیریت اماکن و امکانات ورزشی
۳. تقسیم بندی اماکن ورزشی
۴. مکان شناسی و مکان یابی فضاهای ورزشی
۵. ایمنی و امنیت در فضاهای ورزشی
۶. مشخصات فضاها و امکانات تخصصی مربوط به رشته های ورزشی
۷. بازسازی، تعمیر و نگهداری اماکن و امکانات ورزشی
۸. استانداردهای تاسیسات و تجهیزات ورزشی و مسائل مهندسی و فنی اماکن و امکانات ورزشی
۹. سخت افزارها و فناوری های اماکن و فضاهای ورزشی
۱۰. مسائل زیست محیطی و توسعه پایدار در مدیریت اماکن ورزشی
۱۱. پارک ها و مبللمان ورزشی شهری و معماری اماکن و فضاهای ورزشی
۱۲. مدیریت پروژه های عمرانی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد (حداقل ۱۰ درصد به رویکرد پژوهشی اختصاص یابد)
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه، بازدیدهای میدانی

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۸۹) مدیریت طراحی و نگهداری اماکن و تجهیزات ورزشی، چاپ اول، نشر آوای ظهور، تهران.
۲. جلالی فراهانی، مجید (۱۳۸۸). مدیریت اماکن ورزشی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۳. کاشف، سید محمد (۱۳۹۴). مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی، بامداد کتاب: نشر ورزش.
۴. رضوی، سید محمد حسین، عظیمی دلارستانی، عادل (۱۳۹۸)، راهنمای جامع مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی (از طراحی و ساخت تا بهره برداری و نگهداری) آمل: موسسه فرهنگی شمال، نشر شمال پایدار.
۵. مطالعات وضع موجود مراکز ورزشی، موازین فنی ورزشگاه های کشور (۱۳۷۴). جلد اول تا چهارم. سازمان برنامه و بودجه
6. Schwarz, E., Hall, S., & Shibli, S. (2015). Sport facility operations management: A global perspective. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت خدمات گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Management of Sport Tourism Services

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مدیریت و نحوه اداره مکان‌ها و چگونگی ارائه خدمات گردشگری ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم خدمات گردشگری
۲. آشنایی با انواع اماکن و تجهیزات گردشگری ورزشی
۳. آشنایی با نحوه مدیریت اماکن و ارائه خدمات گردشگری ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم خدمات گردشگری، مهمان پذیری و اوقات فراغت
۲. مدیریت خدمات و سرویس‌ها در گردشگری
۳. برنامه ریزی برای مسابقات، فعالیت‌ها، امکانات و خدمات
۴. اثر افراد، فرایند و شواهد فیزیکی بر کیفیت خدمات در گردشگری
۵. شناخت و درک نقش مواجهه با خدمات در صنعت گردشگری
۶. مدیریت خطرات و ایمنی در گردشگری ورزشی
۷. مدیریت تورهای گردشگری
۸. مقاصد گردشگری ورزشی در ایران
۹. حفظ و نگهداری و مدیریت اماکن و تسهیلات گردشگری ورزشی
۱۰. طرح‌ریزی گردشگری و امکانات و خدمات
۱۱. نوگرایی در اماکن گردشگری ورزشی
۱۲. ارزیابی عملکرد خدمات گردشگری ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. کاندامپولی، جن؛ مارک، کنی؛ اسپارکز، بوری. (۱۳۹۸). مدیریت کیفیت خدمات در صنعت گردشگری. ترجمه: امیر حسین سمیعی ظفرقندی، امیر خانلری. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و توسعه سازمان اتکا.
۲. فرید، گیل. (۱۳۹۸). مدیریت اماکن ورزشی. ترجمه: حسن اسدی، کیوان شعبانی مقدم، نوشین اصفهانی. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.

3. Hassanien, Ahmed, Dale, Crispin (2013). Facilities Management and Development for Tourism, Hospitality and Events. CABI.

4. Higham, James (2005). Sport Tourism Destinations, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: سمینار در مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Seminar in Event Management and Sport Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با انتخاب موضوع علمی - پژوهشی در حوزه گردشگری ورزشی، نحوه تنظیم طرح پژوهشی و گرایش علمی و همچنین اطلاع از پیشینه داخلی و خارجی از طریق جستجو در موضوع پایان نامه

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با نحوه تهیه پیشنهاد پژوهش یا پروپوزال پژوهشی
۲. آشنایی با نحوه تنظیم گزارش علمی و ارائه نتایج به صورت سخنرانی
۳. آشنایی با نحوه تحلیل پایان نامه ها و معیارهای ارزیابی کیفیت یک اثر علمی

پ) سرفصل:

۱. نحوه تبدیل مشکل به مسئله و عنوان پایان نامه
۲. نحوه تکمیل بخش های مختلف یک پروپوزال
۳. ارائه کلاسی دانشجو از عنوان پیشنهادی و بحث و تبادل نظر بر روی آن
۴. ارائه کلاسی دانشجو از پروپوزال تکمیل شده و بحث و تبادل نظر بر روی آن
۵. آشنایی با چگونگی تدوین و ارائه گزارش نهایی پژوهش (پایان نامه) در حوزه بازاریابی ورزشی و ارتباطات ورزشی
۶. آشنایی با چگونگی نحوه دفاع از پایان نامه به صورت سخنرانی
۷. آشنایی با چگونگی نحوه تنظیم و استخراج مقاله از پایان نامه
۸. نقد و بررسی پایان نامه های حوزه بازاریابی ورزشی و ارتباطات ورزشی
۹. ارائه کنفرانس و بحث و تبادل نظر در خصوص آخرین دستاوردهای علمی پژوهشی حوزه بازاریابی ورزشی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. پدرسن، پل مارک؛ دسپ، سید علی؛ اندرو، دیمین پی. اس؛ مک اوی، چاددی. (۱۳۹۸). طراحی و روش های تحقیق در مدیریت ورزشی. ترجمه: هاشم کوزه چیان، رسول نوروزی سید حسینی، اکبر حیدری. تهران: انتشارات حتمی
۲. راهنمای تنظیم پروپوزال و پایان نامه در وبسایت رسمی دانشگاهها
3. Eco, Umberto. (2015). How to Write a Thesis. The MIT Press.
4. Graustein, J S. (2014). How to Write an Exceptional Thesis or Dissertation: A Step-By-Step Guide from Proposal to Successful Defense: A Step-By-Step Guide from Proposal to Successful Defense. Atlantic Publishing Group Inc.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اوقات فراغت و بازی ها

عنوان درس به انگلیسی: Leisure and Games Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اهداف، برنامه ها و اصول مرتبط با مدیریت اوقات فراغت و ورزش های تفریحی و روش های برنامه ریزی برای آن

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع فعالیتهای اوقات فراغت با محوریت ورزش

۲. آشنایی با ابعاد مدیریت اوقات فراغت و بازی ها

پ) سرفصل:

۱. تعاریف و تاریخچه و اصول اوقات فراغت
۲. اوقات فراغت، تفریح، سرگرمی و ورزش سازمان یافته
۳. فعالیت های اوقات فراغت
۴. شرکت کنندگان در اوقات فراغت، نیازهای مردم و عوامل تاثیرگذار بر شرکت کنندگان
۵. برنامه ریزی، تدارک و فراهم آوردن اوقات فراغت
۶. اجزاء برنامه ریزی در اوقات فراغت
۷. آشنایی با صنعت اوقات فراغت
۸. مدیریت شهری، ورزش شهروندی و اوقات فراغت
۹. مدل ها و تحقیقات اوقات فراغت
۱۰. ساختار سازمانی بخش های تفریحی و فراغتی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. اسدی، حسن؛ شعبانی مقدم، کیوان. (۱۳۹۶). مدیریت اوقات فراغت و ورزش های همگانی. تهران: موسسه چاپ و انتشارات

دانشگاه تهران.

۲. جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۰). مدیریت اوقات فراغت و ورزش های تفریحی. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.

3. Rossman, J. R., & Schlatter, B. E. (2008). Recreation programming: Designing leisure experiences. Sagamore Publishing LLC.

4. Tapps, Tyler & Mary Sara Wells(2019) Introduction to Recreation and Leisure, Human Kinetics Publishers.



الف) عنوان درس به فارسی: جنبش المپیک و رویدادهای بین المللی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Olympic Movement and International Events in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

شناخت جنبش المپیک و رویدادهای مختلف بین المللی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با جنبش المپیک و رویدادهای المپیک و پارالمپیک
۲. آشنایی با رویدادها و مسابقات جهانی و منطقه ایی

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه المپیک و رویدادهای ورزشی
 ۲. جنبش المپیک
 ۳. بازی های المپیک و سوابق برگزاری
 ۴. مسابقات قهرمانی جهان و جام های جهانی در ورزش
 ۵. بازی های قاره ایی
 ۶. بازی های مهم بین المللی
 ۷. فرایند میزبانی رویدادهای بزرگ بین المللی
 ۸. نحوه سازماندهی و برگزاری رویدادهای بزرگ بین المللی
- ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:
- تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
- ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت سازمانهای ورزشی، انتشارات سمت.
۲. سجادی، سید نصرالله و صفری، حمیدرضا (۱۳۹۹). آموزش جنبش المپیک، انتشارات کمیته ملی المپیک ایران.
۳. جکسون، راجر (۱۳۹۲). راهنمای مدیریت ورزشی، ترجمه: محمد خبیری، رحمت الله صدیق سروسرستانی، محمد عزیزی، عباسعلی گائینی، سید نصرالله سجادی، شکوه نوابی نژاد. انتشارات کمیته ملی المپیک ایران.
4. International Olympic Committee ((2020)). Olympic Charter. Retrieved from <https://architectureofthegames.net/general/ioc-olympic-charter-17-july-2020/>.
5. U. S. Olympic Committee (2001). Olympism: A Basic Guide to the History, Ideals, and Sports of the Olympic Movement (Olympic Guides), Gareth Stevens Pub.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت روابط عمومی و بین‌الملل ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Public Relations Management and International Relations in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روابط عمومی و بین‌المللی ورزشی با تأکید بر خوشنامی سازمانی در سطح ملی و بین‌المللی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای روابط عمومی و بین‌الملل در ورزش
۲. آشنایی با برنامه‌ریزی در روابط عمومی و روابط بین‌الملل در ورزش
۳. آشنایی با مخاطبین کلیدی در ورزش
۴. آشنایی با روش‌های برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبین کلیدی

پ) سرفصل:

۱. مبانی روابط عمومی و روابط بین‌الملل ورزشی
۲. برنامه‌ریزی در روابط عمومی و روابط بین‌الملل ورزشی
۳. روابط رسانه‌ای در روابط عمومی ورزشی
۴. مدیریت رسانه‌های سازمانی در ورزش
۵. مدیریت ارتباط با مخاطبین درون و برون سازمانی در ورزش
۶. دیپلماسی ورزشی و جهانی‌سازی در روابط بین‌الملل
۷. روابط عمومی الکترونیک در ورزش
۸. بین‌المللی شدن ورزش با محور رسانه‌ها
۹. پژوهش در روابط عمومی و روابط بین‌الملل در ورزش
۱۰. ملاحظات اخلاقی و حقوقی در روابط عمومی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابوالفضل و حسینی، معصومه (۱۳۹۷). مدیریت روابط عمومی و بین‌المللی در ورزش. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۲. استولد، جی. کلایتون؛ دیتمور، استفن دبلیو و برانولد، اسکات ای. (۱۳۹۰). روابط عمومی ورزشی: مدیریت ارتباطات سازمانی. ترجمه حمید قاسمی، ساراکشکر و ناتاشا قلعه. تهران: علم و حرکت.
۳. فراهانی، ابوالفضل و شعبانی مقدم، کیوان (۱۳۹۵). سیاست و روابط بین‌الملل در ورزش. تهران: جهاد دانشگاهی.
۴. بودر، آدرین و لورمور، روگر (۱۳۹۳). ورزش و روابط بین‌الملل. ترجمه: سید نصرالله سجادی و اکبر حیدری. تهران: انتشارات علوم ورزشی.

5. Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., Ross, M., & Branvold, S. E. (2020). Sport public relations. Human Kinetics Publishers



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت داوطلبان در رویدادها و گردشگری

عنوان درس به انگلیسی: Managing Volunteers in Sport Events and Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مدیریت افراد داوطلب به‌ویژه در رویدادها و گردشگری ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم و رویکردهای مختلف داوطلبی در ورزش
۲. درک نقش داوطلبی در توسعه منابع انسانی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم و تعاریف داوطلبی و خدمت داوطلبانه
۲. نگرش سازمانهای ورزشی نسبت به فعالیتهای داوطلبانه
۳. نقش دولتها در توسعه فعالیتهای داوطلبانه
۴. آشنایی با فلسفه و اهمیت کار داوطلبانه در سازمانها و رویدادهای ورزشی
۵. آشنایی با سازمانهای ورزشی داوطلب
۶. آشنایی با کارکردها و فرآیند مدیریت داوطلبان در ورزش
۷. آشنایی با مسائل حقوقی مرتبط با داوطلبان ورزشی
۸. آشنایی با چالشهای مدیریت داوطلبان در ورزش
۹. آشنایی با تجربیات موفق نهضت داوطلبی در ورزش
۱۰. بررسی پژوهشهای داخلی و خارجی در مدیریت داوطلبان ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. چلادورای، پاکیانانان؛ مادلا، البرتو. (۱۳۹۰). مدیریت منابع انسانی در سازمانهای ورزشی المپیک. ترجمه: رحیم رضانی نژاد، نغمه کریمی نژاد، همایون فراهانی. تهران: انتشارات سمت.
۲. رضوی، سید محمد حسین؛ تسلیمی، زهرا؛ شبانی سپیده. (۱۳۹۶). مدیریت منابع انسانی داوطلب در ورزش. تهران: انتشارات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۳. کاسکلی، گراهام؛ هویی، راشل؛ کریستوفر، جان الد. (۱۳۹۳). کار با نیروهای داوطلب در ورزش. ترجمه: مهران میزانی، امین قنبری. ویراستار: سید نصرالله سجادی. تهران: انتشاراتی حتمی.
4. Hoyer, R., Cuskelly, G., Auld, C., Kappelides, P & Misener, K. (2019). Sport Volunteering. 1st ed. Routledge.
5. Cuskelly, G., Hoyer, R., & Auld, C. (2006). Working with Volunteers in Sport. 1st ed. Routledge.
6. Robinson, L., & Palmer, D. (2011). Managing voluntary sport organisations. 1st ed. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت راهبردی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Strategic Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☐	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با مبانی و فرآیند برنامه ریزی استراتژیک در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی برنامه ریزی استراتژیک در ورزش
۲. آشنایی با مدلها و فرآیند برنامه ریزی استراتژیک در ورزش
۳. نقد و بررسی وضعیت برنامه ها و استراتژی های تدوین شده در سازمان و رویدادهای ورزشی کشور

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه و سیر تحول مدیریت راهبردی
۲. مفاهیم بنیادی در حوزه مدیریت راهبردی
۳. انواع و سطوح برنامه در سازمانهای ورزشی
۴. فرآیند برنامه ریزی راهبردی در سازمانهای ورزشی
۵. چشم انداز و بیانیه مأموریت سازمان
۶. آشنایی با نظریه ها و مدلهای برنامه ریزی راهبردی در سازمانهای ورزشی
۷. تفکر راهبردی و تفکر سیستمی و انواع راهبردها و مکاتب برنامه ریزی راهبردی
۸. شیوه های تحلیل محیط درونی و بیرونی در ورزش
۹. نظریه ها و مدل های تدوین استراتژی در سازمانهای ورزشی
۱۰. روش ها و ابزار اولویت بندی راهبردها
۱۱. مدل های پیاده سازی و اجرای راهبردها در سازمان های ورزشی
۱۲. نظارت، ارزیابی و کنترل راهبردی
۱۳. نقد و بررسی راهبردهای تدوین شده در سازمان های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

چ) فهرست منابع پیشنهادی:

۱. دنی ابرین و همکاران (۱۳۹۹). مدیریت استراتژیک در ورزش، ترجمه مجید نامور، جواد فسنقری، اعظم خلیل پور، تهران. انتشارات مبانی.
۲. دیوید، فردآر (۱۳۹۵). مدیریت استراتژیک. ترجمه: علی پارسائیان و محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
۳. گای مسترمن (۱۳۸۷)، مدیریت راهبردی رویدادهای ورزشی با رویکرد بین المللی، ترجمه سید محمدحسین رضوی، محسن بلوریان، محمد رضا برومند، انتشارات شمال پایدار.
۴. اجل، دیویدال؛ آلن، ماریادل ماسترو؛ اسمیت، گینگر، سوانسون، جیسون آر. (۱۴۰۰). خط مشی گذاری در صنعت گردشگری: دیروز، امروز، فردا. ترجمه: حمید ضرغام، مرتضی بذرافشان. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
5. Masterman, Guy (2021). Strategic Sports Event Management, Routledge, 4th Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ایمنی و امنیت در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Safety & Security in Sport Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مدیریت ایمنی و امنیت در فضاهای ورزشی از منظر سخت افزاری و نرم افزاری

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای اصول ایمنی و بهداشتی در طراحی و ساخت و حفظ و نگهداری اماکن ورزشی
۲. آشنایی با استانداردهای تجهیزات ورزشی در رشته‌های مختلف جهت فضاهای روباز و سرپوشیده
۳. آشنایی با مفاهیم مرتبط با موضوع امنیت در هنگام تمرین و مسابقه
۴. آشنایی با استانداردهای مورد تأیید سازمان‌های بین‌المللی در برگزاری رویدادهای بزرگ ورزشی

پ) سرفصل:

۱. درک تفاوت بین دو واژه ایمنی در طراحی، ساخت و نگهداری فضاهای ورزشی و امنیت در برگزاری رویدادهای ورزشی از منظر سخت افزاری و نرم افزاری
۲. آشنایی با اصول ایمنی در طراحی و ساخت اماکن ورزشی سرپوشیده و روباز
۳. آشنایی با اصول ایمنی در نحوه استفاده از وسایل و تجهیزات مختلف ورزشی
۴. آشنایی با استانداردها و شاخص‌های بهداشتی در اماکن ورزشی
۵. آشنایی با مفاهیم مدیریت حفظ، نگهداری و استانداردسازی وسایل و تجهیزات ورزشی
۶. آشنایی با مدیریت راهبردی خطر در برگزاری رویدادهای ورزشی
۷. آشنایی با مدیریت بحران در برگزاری رویدادهای ورزشی
۸. آشنایی با قوانین، مقررات و دستورالعمل‌های حفظ ایمنی در ورزشی
۹. کسب مهارت‌ها و روش‌های پیش‌گیری و کنترل حوادث ورزشی
۱۰. آشنایی با راهبردهای ارتقای ایمنی در زیر ساخت‌های ورزشی تمرینی و مسابقه‌ای
۱۱. راهبردهای توانمند سازی منابع انسانی در مدیریت ایمنی و امنیت در ورزش
۱۲. مدیریت جایگاه تماشاگران در رویدادهای بزرگ ورزشی
۱۳. آشنایی با مفهوم سیستم مدیریت اطلاعات (MIS) در ارتقای سطح ایمنی و امنیت ورزشی
۱۴. آشنایی با نقش تکنولوژی (IT) در مدیریت ایمنی و امنیت در ورزش
۱۵. آشنایی با راهبردهای زیرساختی پزشکی و پیرا پزشکی در رویدادهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد

ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه، بازدیدهای میدانی

چ) فهرست منابع:



۱. گیل فرد (۱۳۸۸). مدیریت اماکن ورزشی. ترجمه: حسن اسدی، کیوان شعبانی مقدم و نوشین اصفهانی. انتشارات دانشگاه تهران.
۲. رضوی، محمد حسین (۱۳۸۷). مدیریت ایمنی در استادیوم های ورزشی. انتشارات دانشگاه شمال.
۳. سجادی، سید نصرالله (۱۳۸۹). مدیریت طراحی و نگهداری اماکن و تجهیزات ورزشی. نشر آوای ظهور تهران.
4. Menaker, B. E., Sheptak, D., Kurland, J., & Tekin, D. (2021). Rethinking Sport Event Security: From Risk Management to a Community Driven Approach. *Journal of Global Sport Management*, 1-23.
5. Ludvigsen, J. A. L., & Parnell, D. (2021). Redesigning the Games? The 2020 Olympic Games, Playbooks and new sports event risk management tools. *Managing Sport and Leisure*, 1-13.
6. Frostdick, S & Chalmers, J. (2005). *Safety & Security at Sport Grounds*.
7. Stacey Hall, Walter E. Cooper, Lou Marciani, James M. McGee. (2011). *Security Management for Sports and Special Events: An Interagency Approach to Creating Safe Facilities*.



الف) عنوان درس به فارسی: جهانی سازی و گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Globalization and Sport Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی و رشد شناخت دانشجویان در رابطه با ورزش در عصر جهانی شدن و همچنین نقش گردشگری ورزشی در جهانی شدن

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم جهانی شدن از طریق ورزش
۲. آشنایی با نقش و جایگاه گردشگری ورزشی در جهانی سازی

پ) سرفصل:

۳. جهانی سازی و ورزش
۴. نقش ورزش در جامعه و سیاست
۵. ورزش و قدرت نرم در سایه جهانی سازی
۲. نقش تفریحات ورزشی در جهانی سازی
۳. نقش معماری و بافت تاریخی اماکن گردشگری ورزشی در جهانی سازی
۴. گردشگری ورزشی در عصر جهانی سازی
۵. آینده گردشگری در جهان معاصر

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. جلالی فراهانی، مجید. (۱۳۹۶). جهانی شدن، ورزش و قدرت نرم، گردشگری ورزشی. تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.

2. Weed, M., & Bull, C. (2012). Sports tourism: Participants, policy and providers. Routledge.
3. Sobry, Claude (2016). Sport Tourism and Local Sustainable Development: Prospective of globalization effects - Actors strategy and responsibility, Editions L'Harmattan.
4. Higham, James and Hinch, Tom (2009), Sport and Tourism: Globalization, mobility and Identity, Taylor & Francis; 1st edition.
5. Sobry, Claude and Melo, Ricardo (2017). Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World, Cambridge Scholars Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت کیفیت جامع در رویدادها و گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Total Quality Management in Sport Events and Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم مدیریت کیفیت در برگزاری و مدیریت رویدادها و گردشگری ورزشی

اهداف ویژه:

۱. درک اهمیت مشتری و فرایندهای مشتری مداری در رویدادها و گردشگری ورزشی
۲. آشنایی انواع مدل های مدیریت کیفیت و نحوه کاربرد آن ها در رویدادها و گردشگری ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم اصلی کیفیت در ورزش
۲. نظریه ها، مفاهیم و اصول مدیریت کیفیت در بخش خدمات
۳. مشتری مداری و رضایت مشتری در رویدادها و گردشگری ورزشی
۴. تاریخچه مدل های کیفیت با تاکید بر مدیریت کیفیت جامع
۵. کاربرد مدل های کیفیت در رویدادها و گردشگری ورزشی
۷. گسترش عملکرد کیفیت (QFD) در رویدادها و گردشگری ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. کاندامپولی، جن؛ مارک، کنی؛ اسپارکز، بوری. (۱۳۹۸). مدیریت کیفیت خدمات در صنعت گردشگری. ترجمه: امیر حسین سمیعی زفرقندی، امیر خانلری. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و توسعه سازمان اتکا
۲. محبی مقدم، علی اکبر. (۱۳۸۷). مدل تعالی سازمانی EFQM تکنیک ها و رویکردهای اجرایی. تهران: پاس بهشت.
۳. اکبری یزدی، حسین حمیدی، مهرزاد، خبیری، محمد، سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت کیفیت در ورزش (با رویکرد سروکوال و (QFD). انتشارات علم و دانش.

4. Laws, E., & Thyne, M. (2012). Hospitality, tourism, and lifestyle concepts: Implications for quality management and customer satisfaction. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: محیط ملی و بین المللی تجارت گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: National and International Environment of Sport Tourism Trade

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

شناخت محیط ملی و بین المللی تجارت گردشگری ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با عوامل، سازمانها و متغیرهای محیطی اثرگذار بر گردشگری ورزشی
۲. آشنایی با سازمان های بین المللی و نحوه ارتباط با آن ها

پ) سرفصل:

۱. مبانی ارتباطات فردی، میان فردی و عمومی در محیط ملی و بین المللی
۲. درک اهمیت روابط عمومی و روابط بین الملل در توسعه گردشگری ورزشی
۳. نحوه کار با رسانه های دیداری، شنیداری و نوشتاری ورزشی در راستای رشد گردشگری ورزشی
۴. نحوه تولید مواد تبلیغاتی در گردشگری ورزشی
۵. نحوه طراحی و ایجاد سایت اینترنتی گردشگری ورزشی
۶. نقش رسانه های جمعی ورزشی در توسعه گردشگری ورزشی
۷. نقش روابط بین الملل در گردشگری ورزشی
۸. فرهنگ و گردشگری ورزشی
۹. آشنایی با نقش سازمان ها و فدراسیون های بین المللی در توسعه گردشگری ورزشی
۱۰. آشنایی با مقررات و قوانین بین المللی در گردشگری ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. پورپناهی کل تپه، محمد؛ آزموده، زهرا؛ خواجه پور، اکرم؛ روحانی، حامد. (۱۳۹۴). گردشگری ورزشی (رویکردی در گردشگری ورزشی و بازاریابی اینترنتی). بابل: مولفان تهران.

2. Bellini, N., & Pasquinelli, C. (2017). Tourism in the City. Springer..
3. Witt, S., Brooke, M., & Buckley, P. (2013). The management of international tourism (RLE tourism). Routledge.
4. Melo, Ricardo and Sobry, Claude Sport(2017). Tourism: New Challenges in a Globalized World, Cambridge scholars publishing,



الف) عنوان درس به فارسی: تولید محتوای چندرسانه‌ای در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Multimedia Production in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با روش‌های تولید محتوای دیجیتال در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش‌های تولید محتوای عکس دیجیتال
۲. آشنایی با روش‌های تولید محتوای فیلم دیجیتال
۳. آشنایی با روش‌های طراحی روایت و سناریو برای محتوای ورزشی
۴. آشنایی با روش‌های تدوین

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم محتوای دیجیتالی
۲. مبانی تولید محتوای چندرسانه‌ای
۳. تولید محتوای متنی
۴. تولید محتوای تصویری
۵. تولید محتوای فیلم
۶. تولید محتوای اینفوگرافیک
۷. تولید محتوای موشن گرافیک
۸. نحوه نگارش روایت و سناریو
۹. آشنایی با مبانی و انواع نرم‌افزارهای تدوین محتوا
۱۰. برنامه‌ریزی تولید محتوا
۱۱. سنجش انواع محتوای چندرسانه‌ای
۱۲. مسایل اخلاقی و حقوقی در محتوای چند رسانه‌ای

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. (۱۳۹۵). تولید محتوای الکترونیک و برنامه‌سازی. تهران. دفتر تألیف کتابهای درسی فنی و حرفه‌ای و کار دانش.
۲. قاسمی، حمید. (۱۳۹۷). اصول عکاسی و تصویربرداری. تهران. اندیشه‌آرا.
3. Cvetković, D. (Ed.). (2019). Interactive Multimedia: Multimedia Production and Digital Storytelling. BoD-Books on Demand .
4. Schultz, B., & Arke, E. (2015). Sports media: Reporting, producing, and planning. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت کسب و کار و استارت آپ های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Business and Startups Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☐	اختیاری ☒		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم کسب و کار، نوشتن طرح کسب و کار، راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای ورزشی و همچنین آشنایی با استارت آپ های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه ای کسب و کار
۲. آشنایی با ظرفیت ها، فرصت ها و چالش های کسب و کار های ورزشی
۳. آشنایی با ملزومات طراحی و راه اندازی کسب و کار در ورزش و توانمند سازی برای مدیریت موثر کسب و کارهای ورزشی
۴. آشنایی با انواع استارت آپ های ورزشی و نحوه راه اندازی و مدیریت آنها

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و اصول پایه در کسب و کارهای ورزشی
۲. معرفی انواع کسب و کارهای ورزشی
۳. نظریه های متداول در مدیریت کسب و کارهای ورزشی
۴. استراتژی های توسعه کسب و کار های ورزشی
۵. تحلیل رقبا، مدیریت مالی و روش های تامین سرمایه در کسب و کارهای ورزشی
۶. نگارش طرح کسب و کار و راه اندازی آن
۷. چالش های کسب و کار و ملزومات بقاء کسب و کارها در ورزش
۸. فناوری های نوین و کسب و کار در ورزش
۹. ثبت اختراع و مالکیت فکری و مباحث حقوقی و اخلاقی کسب و کار
۱۰. انواع استارت آپ های ورزشی
۱۱. مراحل راه اندازی و مدیریت استارت آپ های ورزشی
۱۲. نقش شتابدهنده ها و بازاریابی در رشد استارت آپ ها

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. ترن برت، لیندا و حسن، دیوید (۱۳۹۵). مدیریت کسب و کار های ورزشی، ترجمه: سید محمد اعرابی، رحیم زارع، سید علیرضا هاشمی- دفتر پژوهش های فرهنگی
۲. حسن، دیوید (۱۳۹۸). مدیریت کسب و کار ورزشی: مقدمه ای بر مبانی مدیریت ورزشی (جلد اول) ترجمه: اعظم خلیل پور، حوریه دهقانپوری، میثم نظری قنبری، مانده شفیع زاده، فریبا عسکریان.
3. James J. Zhang, Brenda G. Pitts & Lauren M. Johnson (2021). International Sport Business Management: Issues and New Ideas, Routledge.
4. Ratten Vanessa (2020). Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship, Emerald Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت منابع انسانی در رویدادهای و گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Human Resource Management in Sport Events and Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم کلیدی مدیریت منابع انسانی، استراتژی های جذب، آموزش و به کار گیری منابع انسانی در رویدادهای ورزشی و فعالیت های مرتبط با گردشگری ورزشی.

اهداف ویژه:

۱. درک اهمیت مدیریت منابع انسانی در برگزاری رویدادهای ورزشی و گردشگری.
۲. آشنایی با فرایندهای مختلف مدیریت منابع انسانی در رویدادهای ورزشی و گردشگری

پ) سرفصل:

۳. اصول و مبانی مدیریت منابع انسانی در ورزش
۴. مدیریت استراتژیک منابع انسانی در سازمان های ورزشی
۵. ویژگی های خاص سازمان های ورزشی از دیدگاه HRM
۶. جذب کارکنان در رویدادها و فعالیت های گردشگری ورزشی
۷. جذب و توانمندسازی داوطلبان
۸. آموزش و توسعه منابع انسانی
۹. نقش عدالت سازمانی در بهره وری منابع انسانی
۱۰. مدیریت تنوع در سازمان های ورزشی
۱۱. ارزشیابی منابع انسانی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. آرمسترانگ، مایک. (۱۳۹۳). مدیریت استراتژیک منابع انسانی (راهنمای عمل). ترجمه: امید مهدیه، سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
۲. چلادورای، پاکیانانان؛ مادلا، البرتو. (۱۳۹۰). مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی المپیک. ترجمه: رحیم رضانی نژاد، نغمه کریمی نژاد، همایون فراهانی. تهران: انتشارات سمت.
۳. عباسپور، عباس. (۱۴۰۰). مدیریت منابع انسانی پیشرفته (رویکردها، فرایندها و کارکردها). تهران: انتشارات سمت.
4. Nickson, D. (2013). Human resource management for hospitality, tourism and events. Routledge.
5. Wolsey, C., Minten, S., & Abrams, J. (2011). Human resource management in the sport and leisure industry. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ریسک و بحران در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Risk and Crisis Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و کاربرد مدیریت ریسک و بحران در محیط ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم و مبانی مدیریت ریسک و بحران در ورزش
۲. درک عوامل ریسک و بحران در ورزش
۳. آشنایی با راهبردهای مدیریت ریسک و بحران در صنعت ورزش
۴. توانایی تحلیل مدل‌های ریسک و بحران در محیط ورزش

پ) سرفصل:

۱. تعاریف و مفاهیم ریسک و بحران در صنعت ورزش
۲. تفاوت بین ریسک و بحران در ورزش
۳. مراحل مدیریت ریسک و بحران در محیط ورزش
۴. مبانی و پیشینه مدیریت ریسک و بحران در صنعت ورزش
۵. روش‌های مدیریت ریسک و بحران برای محیط ورزش
۶. اهمیت و کاربرد مدیریت ریسک و بحران در محیط ورزش
۷. روش‌های پیشگیری و آمادگی برای مدیریت ریسک و بحران در محیط ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. انجمن ورزش و تفریحات استرالیا (۱۳۹۰). چارچوب مدیریت ریسک در صنعت ورزش و تفریحات ترجمه رباب مختاری، رحیم رضانی‌نژاد و عماد حسینی. بامداد کتاب.
۲. کورش ویسی، محمد کشتی‌دار، جعفر خوشبختی، بهزاد ایزدی، (۱۳۹۴). مدیریت ریسک در ورزش. انتشارات بامداد کتاب.
۳. موسسه انتشارات دانشگاه هاروارد. (۱۳۹۹). تصمیم‌گیری و راه حل‌های تخصصی برای چالش‌های روزمره. ترجمه: حسن هوشنگی. تهران: انتشارات عارف کامل.
۴. محمد نجفی (۱۳۹۸). مدیریت ریسک در اماکن ورزشی سرپوشیده. انتشارات سنجش و دانش.
5. Billings, A. C., Coombs, W. T., & Brown, K. A. (Eds.). (2018). Reputational challenges in sport: Theory and application. Routledge.
6. Lise Porsanger (2021): Risk and safety management in physical education: teachers' knowledge, Physical Education and Sport Pedagogy, DOI
7. Richard Shipway, Lee Miles, Richard Gordon (2021). Crisis and Disaster Management for Sport, 1st Edition, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اردوها و ورزش های تفریحی در هوای آزاد

عنوان درس به انگلیسی: Management of Camps and Recreational Sport in the Open Air

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با چگونگی مدیریت در اردوهای تفریحی و شرکت در ورزش های همگانی و همچنین برگزاری اردو های تفریحی

ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع اردوها و ورزشهای تفریحی در هوای آزادی
۲. آشنایی شیوه های برگزاری اردوها و ورزشهای تفریحی در هوای آزادی
۳. آشنایی با کارکردهای اردوها و ورزشهای تفریحی در هوای آزادی

پ) سرفصل:

۱. تعاریف اردو و کمپینگ
۲. فعالیت ورزشی در محیط های بسته و باز
۳. اجزاء برنامه اوقات فراغت در اردوها
۴. تصمیم گیری های عملیاتی در اردوها
۵. مدیریت تیم های ورزشی در اردوها
۶. ایمنی در اردو کنترل آسیب دیدگی و کمک های اولیه در اردوها
۷. اقامت در طبیعت (انواع چادر و استقرار سرپنا، اردو در وسیله های تفریحی، پوشاک و کفش، جهت یابی)
۸. اوقات فراغت، ورزش و ملاحظات زیست محیطی
۹. مهارت های عملی در اردو و آشنایی با اردوگاه ها و کمپ های ایران (کار عملی پایان ترم)

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. نیک پی، ابراهیم؛ قبادی عنصرودی، کاظم؛ عزیزاده، سرگل. (۱۳۹۵). مدیریت ورزش های هوای آزاد. تهران: حکیم نظامی گنجهای
2. Jenkins, J., & Pigram, J. (2005). Outdoor recreation management. Routledge.
3. Jensen, C. R., & Guthrie, S. (2006). Outdoor recreation in America. Human Kinetics.
4. Mull, R. F., Bayless, K. G., & Jamieson, L. M. (2005). Recreational sport management. Human Kinetics; 4th edition.



الف) عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

تقویت مهارت ها و قابلیت های کارآفرینی در دانشجویان

اهداف ویژه:

۱. آشنایی و درک مهارت ها و قابلیت های مورد نیاز برای کارآفرینی در ورزش
۲. آشنایی با چگونگی راه اندازی یک کسب و کار ورزشی

پ) سرفصل:

۱. ورزش، تربیت بدنی و صنعت ورزش و لزوم توجه به جنبه کارآفرینی و اشتغال در آن
۲. اصول و فرایند کارآفرینی
۳. ویژگی های کارآفرینان
۴. نوآوری و خلاقیت و نقش آنها در کارآفرینی
۵. آشنایی با کارآفرینی فردی و سازمانی
۶. کسب و کار ورزشی و کارآفرینی
۷. آشنایی با مشاغل ورزشی در ایران و جهان
۸. بازار کار و استخدام در ورزش
۹. قدرت باور و جرأت کارآفرینی در ورزش
۱۰. تهیه طرح تجاری برای ایجاد یک کسب و کار در ورزش
۱۱. آشنایی با مراحل مختلف تاسیس یک باشگاه ورزشی
۱۲. آینده کارآفرینی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. راتن، ونسا (۱۳۹۹). احسانی، محمد و مرادی، عرفان، کارآفرینی ورزش، انتشارات حتمی.
۲. فراهانی، ابوالفضل، نصیرزاده، عبدالمهدی و وطن دوست، مریم (۱۳۹۶). کارآفرینی در ورزش، چاپ دوم. انتشارات حتمی.
۳. برینجر. بروس ر، آیرلند. ر دوین (۱۳۹۸). کارآفرینی، راه اندازی موفقیت یک کسب و کار. ترجمه: محمود احمد پور داریانی و همکاران. تهران. انتشارات دانشگاه تهران.

4. Ratten Vanessa (2021). Innovation and Entrepreneurship in Sport Management, Edward Elgar Publishing.
5. Chadwick, Simon and Ciletti, Dorene (2012). Sports Entrepreneurship: Theory and Practice, UNKNO; UK ed. Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: جامعه شناسی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Sociology

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با مبانی و نظریه های جامعه شناسی ورزشی و ابعاد آن

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی و نظریه های جامعه شناسی ورزشی
۲. آشنایی با ابعاد جامعه شناسی ورزشی
۳. کسب توانایی تحلیل شرایط مختلف در صنعت ورزش از نظر جامعه شناسی

پ) سرفصل:

۱. مبانی جامعه شناسی در ورزش
۲. نظریه ها و مدل های جامعه شناسی در ورزش
۳. ورزش و اجتماعی شدن
۴. ورزش و روابط اجتماعی
۵. فرهنگ ورزش و جامعه
۶. آداب معاشرت در ورزش
۷. ناهنجاریها، انحرافات و رفتارهای ضداجتماعی در ورزش
۸. جامعه شناسی رسانه های ورزشی
۹. الگو پذیری در ورزش
۱۰. جامعه شناسی رویدادها و گردشگری در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت های کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
آزمون پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. مسعود نادریان جهرمی (۱۳۹۵). مبانی جامعه شناسی در ورزش. بامداد کتاب.
۲. محمدرضا مهرآیین (۱۳۹۵). جامعه شناسی ورزش (مکاتب و نظریه ها). جامعه شناسان.
3. Craig, Peter (2016). Sport Sociology, SAGE Publications Ltd.
4. Giulianotti, Richard (2015). Routledge Handbook of the Sociology of Sport, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: آشنایی با سازمان های ملی و بین المللی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Familiarity with National and International Sport Organizations

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

افزایش آگاهی دانشجویان در مورد انواع سازمان های ملی و بین المللی ورزشی، وظایف، عملکرد و همچنین سلسله مراتب و ارتباطات حاکم بر آنها.
اهداف ویژه:

۱. شناخت ساختار و بازیگران ورزش در ایران و کشورهای منتخب و درک ساختار نظام بین المللی ورزش
۲. شناخت کمیته بین المللی المپیک و پارالمپیک و زیرمجموعه های آنها
۳. شناخت فدراسیون های ورزشی و سلسله مراتب حاکم بر آنها

پ) سرفصل:

۱. ساختار کلی ورزش در ایران و کشورهای منتخب و ساختار نظام بین المللی ورزش
۲. بخش دولتی ورزش در ایران و نقش و جایگاه وزارت ورزش و جوانان و بخشهای زیرمجموعه آن در گستره کل کشور.
۳. بخش خصوصی و عمومی ورزش در ایران و نقش شهرداری ها
۴. باشگاه های حرفه ای و غیر حرفه ایی ورزشی در ایران
۵. فدراسیون های ملی و بین المللی و جایگاه و نقشهای آنها
۶. وظایف، جایگاه و نقش کمیته ملی المپیک و آکادمی ملی المپیک در ورزش ایران
۷. کمیته بین المللی المپیک و پارالمپیک و منشور المپیک و کارکردهای آن
۸. دیگر نهادهای بین المللی ورزشی مانند دادگاه حکمیت ورزش و سازمان جهانی مبارزه با دوپینگ و...
۹. باشگاه های ورزشی در جهان
۱۰. سازمانهای بین المللی (سازمان ملل متحد، سازمان بهداشت جهانی، سازمان جهانی محیط زیست و...) و ارتباط آنها با سازمانهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، بازدید از سازمانهای ورزشی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت سازمانهای ورزشی، انتشارات سمت.
۲. جستجو در وبسایت های سازمانها و باشگاه های مختلف ورزشی.

3. Cem Tinaz, Douglas Michele Turco & Paul Salisbury (2014) Sport policy in Turkey, International Journal of Sport Policy and Politics, 6:3, 533-545.
4. Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Qatar's Global Sports Strategy: Soft Power and the 2022 World Cup. In Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. Entering the Global Arena: emerging states, soft power strategies and sports mega-events (pp. 97-110). Palgrave Pivot: Singapore.
5. Keech, M. (2013). The organization of sport in the United Kingdom. In C. Sorby (Ed.), Sport governance in the world. A socio-historic approach, pp. 467-496). Paris: Editions Le Manuscrit.
6. Scheerder J., Willem A., Claes E (2017). Sport Policy Systems and Sport Federations. A Cross-National Perspective, Palgrave Macmillan, published by Springer Nature.
7. Zheng, J, Chen., S, Tan., T-C & W., P (2018). Sport policy in China (Mainland), International Journal of Sport Policy and Politics, 10:3, 469-491.



الف) عنوان درس به فارسی: توسعه پایدار در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sustainable Development in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم توسعه پایدار در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی مدیریت و توسعه پایدار در ورزش
۲. آشنایی با مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۳. آشنایی با کارکردها و مکانیزم‌های توسعه پایدار در ورزش و از طریق ورزش

پ) سرفصل:

۱. توسعه پایدار و ابعاد آن
۲. ورزش و توسعه پایدار
۳. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۴. مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۵. ورزش، استانداردسازی مدیریت و توسعه در ورزش
۶. سیاست گذاری عمومی، مدیریت پایدار و توسعه پایدار
۷. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۸. پایداری محیطی، شهری و معماری و زنجیره تامین سبز در ورزش
۹. ورزش، توسعه و صلح
۱۰. المپیزم و ارزشهای ملی و نقش آن در پایداری ورزش
۱۱. نقش اماکن و رویدادهای ورزشی در مدیریت پایدار و توسعه پایدار

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، فعالیت‌های پژوهشی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. زاهدی، شمس السادات (۱۳۹۳). توسعه پایدار، انتشارات سمت، تهران.
۲. طیبی‌ثانی، سیدمصطفی. روزبهرانی، شهناز. حسین‌پور، محمد و کوشکی، موسی (۱۳۹۹). ارتقاء نقش ورزش برای اهداف توسعه پایدار، انتشارات نشاء.
۳. پایداری از طریق ورزش (۱۳۹۷)، پیاده‌سازی دستور کار ۲۱ جنبش المپیک، اثری از کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) با همکاری برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد، ترجمه هومن بهمن‌پور و رضا شجاع. تهران: نشر شور آفرین.
4. Sobry, Claude (2016). Sport Tourism and Local Sustainable Development: Prospective of globalization effects - Actors strategy and responsibility, Editions L'Harmattan.
5. Millington, R., & Darnell, S. C. (2019). Introduction: Sport, development and environmental sustainability—issues and controversies. In Sport, Development and Environmental Sustainability (pp. 1-18). Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پروژه در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Project Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

کسب توانایی در برنامه ریزی و اجرای پروژه های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با اصول مدیریت پروژه در ورزشی
۲. تمرین و یادگیری نظری بخش های اجرایی مدیریت پروژه در ورزش
۳. کسب توانایی همکاری در پروژه های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مبانی، تعاریف و مفاهیم مدیریت پروژه
۲. انواع پروژه در ورزش (عمرانی، رویدادها، علمی، فناوری، و..)
۳. مطالعات پایه و فنی پروژه های ورزشی
۴. مدیریت تیم و کار گروهی در پروژه های ورزشی
۵. ابعاد و مسائل حقوقی پروژه های ورزشی
۶. استانداردهای پروژه و مدیریت پروژه در ورزش
۷. کاربرد فناوری ها و نرم افزارهای مدیریت پروژه در ورزش
۸. مدیریت امور مالی پروژه های ورزشی
۹. نظارت و ارزیابی پروژه های ورزشی
۱۰. تامین منابع در پروژه های ورزشی
۱۱. مدیریت پروژه در رویدادها و ورزشی
۱۲. مدیریت پروژه در برنامه های گردشگری ورزشی
۱۳. چالش های پروژه های ورزشی و مدیریت آنها در ایران

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. هادوی، سیده فریده و همکاران (۱۳۹۰). مدیریت پروژه در ورزش: برنامه ریزی و فنون کنترل، تهران: سایه نیما.
۲. دوستی، مرتضی و همکاران (۱۳۹۷). مدیریت پروژه های ورزشی، تهران: نشر ورزش..
3. Magaz-González, A. M., & Fanjul-Suárez, J. L. (2012). Sport events organization and project management: factors, phases, areas. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, 12(45), 138-169.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت تشریفات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Management of Sport Protocols

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
	آموزش تکمیلی عملی: دارد	ندارد			
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی					
آزمایشگاه					
سمینار					
کارگاه					

ب) هدف کلی:

آشنایی با مفاهیم و اصول تشریفات و میزبانی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. یادگیری اصول و نکات تشریفات در رویدادها و مناسبت‌های ورزشی
۲. درک اهمیت مدیریت تشریفات در سازمان‌ها ورزشی
۳. توانایی بررسی و تشخیص نکات عمومی و تخصصی تشریفات در مناسبت‌های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی تشریفات و مدیریت تشریفات
۲. تعاریف و مصادیق تشریفات در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی
۳. آداب، تشریفات میزبانی در رویدادها و گردهمایی‌های ورزشی
۴. آداب سفرها و تورهای ورزشی
۵. استانداردها و ویژگی‌های ظاهری افراد رسمی و غیررسمی در تشریفات و میزبانی
۶. جنبه‌های بهداشتی، رفاهی و غذایی در تشریفات
۷. تشریفات سازمانی و جلسات و گردهمایی‌ها در ورزش
۸. ابعاد فرهنگی، هنری و تزئینی در تشریفات ورزشی
۹. اصول معارفه و کاربرد القاب و عناوین در ادبیات ملی و بین‌المللی ورزش
۱۰. اخلاقیات و ظرافتهای رفتاری در تشریفات سازمانی و رویدادی ورزش
۱۱. کاربرد فناوری‌های و ابزارهای نوین تشریفات و میزبانی در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. طاهری، محمد (۱۳۹۹). مدیریت تشریفات، رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی ورزشی، کرج: اندیشه تابان
۲. یحیایی ایل‌ای، احمد (۱۳۹۹). تشریفات مدیران، تهران: جاجرمی.
۳. بیدارمغز، علی محمد (۱۳۹۴). راهبرد تشریفات در مدیریت ارتباطات. کاشان: مرسل.
۴. عبداللّهی آرا، محسن (۱۳۹۴). پذیرایی و تشریفات در سازمان‌ها و ادارات، تالیف. تهران: مهکامه.
۵. یحیایی ایل‌ای، احمد (۱۳۸۹). مدیریت تشریفات تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی



الف) عنوان درس به فارسی: کارورزی در رویدادها و گردشگری ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Internship in Sport Events and Tourism

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☒ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با رویدادها و گردشگری ورزشی و نحوه مدیریت آنها

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع رویدادهای موجود و مرتبط در سازمانهای ورزشی
۲. آشنایی با مباحث گردشگری با تاکید بر گردشگری ورزشی
۳. شناسایی فرایندهای اجرایی فعالیتهای مورد نظر
۴. تجربه و بازخورد حاصل از اجرای فعالیتهای مورد نظر در سازمانهای مربوطه

پ) سرفصل:

۱. شناسایی رسالت، اهداف و وظایف سازمانهای ملی و بین المللی در ورزش
۲. آشنایی با رویدادهای ورزشی و انواع آن
۳. آشنایی با نحوه مدیریت رویداد ورزشی
۴. آشنایی با کلیه فرایندهای اجرایی رویدادهای مورد نظر
۵. انجام فعالیت در فرایند اجرایی رویدادهای مورد نظر
۶. نحوه گزارش نویسی یک رویداد ورزشی
۷. شناسایی و معرفی مکانی از شهر خود که قابلیتهای بالفعل و حتی بالقوه تبدیل شدن به یک مکانی با ارزش گردشگری ورزشی را دارد، با ذکر دلایل.

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

انتخاب سازمان مورد نظر و شروع فعالیت با هدایت استاد، ارائه گزارش کار به استاد در دورههای زمانی مشخص

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی گزارش کار در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی کلی از کار یا نمونه کار ارائه شده ۶۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حسینی، سید سعید. (۱۳۹۸). راهنمای کارورزی و کار عملی در سازمانها. تهران. انتشارات جهاد دانشگاهی.
2. Royse, D., Dhooper, S. S., & Rompf, E. L. (2016). Field instruction: A guide for social work students. Waveland Press. .
3. University of Windsor (2020). Field Experience Handbook 2020-21. Retrieved in <https://www.uwindsor.ca/education/field-experience-handbook>

مدیریت سازمان ها و باشگاه های ورزشی



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت عملکرد و کیفیت در سازمان های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Performance and Quality Management in Sport Organizations

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم عملکرد، ارزیابی عملکرد و کیفیت در سازمان های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه ای عملکرد
۲. آشنایی با انواع رویکردهای ارزیابی عملکرد
۳. ارزیابی عملکرد سازمان های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی و فرایند مدیریت عملکرد
۲. مفاهیم کارایی، اثربخشی و بهره وری در سازمان های ورزشی
۳. نظریه ها و مدل های مدیریت عملکرد و کیفیت
۴. مراحل و فرایندی مدیریت عملکرد و کیفیت در سازمان های ورزشی
۵. ارزیابی عملکرد سازمان های ورزشی مبتنی بر مدیریت کیفیت جامع (TQM)، کارت امتیازی متوازن (BSC)، مدل تعالی سازمانی (EFQM) و رویکرد بازخورد ۳۶۰ درجه
۶. مفهوم کیفیت در ورزش
۷. مدل های اندازه گیری کیفیت خدمات در ورزش با تاکید بر فن کیفیت خدمات (سروکوال)
۸. گسترش کیفیت عملکرد (QFD)
۹. ارزیابی عملکرد کارکنان در سازمان های ورزشی
۱۰. ارزیابی عملکرد ذینفعان کلیدی سازمان های ورزشی (مربیان، داوران و ورزشکاران)
۱۱. ارزیابی عملکرد کاروان های ورزشی در رویدادهای بزرگ ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع: (توجه شود که منابع تا حد امکان به روز و حداکثر ۶ منبع و ۱ تا ۲ منبع آن لاتین باشد).

۱. آرمسترانگ، مایکل (۱۳۹۸). مدیریت عملکرد فرد تیم و سازمان. ترجمه: قلیچ لی، بهروز و غلام زاده، داریوش. نشر صفار.
۲. اکبری یزدی، حسین حمیدی، مهرزاد، خبیری، محمد، سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت کیفیت در ورزش (با رویکرد سروکوال و QFD). انتشارات علم و دانش.
۳. حمیدی، مهرزاد، وحدانی، محسن (۱۴۰۰). مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی. انتشارات بامداد کتاب، چاپ چهارم.
۴. عباسی، همایون، کریمی، جواد، حسینی، مریم (۱۳۹۸). مدیریت عملکرد در ورزش. انتشارات طنین دانش، چاپ دوم.
5. Aguinis, Herman. (2019). Performance Management, fourth edition. Chicago Business Press .
6. O'Boyle, I. (2015). Organisational performance management in sport. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: بازاریابی سازمانها و باشگاه های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Organizations and Clubs Marketing

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول، مفاهیم و فرایند بازاریابی و بازاریابی ورزشی و کسب مهارت به کارگیری مفاهیم بازاریابی در باشگاه های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی و نظریه های مدیریت بازاریابی در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۲. آشنایی با کارکردهای مدیریت بازاریابی در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۳. آشنایی با روشهای بازاریابی در سازمانها و باشگاه های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم اولیه بازاریابی ورزشی و صنعت ورزش
۲. نظریه ها، مدلها و فلسفه های بازاریابی در ورزش
۳. آمیخته های بازاریابی ورزشی در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۴. نقش و کاربرد رسانه ها در بازاریابی سازمانها و باشگاه های ورزشی
۵. رفتار مصرف کننده در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۶. تحقیقات بازاریابی سازمانها و باشگاه های ورزشی
۷. تدوین طرح بازاریابی سازمانها و باشگاه های ورزشی
۸. کیفیت خدمات و ارائه خدمات به مشتریان سازمانها و باشگاه های ورزشی
۹. حامیان مالی در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۱۰. مدیریت فروش در باشگاه های ورزشی
۱۱. نقد و بررسی مقالات حوزه بازاریابی سازمانها و باشگاه های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. روستا، احمد؛ ونوس، داور و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۷۸). مدیریت بازاریابی، انتشارات سمت.
۲. پیترز، برندا و استاتلر، دیوید (۱۳۹۶). مبانی بازاریابی ورزشی، ترجمه سید مرتضی عظیم زاده، انتشارات دانشگاه فردوسی.
۳. شنک، متیو دی. (۱۳۹۵). بازاریابی ورزشی با رویکرد استراتژی. ترجمه: فرشاد تجاری. یزد: دانشگاه آزاد اسلامی.
4. Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. (2014). Sport marketing, 4th edition. Human Kinetics.
5. Ferrand, Alain and McCarthy, Scott (2008). Marketing the Sports Organisation: Building Networks and Relationships, Routledge; 1st edition



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت منابع انسانی در ورزش

Human Resource Management in Sport: عنوان درس به انگلیسی

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با فرایندهای مختلف مدیریت منابع انسانی در سازمانها و باشگاه های ورزشی و درک چگونگی رفتار و مدیریت ورزشکاران، مربیان، داوران، داوطلبان، هواداران و غیره

اهداف ویژه:

۱. درک اهمیت و انواع منابع انسانی در سازمانها و باشگاه های ورزشی.
۲. آشنایی با فرایندهای مختلف مدیریت منابع انسانی در سازمانها و باشگاه های ورزشی.

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مبانی نظری مدیریت منابع انسانی
۲. آشنایی با کارکردها و وظایف مدیریت منابع انسانی
۳. آشنایی با رویکردهای مدیریت منابع انسانی
۴. شناخت تفاوت های فردی در منابع انسانی
۵. آشنایی با مدیریت مشتریان در ورزش و نگرش و انگیزه آنها برای مشارکت
۶. آشنایی با مدیریت داوطلبان در ورزش
۷. آشنایی با مدیریت تغییر و نقش آن در مدیریت منابع انسانی
۸. آشنایی با مدیریت ارتباطات و مذاکرات
۹. آشنایی با محیط حقوقی در ورزش (فرصت های شغلی برابر و چالش های حقوقی کارکنان)
۱۰. آشنایی با نگرش ها و ویژگی های مشاغل ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. چلادورای پاکیناتان (۱۳۹۴). مدیریت منابع انسانی در ورزش و تفریحات سالم. ترجمه: صمد لعل بذری؛ مهدی طالب پور. انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد. چاپ دوم.
۲. رمضانی نژاد، رحیم؛ لقمانی، محسن (۱۳۹۵). مدیریت منابع انسانی در ورزش (با رویکرد نگرش ها و ملاحظات شغلی). رشت. انتشارات دانشگاه گیلان.
۳. ولسی، کریس؛ سومیتن، جفری (۱۳۹۲). مدیریت منابع انسانی در صنعت ورزش و اوقات فراغت. ترجمه هاشم کوزه چیان و سیدرسول سیدنوروزی. انتشارات حتمی.

4. Chelladurai, P., Madella, A. (2006). Human Resource Management in Olympic Sport Organisations. Human Kinetics.
5. Chelladurai, P., Kerwin, S. (2017). Human Resource Management in Sport and Recreation. Human Kinetics. 3rd Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Strategic Management in Sport Organizations

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و مبانی مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی (تدوین، اجرا و ارزیابی راهبردها)

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم و مبانی مدیریت راهبردی
۲. یادگیری چگونگی تدوین برنامه راهبردی در سازمان‌های ورزشی
۳. یادگیری چگونگی اجرا و ارزیابی برنامه راهبردی در سازمان‌های ورزشی
۴. کسب توانایی تحلیل انواع برنامه‌های راهبردی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مدیریت راهبردی در سازمان‌های دولتی، غیردولتی و غیر انتفاعی
۲. آشنایی با مراحل مدیریت راهبردی
۳. مبانی و پیشینه مدیریت راهبردی در ورزش
۴. آشنایی با روش‌های برنامه‌ریزی راهبردی در ورزش
۵. تحلیل محیط داخلی و جهانی ورزش
۶. فرآیند مدیریت راهبردی و کاربردهای آن در محیط ورزش
۷. تحلیل برنامه‌های استراتژیک سازمان‌های ورزشی
۸. آشنایی با برنامه‌های راهبردی سازمان‌های ورزشی جهان
۹. تحلیل تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه‌ها و راهبردهای ورزشی
۱۰. آشنایی با چالش‌های مدیریت راهبردی در سازمان‌های ورزشی
۱۱. تدوین یک برنامه استراتژیک برای یکی از سازمان‌های ورزشی استانی یا ملی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. دنی ابراین، میلنا ام. پارت، لسلای فرکینز، لیزا گوتورپ (۱۳۹۸). مدیریت استراتژیک در ورزش. ترجمه: مجید نامور، اعظم خلیل‌پور، جواد فسنقری. انتشارات مبانی.
۲. چاپمن، اسکات (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی راهبردی در ورزش: راهنمایی برای سازمان‌های ورزشی. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۳. گای مسترمن (۱۳۸۷)، مدیریت راهبردی رویدادهای ورزشی با رویکرد بین‌المللی، ترجمه سید محمد حسین رضوی، محسن بلوریان، محمد رضا برومند، انتشارات شمال پایدار.

4. Varmus, M., Kubina, M., & Adámik, R. (2021). Strategic Sport Management: Sustainability of Sports Clubs. Springer Nature.
5. Wslzel, Stefan (2021). Strategic Management of Team Sports Organizations German Sport University Cologne Cologne Germany. Springer Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت مالی و اداری در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Financial and Administrative Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم مالی و اداری در ورزش و سازمانهای مختلف ورزشی است.

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی
۲. آشنایی با مبانی بودجه و فرایندهای بودجه ریزی در سازمان های ورزشی
۳. آشنایی با منابع تأمین مالی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی
۲. مفاهیم و روش های ارزیابی عملکرد در سازمان های ورزشی
۳. نظام دستمزد، مزایا و قراردادهای ورزشی
۴. کارگزینی، استخدام در سازمان های ورزشی
۵. فساد و سلامت اداری در ورزش
۶. خصوصی سازی در ورزش و سازمان های ورزشی
۷. مبانی بودجه و بودجه بندی در سازمان های ورزشی
۸. منابع تأمین مالی در ورزش
۹. نحوه محاسبه درآمدها و هزینه هادر سازمان های ورزشی
۱۰. سایر مباحث مالی در ورزش مانند: مالیات و فرار مالیاتی، صادرات و واردات کالاهای ورزشی و ...

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. کاشف، میرمحمد (۱۳۹۳). مدیریت اداری و مالی در سازمان های ورزشی. نشر ورزش: بامداد کتاب. تهران. چاپ سوم.
۲. شعبانی بهار، غلامرضا؛ اسماعیلیان، بهار (۱۳۹۷). مدیریت مالی و اداری در ورزش. انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، چاپ اول.
۳. رضائی صوفی، مرتضی؛ فراهانی، ابوالفضل (۱۳۹۷). مدیریت مالی و اداری در ورزش. انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوم.
۴. ویلسون. رابرت (۲۰۱۱). مدیریت مالی در ورزش. ترجمه: محمدحسین رضوی و آسیه قربانیان (۱۳۹۲). انتشارات شمال پایدار. چاپ اول.
۵. استوارت، باب (۲۰۰۶). مدیریت مالی در ورزش. ترجمه: لیلا صباغیان، فریده اشرف گنجوی و علی محمد صفانیا (۱۳۹۴). انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد شمال. تهران.

6. Winfree, J.A., Rosentraub, M.S., Zondlak, M., & Mills, B.M. (2019). Sports Finance and Management: Real Estate, Media, and the New Business of Sport. Second edition. Taylor & Francis Publishers.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sports Facilities and Equipment Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آموزش مبانی تقسیم بندی اماکن و تجهیزات ورزشی (از لحاظ حقوقی و متعارف)، اصول و اهداف طراحی و نگهداشت آن ها

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع اماکن و تجهیزات در ورزش و درک تفاوت کاربری آن ها
۲. آشنایی با مبانی و اصول مدیریت فضاها و امکانات ورزشی
۳. یادگیری نکات فنی و کاربردی در فضاهای ورزشی

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه اماکن و فضاهای ورزشی
۲. مبانی مدیریت اماکن و امکانات ورزشی
۳. تقسیم بندی اماکن ورزشی
۴. مکان شناسی و مکان یابی فضاهای ورزشی
۵. ایمنی و امنیت در فضاهای ورزشی
۶. مشخصات فضاها و امکانات تخصصی مربوط به رشته های ورزشی
۷. بازسازی، تعمیر و نگهداری اماکن و امکانات ورزشی
۸. استانداردهای تاسیسات و تجهیزات ورزشی و مسائل مهندسی و فنی اماکن و امکانات ورزشی
۹. سخت افزارها و فناوری های اماکن و فضاهای ورزشی
۱۰. مسائل زیست محیطی و توسعه پایدار در مدیریت اماکن ورزشی
۱۱. پارک ها و مبلمان ورزشی شهری و معماری اماکن و فضاهای ورزشی
۱۲. مدیریت پروژه های عمرانی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد (حداقل ۱۰ درصد به رویکرد پژوهشی اختصاص یابد)
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه، بازدیدهای میدانی

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۸۹) مدیریت طراحی و نگهداری اماکن و تجهیزات ورزشی، چاپ اول، نشر آوای ظهور، تهران
۲. جلالی فراهانی، مجید (۱۳۸۸). مدیریت اماکن ورزشی، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران
۳. کاشف، سید محمد (۱۳۹۴). مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی، بامداد کتاب: نشر ورزش.
۴. رضوی، سید محمد حسین، عظیمی دلارستانی، عادل (۱۳۹۸)، راهنمای جامع مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی (از طراحی و ساخت تا بهره برداری و نگهداری) آمل: موسسه فرهنگی شمال، نشر شمال پایدار.
۵. مطالعات وضع موجود مراکز ورزشی، موازین فنی ورزشگاه های کشور (۱۳۷۴). جلد اول تا چهارم. سازمان برنامه و بودجه
6. Schwarz, E., Hall, S., & Shibli, S. (2015). Sport facility operations management: A global perspective. Routledge.



لف) عنوان درس به فارسی: سمینار در مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Seminar in Sport Organizations and Clubs Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با کنفرانسهای علمی، تهیه و ارائه گزارشهای علمی و نقد و بررسی علمی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با همایشها و کنفرانسهای علمی
۲. آشنایی با نحوه تهیه و ارائه گزارشهای علمی
۳. آشنایی با نقد علمی

پ) سرفصل:

۱. آرایه کنفرانس و بحث و تبادل نظر در زمینه آخرین دستاوردهای علمی در حوزه مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی
۲. آشنایی با چگونگی نگارش پروپوزال پژوهشی در حوزه مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی
۳. بحث و تبادل نظر پیرامون چگونگی تدوین گزارش پژوهش علمی (پایان نامه، مقاله، طرح پژوهشی)
۴. بحث و تبادل نظر پیرامون چگونگی آرایه گزارش علمی در همایشها و جلسات دفاعیه پایان نامه
۵. آشنایی با انواع و نحوه استفاده از ابزارهای مورد استفاده در ارائه گزارش علمی
۶. نقد و بررسی پایان نامه های حوزه مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی
۷. نقد و بررسی مقالات داخلی حوزه مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی
۸. نقد و بررسی مقالات خارجی معتبر حوزه مدیریت سازمانها و باشگاه های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت های کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
- آزمون پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا (۱۳۹۴). راهنمای پایان نامه با تاکید بر مدیریت ورزشی، بامداد کناب، چاپ چهارم.
۲. راهنمای تنظیم پروپوزال و پایان نامه در وبسایت رسمی دانشگاهها
3. Eco, Umberto. (2015). How to Write a Thesis. The MIT Press.



الف) عنوان درس به فارسی: توسعه پایدار در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sustainable Development in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم توسعه پایدار در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی پایداری در ورزش
۲. آشنایی با مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۳. آشنایی با کارکردها و مکانیزم‌های توسعه پایداری در ورزش و از طریق ورزش

پ) سرفصل:

۱. توسعه پایدار و ابعاد آن
۲. ورزش و توسعه پایدار
۳. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۴. مدل‌های توسعه پایدار در ورزش
۵. ورزش، استانداردسازی مدیریت و توسعه در ورزش
۶. سیاست گذاری عمومی، مدیریت پایدار و توسعه پایدار
۷. نقش ورزش در پایداری اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
۸. پایداری محیطی، شهری و معماری و زنجیره تامین سبز در ورزش
۹. ورزش، توسعه و صلح
۱۰. المپیزم و ارزش‌های ملی و نقش آن در پایداری ورزش
۱۱. نقش اماکن و رویدادهای ورزشی در مدیریت پایدار و توسعه پایدار

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، فعالیت‌های پژوهشی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. زاهدی، شمس السادات (۱۳۹۳). توسعه پایدار، انتشارات سمت، تهران.
۲. طیبی‌ثانی، سیدمصطفی. روزبهانی، شهناز. حسین‌پور، محمد و کوشکی، موسی (۱۳۹۹). ارتقاء نقش ورزش برای اهداف توسعه پایدار، انتشارات نشاء.
۳. پایداری از طریق ورزش (۱۳۹۷)، پیاده‌سازی دستور کار ۲۱ جنبش المپیک، اثری از کمیته بین‌المللی المپیک (IOC) با همکاری برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد، ترجمه هومن بهمن‌پور و رضا شجاع. تهران: نشر شور آفرین.
4. Millington, R., & Darnell, S. C. (2019). Introduction: Sport, development and environmental sustainability—issues and controversies. In Sport, Development and Environmental Sustainability (pp. 1-18). Routledge.
5. Collison. H, Darnell. S. C, Giulianotti. R. P, Howe, D (2018). Routledge Handbook of Sport for Development and Peace, Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: سیاست گذاری و توسعه ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Sport Policy and Development

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و مبانی سیاست گذاری و توسعه ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم و مبانی سیاست گذاری و توسعه ورزش
۲. بکارگیری مفاهیم سیاست گذاری و توسعه در ورزش
۳. یادگیری فرآیند سیاست گذاری و توسعه در ورزش
۴. توانایی تحلیل برنامه های سیاست گذاری و توسعه در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مبانی سیاست گذاری و بستر سازمانی آن در ایران
۲. مبانی توسعه و ساختار آن در ایران
۳. حکمرانی در ورزش
۴. سیاست ورزشی و توسعه ورزش در ایران و جهان
۵. تحلیل سیاست ها و آمایش توسعه در ورزش
۶. آشنایی با اسناد و برنامه های سیاستی و توسعه در ورزش
۷. آشنایی با روش های سیاست گذاری در ورزش
۸. آشنایی با انواع برنامه های استراتژیک سازمان های ورزشی ایران و جهان
۹. آشنایی با مدل ها و رویکردهای توسعه ورزش
۱۰. مقایسه سیاست گذاری و توسعه ورزش بین ایران و سایر کشورها
۱۱. سیاست گذاری و توسعه ورزش پرورشی، همگانی و ورزش قهرمانی و حرفه ای
۱۲. توسعه ورزش برای گروه های خاص اجتماعی
۱۳. ورزش برای توسعه و صلح

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. دانیل بلویس (۱۳۹۶). مقدمه ای بر سیاست گذاری ورزشی و توسعه در ورزش. ترجمه: معصومه کلاته سیفری، مسعود فریدونی. انتشارات دانشگاه مازندران.
۲. رحیم رضائی نژاد، کاظم هژبری، حسین عیدی، محمد ریحانی، بهمن عسگری (۱۳۹۴). مدیریت ورزش نخبه (تجارب کشورهای موفق). انتشارات شمال پایدار.

3. Hallmann, K., & Petry, K. (2013). Comparative sport development. Springer Nature..
4. Ian Henry, Ling-Mei Ko (2014). Routledge Handbook of Sport Policy.
5. Hylton, K. (2013). Sport development: Policy, process and practice: Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: جنبش المپیک و رویدادهای بین المللی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Olympic Movement and International Events in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

شناخت جنبش المپیک و رویدادهای مختلف بین المللی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با جنبش المپیک و رویدادهای المپیک و پارالمپیک
۲. آشنایی با رویدادها و مسابقات جهانی و منطقه ایی

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه المپیک و رویدادهای ورزشی
 ۲. جنبش المپیک
 ۳. بازی های المپیک و سوابق برگزاری
 ۴. مسابقات قهرمانی جهان و جام های جهانی در ورزش
 ۵. بازی های قاره ایی
 ۶. بازی های مهم بین المللی
 ۷. فرایند میزبانی رویدادهای بزرگ بین المللی
 ۸. نحوه سازماندهی و برگزاری رویدادهای بزرگ بین المللی
- ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:
- تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
- ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت سازمانهای ورزشی، انتشارات سمت.
۲. سجادی، سید نصرالله و صفری، حمیدرضا (۱۳۹۹). آموزش جنبش المپیک، انتشارات کمیته ملی المپیک ایران.
۳. جکسون، راجر (۱۳۹۲). راهنمای مدیریت ورزشی، ترجمه: محمد خیبری، رحمت الله صدیق سروسرستانی، محمد عزیزی، عباسعلی گائینی، سید نصرالله سجادی، شکوه نوابی نژاد. انتشارات کمیته ملی المپیک ایران.
4. International Olympic Committee ((2020)). Olympic Charter. Retrieved from <https://architectureofthegames.net/general/ioc-olympic-charter-17-july-2020/>.
5. U. S. Olympic Committee (2001). Olympism: A Basic Guide to the History, Ideals, and Sports of the Olympic Movement (Olympic Guides), Gareth Stevens Pub.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت کسب و کار و استارت‌آپ های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Business and Startups Management

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☐	اختیاری ☒		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم کسب و کار، نوشتن طرح کسب و کار، راه اندازی و مدیریت باشگاه و استارت‌آپ های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای کسب و کار
۲. آشنایی با ظرفیت ها، فرصت ها و چالش‌های راه اندازی باشگاه ورزشی
۳. آشنایی با ملزومات طراحی و راه اندازی باشگاه ورزشی و همچنین توانمندسازی برای مدیریت موثر باشگاه ورزشی
۴. آشنایی با انواع استارت‌آپ های ورزشی و نحوه راه اندازی و مدیریت آنها

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم، اصول پایه و نظریه های متداول در مدیریت کسب و کارهای ورزشی
۲. معرفی انواع کسب و کارهای ورزشی
۳. استراتژی های توسعه کسب و کار های ورزشی
۴. مدیریت مالی و روش های تامین سرمایه در باشگاه های ورزشی
۵. نگارش طرح کسب و کار و راه اندازی باشگاه ورزشی
۶. چالش های کسب و کار و ملزومات بقاء کسب و کارها در ورزش
۷. فناوری های نوین، ثبت اختراع و مالکیت فکری در باشگاه های ورزشی
۸. مباحث حقوقی و اخلاقی کسب و کار در باشگاه های ورزشی
۹. انواع استارت‌آپ های ورزشی
۱۰. مراحل راه اندازی و مدیریت استارت‌آپ های ورزشی
۱۱. نقش شتابدهنده ها و بازاریابی در رشد استارت‌آپ ها
۱۲. پیش به سوی کارآفرینی و راه اندازی باشگاه و استارت‌آپ ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. ترن برت، لیندا و حسن، دیوید (۱۳۹۵). مدیریت کسب و کار های ورزشی، ترجمه: سید محمد اعرابی، رحیم زارع، سید علیرضا هاشمی - دفتر پژوهش های فرهنگی
۲. راه‌اندازی و مدیریت باشگاه ورزشی؛ محمدحسین قربانی، حمیدرضا صفری. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی، ۱۳۹۵
۳. حسن، دیوید (۱۳۹۸). مدیریت کسب و کار ورزشی: مقدمه‌ای بر مبانی مدیریت ورزشی (جلد اول) ترجمه: اعظم خلیل پور، حوریه دهقانپوری، میثم نظری قنبری، مائده شفیع زاده، فریبا عسکریان.
4. James J. Zhang, Brenda G. Pitts & Lauren M. Johnson (2021). International Sport Business Management: Issues and New Ideas- - Routledge.
5. Ratten Vanessa (2020). Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship, Emerald Publishing.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت دانش در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Knowledge Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

درک مفهوم دانش و پیوند آن با ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی و اصول مدیریت دانش و فناوری در ارتباط با ورزش
۲. یادگیری ماهیت علوم و فناوری های ورزشی
۳. توانایی بررسی و تحلیل ابعاد و مسائل دانش در ورزش توسط دانشجو

پ) سرفصل:

۱. مفهوم و تعریف مدیریت دانش
۲. انواع دانش و کاربرد آن ها در ورزش
۳. آشنایی با ساختار دانش در علوم ورزشی
۴. سازمان یادگیرنده و یادگیری سازمانی ورزش
۵. فرآیندهای مدیریت دانش و فناوری
۶. تولید دانش در ورزش
۷. نشر دانش و انتقال دانش در سیستم ورزش
۸. کاربرست دانش و تجاری سازی دانش در محیط ورزش
۹. زیرساخت های مدیریت دانش در ورزش
۱۰. دیتابیس و سیستم های مدیریت اطلاعات در ورزش
۱۱. چالش های مدیریت دانش در سازمان ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. شیرزادی، رضا، محمدی، عمر و زارعی، بهیه (۱۳۹۶). الزامات سازمان های ورزشی در مدیریت دانش، نشر شمال پایدار.
۲. علیدوست قهفرخی، ابراهیم و همکاران (۱۳۹۶). مدیریت دانش در سازمان های ورزشی، انتشارات دانشگاه تهران.
۳. راتن، ونسا (۱۳۹۹). نوآوری و فناوری ورزشی، ترجمه امیر رحیمی، هاشم کوزه چیان. تبریز: طنین دانش.



الف) عنوان درس به فارسی: تولید محتوای چندرسانه‌ای در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Multimedia Production in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با روش‌های تولید محتوای دیجیتال در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با روش‌های تولید محتوای عکس دیجیتال
۲. آشنایی با روش‌های تولید محتوای فیلم دیجیتال
۳. آشنایی با روش‌های طراحی روایت و سناریو برای محتوای ورزشی
۴. آشنایی با روش‌های تدوین

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم محتوای دیجیتالی
۲. مبانی تولید محتوای چندرسانه‌ای
۳. تولید محتوای متنی
۴. تولید محتوای تصویری
۵. تولید محتوای فیلم
۶. تولید محتوای اینفوگرافیک
۷. تولید محتوای موشن گرافی
۸. نحوه نگارش روایت و سناریو
۹. آشنایی با مبانی و انواع نرم‌افزارهای تدوین محتوا
۱۰. برنامه‌ریزی تولید محتوا
۱۱. سنجش انواع محتوای چندرسانه‌ای
۱۲. مسایل اخلاقی و حقوقی در محتوای چند رسانه‌ای

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. (۱۳۹۵). تولید محتوای الکترونیک و برنامه‌سازی. تهران. دفتر تألیف کتابهای درسی فنی و حرفه‌ای و کار دانش.

۲. قاسمی، حمید. (۱۳۹۷). اصول عکاسی و تصویربرداری. تهران. اندیشه‌آرا.

3. Cvetković, D. (Ed.). (2019). Interactive Multimedia: Multimedia Production and Digital Storytelling. BoD-Books on Demand .
4. Schultz, B., & Arke, E. (2015). Sports media: Reporting, producing, and planning. Routledge..



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت بحران در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Crisis Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☒ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☒					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم بحران و مدیریت آن در سازمان‌ها، اماکن و رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای بحران
۲. آشنایی با انواع بحران در سازمان‌ها، اماکن و رویدادهای ورزشی
۳. آشنایی با تکنیک‌های مدیریت انواع بحران

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم، تعاریف و نظریه‌ها، انواع و طبقه‌بندی بحران‌ها
۲. ویژگی‌ها و مراحل چرخه عمر بحران
۳. زمینه‌های پیدایش بحران در ورزش
۴. آثار و پیامدهای ناشی از بحران در ورزش
۵. بحران در اماکن و رویدادهای ورزشی
۶. بحران‌های درون سازمانی و برون سازمانی
۷. بحران‌های مرتبط با ایمنی و امنیت در ورزش
۸. مراحل، رویکردها و مدل‌های مدیریت بحران در ورزش
۹. فنون و عوامل مؤثر بر مدیریت بحران
۱۰. خط‌مشی، سیاست‌ها، استراتژی‌ها و نظام‌های مدیریت بحران
۱۱. راهبرد مدیریت بحران: مهارت‌ها، قابلیت‌ها و وظایف و برنامه مدیریت ریسک
۱۲. مدیریت جمعیت (کنترل، ایمنی و رفتار جمعیت)
۱۳. نمونه‌های موردی انواع بحران در رشته‌های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. شاه منصوری، عزت الله (۱۳۸۹). مدیریت بحران در ورزش. انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.
۲. نجمی، محمد (۱۳۹۹). مدیریت ریسک در اماکن ورزشی سرپوشیده، انتشارات سنجش و دانش.
۳. تهذیبی، خادم‌علی (۱۳۹۷). ورزش و پدافند غیر عامل، نشر ترخون.
۴. انجمن ورزش و تفریحات استرالیا (۱۳۹۰). چارچوب مدیریت ریسک در صنعت ورزش و تفریحات ترجمه رباب مختاری، رحیم رضانی‌نژاد و عماد حسینی، بامداد کتاب
۵. کورش ویسی، محمد کشتی‌دار، جعفر خوشبختی، بهزاد ایزدی، (۱۳۹۴). مدیریت ریسک در ورزش. انتشارات بامداد کتاب.
6. Shipway, R., Miles, L., & Gordon, R. (2020). Crisis and disaster management for sport. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پروژه در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Project Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

کسب توانایی در برنامه ریزی و اجرای پروژه های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با اصول مدیریت پروژه در ورزشی
۲. تمرین و یادگیری نظری بخش های اجرایی مدیریت پروژه در ورزش
۳. کسب توانایی همکاری در پروژه های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مبانی، تعاریف و مفاهیم مدیریت پروژه
۲. انواع پروژه در ورزش (عمرانی، رویدادها، علمی، فناوری، و..)
۳. مطالعات پایه و فنی پروژه های ورزشی
۴. مدیریت تیم و کار گروهی در پروژه های ورزشی
۵. ابعاد و مسائل حقوقی پروژه های ورزشی
۶. استانداردهای پروژه و مدیریت پروژه در ورزش
۷. کاربرد فناوری ها و نرم افزارهای مدیریت پروژه در ورزش
۸. مدیریت امور مالی پروژه های ورزشی
۹. نظارت و ارزیابی پروژه های ورزشی
۱۰. تامین منابع در پروژه های ورزشی
۱۱. تجاب و رویکردهای مدیریت پروژه های ورزشی در جهان
۱۲. چالش های پروژه های ورزشی و مدیریت آنها در ایران

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. هادوی، سیده فریده و همکاران (۱۳۹۰). مدیریت پروژه در ورزش: برنامه ریزی و فنون کنترل، تهران: سایه نیما.
۲. دوستی، مرتضی و همکاران (۱۳۹۷). مدیریت پروژه های ورزشی، تهران: نشر ورزش..
3. Magaz-González, A. M., & Fanjul-Suárez, J. L. (2012). Sport events organization and project management: factors, phases, areas. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, 12(45), 138-169.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت استعداد و تیم‌های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Talent Management and Sport Teams

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مدیریت استعدادیابی و مدیریت استعداد در تیم‌های ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مدیریت استعداد و استعدادیابی در ورزش

۲. آشنایی با مدیریت تیم‌های ورزشی

پ) سرفصل:

آشنایی با مدیریت استعدادیابی در ورزش

۱. آشنایی با کلیات و مفاهیم استعدادیابی و آشنایی با رویکردها و مدل‌های توسعه استعداد

۲. آشنایی با چالش‌ها و فرصت‌های مدیریت استعدادها در ورزش

۳. آشنایی با مراحل توسعه استعداد (بروز، رشد و حمایت از استعداد)

۴. آشنایی با محیط و کیفیت استعداد در ورزش

۵. آشنایی با جانشین پروری و پس از قهرمانی

آشنایی با مدیریت تیم‌های ورزشی

۱. مدیریت هیجان و انگیزش در تیم‌های ورزشی

۲. سبک‌های مربیگری در تیم‌های ورزشی

۳. مدیریت استرس و تحلیل رفتگی در تیم‌های ورزشی

۴. مدیریت ارتباط و تعارض و دینامیک و پویایی گروهی در تیم‌های ورزشی

۵. ارزیابی عملکردی فردی و گروهی در تیم‌های ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، فعالیت های پژوهشی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد (حداقل ۱۰ درصد به رویکرد پژوهشی اختصاص یابد)

ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

ج) ملزومات، تجهیزات و امکانات موردنیاز برای ارائه:

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. بالی، ایستوان؛ وی، ریچارد؛ هیگز، کالین (۲۰۱۷). رشد و توسعه بلندمدت ورزشکار. ترجمه رحیم رضانی نژاد، سجاد

حسینی، علی اشکانی، صادق وقار. انتشارات طنین دانش. تبریز

۲. خسروی زاده، اسفندیار؛ خسروی زاده، علی (۱۳۹۸). استعدادیابی در ورزش. تهران، انتشارات سمت.

۳. رضانی نژاد، رحیم؛ حکیمی، ایمان (۱۳۹۰). سبک‌های مدیریت و رهبری در تیم‌های ورزشی. عصر انتظار.

4. Lopez Frias, F. (2015). Talent Development, Existential Philosophy, and Sport. On becoming an Elite Athlete.

5. Wormhoudt, R., Savelsbergh, G. J., Teunissen, J. W., & Davids, K. (2017). The athletic skills model: optimizing talent development through movement education. Routledge.

6. Baker, J., Cobley, S., Schorer, J., & Wattie, N. (Eds.). (2017). Routledge handbook of talent identification and development in sport. Taylor & Francis.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت داوطلبان، هواداران و تماشاگران در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Managing Sport Volunteers, Fans and Spectatores

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مدیریت افراد داوطلب، هواداران و تماشاگران در رویدادهای مختلف ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم داوطلبی در ورزش
۲. آشنایی با مفاهیم هواداری در ورزش
۳. آشنایی با تماشاچیان در ورزش
۴. آشنایی با رویکردهای مختلف در مدیریت داوطلبان، هواداران و تماشاگران در ورزش

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم و تعاریف داوطلبی و خدمت داوطلبانه
 ۲. آشنایی با سازمان های ورزشی داوطلب
 ۳. آشنایی با کارکردها و فرآیند مدیریت داوطلبان در ورزش
 ۴. آشنایی با تجربیات موفق نهضت داوطلبی در ورزش
 ۵. گروه های مختلف تماشاچیان و هواداران
 ۶. مدیریت رفتارهای هواداران و تماشاچیان در ورزش در قبل، حین و پس از اتمام مسابقه
 ۷. اقدامات لازم برای مدیریت هواداران و تماشاچیان در میادین ورزشی
 ۸. اقدامات بهداشتی-رفاهی در مدیریت هواداران
 ۹. ابعاد قانونی مدیریت هواداران
 ۱۰. ابعاد جامعه شناسی و روانشناسی مدیریت هواداران در ورزش
 ۱۱. وضعیت مدیریت هواداران ورزشی در ایران و جهان
- ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:
- تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
- ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. چلادورای، پاکیانان؛ مادلا، البرتو. (۱۳۹۰). مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی المپیک. ترجمه: رحیم رضانی نژاد، نغمه کریمی نژاد، همایون فراهانی. تهران: انتشارات سمت.
۲. رضوی، سید محمد حسین؛ تسلیمی، زهرا؛ شبانی سپیده. (۱۳۹۶). مدیریت منابع انسانی داوطلب در ورزش. تهران: انتشارات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.

3. Hoye, R., Cuskelly, G., Auld, C., Kappelides, P & Misener, K. (2019). Sport Volunteering. 1st ed. Routledge.
4. by Wann, Daniel L. and James, Jeffrey D. (2018). Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Fandom (3D Photorealistic Rendering) 2nd Edition, Kindle Edition, Routledge; 2nd edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت تشریفات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Management of Sport Protocols

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با مفاهیم و اصول تشریفات و میزبانی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. درک اهمیت مدیریت تشریفات در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی
۲. یادگیری اصول و نکات تشریفات در رویدادها و مناسبت‌های ورزشی
۳. توانایی بررسی و تشخیص نکات عمومی و تخصصی تشریفات در مناسبت‌های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی تشریفات و مدیریت تشریفات
۲. تعاریف و مصادیق تشریفات در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی
۳. آداب، تشریفات میزبانی در رویدادها و گردهمایی‌های ورزشی
۴. آداب سفرها و تورهای ورزشی
۵. استانداردها و ویژگی‌های ظاهری افراد رسمی و غیررسمی در تشریفات و میزبانی
۶. جنبه‌های بهداشتی، رفاهی و غذایی در تشریفات
۷. تشریفات سازمانی و جلسات و گردهمایی‌ها در ورزش
۸. ابعاد فرهنگی، هنری و تزئینی در تشریفات ورزشی
۹. اصول معارفه و کاربرد القاب و عناوین در ادبیات ملی و بین‌المللی ورزش
۱۰. اخلاقیات و ظرافتهای رفتاری در تشریفات سازمانی و رویدادی ورزش
۱۱. کاربرد فناوری‌های و ابزارهای نوین تشریفات و میزبانی در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. طاهری، محمد (۱۳۹۹). مدیریت تشریفات، رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی ورزشی، کرج: اندیشه تابان
۲. یحیایی ایل‌ای، احمد (۱۳۹۹). تشریفات مدیران، تهران: جاجرمی.
۳. بیدارمغز، علی محمد (۱۳۹۴). راهبرد تشریفات در مدیریت ارتباطات. کاشان: مرسل
۴. عبداللّهی آراء، محسن (۱۳۹۴). پذیرایی و تشریفات در سازمان‌ها و ادارات؛ تالیف. تهران: مهکامه.
۵. یحیایی ایل‌ای، احمد (۱۳۸۹). مدیریت تشریفات تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Management of Information and Communication Technology in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و کاربرد مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات
۲. آشنایی با روند تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات در ورزش
۳. آشنایی با انواع فناوری اطلاعاتی و ارتباطی کاربردی در ورزش
۴. آشنایی با طراحی و اجرای فناوری اطلاعاتی و ارتباطی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. اطلاعات، مدیریت و تصمیم‌گیری در سازمان‌های ورزشی
۲. بنیان‌های فنی نظام‌های اطلاعات، رایانه و نرم‌افزار
۳. مدیریت پایگاه داده‌ها و انتقال
۴. اطلاعات مدیریت در سازمان‌های ورزشی
۵. فناوری اطلاعات در سازمان‌های غیرتجاری ورزشی
۶. فناوری اطلاعات در سازمان‌های تجاری ورزشی
۷. داده‌کاوی در ورزش
۸. دستگاه‌های مدیریت دانش در ورزش
۹. امنیت و کنترل نظام‌های اطلاعات مدیریت
۱۰. دیدگاه‌های اخلاقی و اجتماعی در نظام‌های اطلاعات
۱۱. تجزیه و تحلیل و طراحی نظام اطلاعات مدیریت در ورزش
۱۲. پژوهش در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید و همکاران. (۱۳۹۷). نظام‌های اطلاعات مدیریت در ورزش (ویراست دوم). تهران: انتشارات حتمی.
۲. همتی‌نژاد، مهرعلی و سلیمانی، سجاد. (۱۳۹۷). سیستم اطلاعاتی و فن‌آوری در ورزش. تهران: بامداد کتاب.
۳. سلیمی، مهدی و طیبی، محسن. (۱۳۹۷). سیستم‌های اطلاعات مدیریت در سازمان‌های ورزشی. اصفهان: جهاد دانشگاهی.
4. Schumaker, Robert P., Soliman, Osama K., Chen, Hsinchun (2013). Sports Data Mining (Integrated Series in Information Systems, 26). Springer.
5. Dabnichki, P. (2008). Computers in sport. WIT Press.



الف) عنوان درس به فارسی: رفتار سازمانی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Organizational Behavior in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم کلی و جزئی رفتار سازمانی در ورزش و سازمان های ورزشی و عوامل موثر بر آن

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با عوامل موثر بر رفتارها و نگرش های افراد در ورزش
۲. آشنایی با نظریه های مختلف رفتار سازمانی
۳. آشنایی با طراحی الگوهای مطلوب رفتار سازمانی جهت استفاده بهینه از نیروی کار و امکانات سازمان های ورزشی
۴. آشنایی با استفاده بهینه از قدرت و رهبری در سازمان های ورزشی در راستای کاهش تعارضات و افزایش انگیزش منابع انسانی

پ) سرفصل:

۱. اهمیت رفتار سازمانی در ورزش
۲. فرهنگ سازمانی در سازمان های ورزشی
۳. سیستم های ارتباطی و فرآیندهای اجتماعی در سازمان های ورزشی
۴. تغییر، توسعه و نوآوری در سازمان های ورزشی
۵. ویژگی های فردی و اجتماعی، نگرش ها و احساسات کارکنان سازمان های ورزشی
۶. انگیزش و رضایت شغلی در سازمان های ورزشی
۷. ابعاد شخصیتی، بهداشت روانی و شناسایی و مدیریت استرس های شغلی در سازمان های ورزشی
۸. قدرت و سیاست در سازمان های ورزشی
۹. رهبری در سازمان های ورزشی
۱۰. تعارض و مذاکره
۱۱. تیم سازی در سازمان و توسعه تیمی و فردی
۱۲. مربی گری موفق ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه، بازدیدهای میدانی

چ) فهرست منابع:

۱. گودرزی، محمود (۱۳۹۲). مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، انتشارات دانشگاه تهران.
۲. اسکینر، جیمز و استوارت، باب (۱۳۹۹). مبانی مدیریت ورزش: رفتار سازمانی در ورزش، ترجمه ناحید اتقیا. انتشارات سمت.
۳. کارگر، غلامعلی، سلطانی، مصطفی (۱۳۹۵). مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی
4. Christopher R. Barnhill , Natalie L. Smith , Brent D. Oja (2021) Organizational Behavior in Sport Management: An Applied Approach to Understanding People and Groups , Palgrave Macmillan;
5. Eric MacIntosh , Laura J. Burton (2019) Organizational Behavior in Sport Management.



الف) عنوان درس به فارسی: روابط عمومی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Sport Public Relations

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه ☐	تخصصی ☒	اختیاری ☐		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری ☒	عملی ☐	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روابط عمومی ورزشی و خوشنامی سازمانی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای روابط عمومی در ورزش
۲. آشنایی با برنامه‌ریزی در روابط عمومی ورزشی
۳. آشنایی با مخاطبین کلیدی در ورزش
۴. آشنایی با روش‌های برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبین کلیدی

پ) سرفصل:

۱. مبانی روابط عمومی ورزشی
۲. برنامه‌ریزی در روابط عمومی ورزشی
۳. روابط رسانه‌ای در روابط عمومی ورزشی
۴. مدیریت رسانه‌های سازمانی در ورزش
۵. تأمین خدمات اطلاعاتی
۶. روابط اجتماعی در روابط عمومی ورزشی
۷. مدیریت ارتباط با مخاطبین درون سازمانی در ورزش
۸. مدیریت ارتباط با مخاطبین برون سازمانی در ورزش
۹. مدیریت ارتباطات در وضعیت بحرانی
۱۰. روابط عمومی الکترونیک در ورزش
۱۱. پژوهش در روابط عمومی ورزشی
۱۲. ملاحظات اخلاقی و حقوقی در روابط عمومی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابوالفضل و حسینی، معصومه (۱۳۹۷). مدیریت روابط عمومی و بین‌المللی در ورزش. تهران. انتشارات دانشگاه پیام نور.

۲. استولد، جی. کلايتون؛ ديتمور، استفن دبلیو و برانولد، اسکات ای. (۱۳۹۰). روابط عمومی ورزشی: مدیریت ارتباطات سازمانی. ترجمه حمید قاسمی، سارا کشر و ناتاشا قلعه. تهران. علم و حرکت.

3. Stoldt, G. C., Dittmore, S. W., Ross, M., & Branvold, S. E. (2020). Sport public relations. Human Kinetics Publishers .

4. Hopwood, M., Skinner, J., & Kitchin, P. (2012). Sport public relations and communication. Routledge .



الف) عنوان درس به فارسی: مبانی حقوقی و قانونی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Legal Foundations of Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی با مبانی حقوقی و قانونی ورزش و کارکردهای آن در مدیریت ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی حقوق ورزشی
۲. کارکرد های حقوق در مدیریت ورزشی
۳. تعاملات و راهبرد ها و تاثیرات متقابل حقوق و مدیریت ورزشی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم حقوقی حوزه ورزش
۲. جایگاه ورزش در قوانین ایران
۳. آشنایی با فرآیندهای اداری و حقوقی در ورزش ایران
۴. آشنایی با فرآیندهای رسیدگی به جرائم ورزشی در ایران
۵. آشنایی با فرآیندهای رسیدگی به جرائم ورزشی در سازمان های ورزشی بین المللی
۶. جرم شناسی ورزشی
۷. مالکیت فکری در ورزش
۸. آشنایی با قراردادهای ورزشی
۹. قوانین نقل و انتقال بین المللی
۱۰. آشنایی با چالش‌های مهم حقوقی در ورزش ایران

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. آقای‌نیا، حسین (۱۳۷۴) مبانی حقوقی ورزش ها، انتشارات کمیته ملی المپیک
۲. شکری، نادر (۱۳۹۵) حقوق ورزشی، انتشارات جنگل.
۳. چلبی، البرز (۱۳۸۹). حقوق ورزشی، قواعد عمومی حقوق جزا، تهران: جنگل
۴. رنجبری، کیوان (۱۴۰۰). چالش‌های حقوقی قراردادهای ورزشی. تهران: انتشارات قانون یار.
5. Spengler, J. O., Anderson, P. M., Connaughton, D. P., & Baker III, T. A. (2016). Introduction to sport law with case studies in sport law. Human Kinetics.
6. Moorman, A. M. (2020). Introduction to Law and Management in Sport. In Sport Law (pp. 3-16). Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: تبلیغات در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Advertising in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اجرای تبلیغات ورزشی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای تبلیغات و سواد تبلیغاتی با رویکرد ورزش
۲. آشنایی با انواع تبلیغات در ورزش
۳. آشنایی با فرایند تولید محتوای تبلیغات ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم تبلیغ و سواد تبلیغاتی
۲. انواع تبلیغات در ورزش
۳. آشنایی با انواع رسانه‌های تبلیغاتی در ورزش
۴. مخاطب‌شناسی در تبلیغات ورزشی
۵. فرایند طراحی و اجرای تبلیغات ورزشی
۶. پویش یا کمپین تبلیغات ورزشی
۷. تبلیغات چریکی در ورزش
۸. تبلیغات و حامیان ورزشی
۹. تبلیغات و برندسازی ورزشی
۱۰. تبلیغات محیطی در ورزش
۱۱. برنامه‌ریزی تبلیغات ورزشی
۱۲. تحلیل تبلیغات ورزشی به عنوان مخاطب و تولیدکننده محتوا
۱۳. مسایل اخلاقی و حقوقی در تبلیغات ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا و راسخ، نازنین. (۱۳۹۷). تبلیغات و ورزش. تهران: اندیشه‌آرا.
۲. محمدیان، محمود (۱۳۹۶). مدیریت تبلیغات. تهران: حروفیه (مهربان نشر).
۳. عسگری، احمد (۱۳۹۶). تبلیغات و برند. تهران: انتشارات نظری
۴. ولز، ویلیام؛ برنت، جان و موریارتی، ساندرا (۱۳۹۸). تبلیغات تجاری: اصول و شیوه‌های عمل. ترجمه: سینا قربانلو. تهران: انتشارات میلغان.

5. Barry, Pete (2016). The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later. Thames & Hudson
6. Muller, Barbara (2017). Dynamics of International Advertising: Theoretical and Practical Perspectives. Peter Lang Inc.



الف) عنوان درس به فارسی: روابط بین الملل در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: International Relations in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با مفاهیم روابط بین الملل در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مفاهیم پایه‌ای روابط بین الملل
۲. آشنایی با رویکردهای تجاری ورزشی در روابط بین الملل
۳. آشنایی با رویکردهای حقوقی در روابط بین سازمان‌های ورزشی
۴. آشنایی با رویکردهای سیاسی و اجتماعی ورزشی در روابط بین الملل

پ) سرفصل:

۱. مبانی روابط بین الملل در ورزش
۲. ورزش و دیپلماسی
۳. روابط بین دولت‌ها با محور ورزش
۴. روابط بین الملل تجاری با محور ورزش
۵. ورزش، جنسیت و روابط بین المللی
۶. نظام بین المللی مباره با دوپینگ در ورزش
۷. نقش رسانه‌ها در ورزش بین الملل
۸. جهانی شدن ورزش
۹. کارکردهای ورزش بین المللی
۱۰. ورزش و سیاست
۱۱. برنامه‌ریزی روابط بین الملل در ورزش
۱۲. تحلیل روابط بین الملل در ورزش

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. فراهانی، ابوالفضل و شعبانی مقدم، کیوان (۱۳۹۵). سیاست و روابط بین الملل در ورزش. تهران: جهاد دانشگاهی.
۲. بودر، آدرین و لورمور، روگر. (۱۳۹۳). ورزش و روابط بین الملل. ترجمه: سید نصرالله سجادی و اکبر حیدری. تهران: انتشارات علوم ورزشی.
۳. بخشی‌چناری، امین (۱۳۹۹). دیپلماسی ورزشی؛ مفهومی نوین در سیاحت خارجی کشورها. انتشارات کاوش هنر. تهران: چاپ اول.
4. Baker, R. E., Jackson, S., & Sam, M. (2017). Case studies in sport diplomacy. C. Esherick (Ed.). FiT Publishing, a division of the International Center for Performance Excellence.
5. Levermore, R. (2004). Sport and international relations: an emerging relationship. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: کارآفرینی در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Entrepreneurship in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

تقویت مهارت ها و قابلیت های کارآفرینی در دانشجویان

اهداف ویژه:

۱. آشنایی و درک مهارت ها و قابلیت های مورد نیاز برای کارآفرینی در ورزش
۲. آشنایی با چگونگی راه اندازی یک کسب و کار ورزشی

پ) سرفصل:

۱. ورزش، تربیت بدنی و صنعت ورزش و لزوم توجه به جنبه کارآفرینی و اشتغال در آن
۲. اصول و فرایند کارآفرینی
۳. ویژگی های کارآفرینان
۴. نوآوری و خلاقیت و نقش آنها در کارآفرینی
۵. آشنایی با کارآفرینی فردی و سازمانی
۶. کسب و کار ورزشی و کارآفرینی
۷. آشنایی با مشاغل ورزشی در ایران و جهان
۸. بازار کار و استخدام در ورزش
۹. قدرت باور و جرأت کارآفرینی در ورزش
۱۰. تهیه طرح تجاری برای ایجاد یک کسب و کار در ورزش
۱۱. آشنایی با مراحل مختلف تاسیس یک باشگاه ورزشی
۱۲. آینده کارآفرینی ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. راتن، ونسا (۱۳۹۹). احسانی، محمد و مرادی، عرفان، کارآفرینی ورزش، انتشارات حتمی.
۲. فراهانی، ابوالفضل، نصیرزاده، عبدالمهدی و وطن دوست، مریم (۱۳۹۶). کارآفرینی در ورزش، چاپ دوم. انتشارات حتمی.
۳. برینجر. بروس ر، آیرلند. ر دوین (۱۳۹۸). کارآفرینی، راه اندازی موفقیت یک کسب و کار. ترجمه: محمود احمد پور داریانی و همکاران. تهران. انتشارات دانشگاه تهران.
4. Ratten Vanessa (2021). Innovation and Entrepreneurship in Sport Management, Edward Elgar Publishing.
5. Chadwick, Simon and Ciletti, Dorene (2012). Sports Entrepreneurship: Theory and Practice, UNKNO; UK ed. Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: آشنایی با سازمان ها و باشگاه های ملی و بین المللی ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Familiarity with National and International Sport Organizations and Clubs

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

افزایش آگاهی دانشجویان در مورد انواع سازمان ها و باشگاه های ملی و بین المللی ورزشی، وظایف و عملکرد آنها و همچنین سلسله مراتب و ارتباطات حاکم بر آنها.

اهداف ویژه:

۱. شناخت نظام و بازیگران ورزش در ایران و کشورهای منتخب
۲. شناخت کمیته بین المللی المپیک و زیرمجموعه های آنها
۳. شناخت فدراسیون های ورزشی و سلسله مراتب حاکم بر آنها

پ) سرفصل:

۱. ساختار کلی ورزش در ایران و کشورهای منتخب و ساختار نظام بین المللی ورزش
۲. بخش دولتی ورزش در ایران و نقش و جایگاه وزارت ورزش و جوانان و بخشهای زیرمجموعه آن در گستره کل کشور.
۳. بخش خصوصی و عمومی ورزش در ایران و نقش شهرداری ها
۴. باشگاه های حرفه ای و غیر حرفه ای ورزشی در ایران
۵. فدراسیون های ملی و بین المللی و جایگاه و نقشهای آنها
۶. وظایف، جایگاه و نقش کمیته ملی المپیک و آکادمی ملی المپیک در ورزش ایران
۷. کمیته بین المللی المپیک و پارالمپیک و منشور المپیک و کارکردهای آن
۸. دیگر نهادهای بین المللی ورزشی مانند دادگاه حکمیت ورزشی و سازمان جهانی مبارزه با دوپینگ و...
۹. باشگاه های ورزشی در جهان
۱۰. سازمانهای بین المللی (سازمان ملل متحد، سازمان بهداشت جهانی، سازمان جهانی محیط زیست و...) و ارتباط آنها با سازمانهای ورزشی

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی، بازدید از سازمانهای ورزشی

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۶۰ درصد

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

پروژکتور و کامپیوتر

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، سید نصرالله (۱۳۹۴). مدیریت سازمانهای ورزشی، انتشارات سمت.
۲. جستجو در وبسایت های سازمانها و باشگاه های مختلف ورزشی.

3. Cem Tinaz, Douglas Michele Turco & Paul Salisbury (2014) Sport policy in Turkey, International Journal of Sport Policy and Politics, 6:3, 533-545.
4. Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Qatar's Global Sports Strategy: Soft Power and the 2022 World Cup. In Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. Entering the Global Arena: emerging states, soft power strategies and sports mega-events (pp. 97-110). Palgrave Pivot: Singapore.
5. Keech, M. (2013). The organization of sport in the United Kingdom. In C. Sorby (Ed.), Sport governance in the world. A socio-historic approach, pp. 467-496). Paris: Editions Le Manuscrit.
6. Scheerder J., Willem A., Claes E (2017). Sport Policy Systems and Sport Federations. A Cross-National Perspective, Palgrave Macmillan, published by Springer Nature.
7. Zheng, J, Chen, S, Tan, T-C & W., P (2018). Sport policy in China (Mainland), International Journal of Sport Policy and Politics, 10:3, 469-491.



الف) عنوان درس به فارسی: اخلاق در ورزش

عنوان درس به انگلیسی: Ethics in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش‌نیاز:	دروس هم‌نیاز:
	پایان‌نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با اصول اخلاقی در ورزش و آسیب شناسی مشکلات اخلاقی در ورزش

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با مبانی و نظریه‌های اخلاق در ورزش
۲. آشنایی با ابعاد اخلاق در ورزش
۳. کسب توانایی تحلیل وضعیت اخلاقی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم بنیادی در خصوص اخلاق
۲. نظریه‌ها و مدل‌های اخلاقی
۳. مفهوم رفتار اخلاقی در ورزش
۴. ارزشهای اخلاقی در ورزش
۵. بازی جوانمردانه در ورزش
۶. اخلاق در ورزش حرفه‌ای
۷. فساد در ورزش
۸. ویژگی‌های اخلاقی الگوها و اسوه‌های ورزشی
۹. اخلاق در سازمانهای ورزشی
۱۰. اخلاق و رسانه‌های ورزشی
۱۱. اخلاق در پژوهش‌ها و مطالعات ورزشی
۱۲. اخلاق در تماشاچیان و هواداران ورزشی
۱۳. اخلاق در ارتباطات و مراودات شغلی و حرفه‌ای

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

تدریس توسط استاد، تکالیف مرتبط با هر بحث، فعالیت کلاسی

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی کلاسی در طول ترم ۳۰ درصد
ارزیابی پایان ترم ۷۰ درصد

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

ویدئو پروژکتور و رایانه

چ) فهرست منابع:

۱. اشنایدر، آنجلاجی؛ مورگان، ویلیام؛ میر، کلاوس وی. (۱۳۸۸). اخلاق در ورزش. ترجمه: سید محمد حسین رضوی، محسن بلوریان. ویراستار: رحمت الله صدیق سروستانی. تهران: انتشارات کمیته ملی المپیک.
۲. احسانی، محمد و شجاع، رضا (۱۳۹۳). اخلاق در ورزش با رویکردی فلسفی. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
۳. کیل، لیزا، ای (۱۳۹۹)، فساد در ورزش، علل، پیامدها و اصلاح آن، ترجمه محمدحسین قربانی و حمیدرضا صفری، انتشارات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.

4. McNamee, M. J., & Parry, S. J. (Eds.). (2002). Ethics and sport. Routledge.

5. Morgan, W. J. (2007). Ethics in sport. Human Kinetics.



الف) عنوان درس به فارسی: کارورزی در سازمان ها و باشگاه های ورزشی

عنوان درس به انگلیسی: Internship in Sport Organizations and Clubs

تعداد واحد: ۲	نوع واحد			دروس پیش نیاز:	دروس هم نیاز:
	پایان نامه	تخصصی	اختیاری		
تعداد ساعت: ۳۲		نظری	عملی	-	-
آموزش تکمیلی عملی: دارد ☐ ندارد ☒					
نوع آموزش تکمیلی: سفر علمی ☐ آزمایشگاه ☐ سمینار ☐ کارگاه ☐					

ب) هدف کلی:

آشنایی دانشجویان با چگونگی مدیریت فرایندهای مختلف در سازمانها و باشگاه های ورزشی دولتی و غیر دولتی

اهداف ویژه:

۱. آشنایی با انواع فعالیتهای موجود و مرتبط در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۲. شناسایی فرایندهای اجرایی در سازمانها و باشگاه های ورزشی
۳. تجربه و بازخورد حاصل از اجرای فعالیتهای مورد نظر در سازمانها و باشگاه های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. شناسایی رسالت، اهداف و وظایف سازمان و باشگاه ورزشی مورد نظر
۲. آشنایی با شرح وظایف مشاغل مختلف در سازمان ها و باشگاه های ورزشی
۳. آشنایی با فرایندهای اجرایی مشاغل مورد نظر
۴. انجام فعالیت در فرایند اجرایی مشاغل مورد نظر
۵. تهیه گزارش کار و نحوه گذران کارورزی

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

انتخاب سازمان مورد نظر و شروع فعالیت با هدایت استاد، ارائه گزارش کار به استاد در دورههای زمانی مشخص

ث) روش ارزشیابی:

- ارزیابی گزارش کار در طول ترم ۴۰ درصد
ارزیابی کلی از کار یا نمونه کار ارائه شده ۶۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حسینی، سید سعید. (۱۳۹۸). راهنمای کارورزی و کار عملی در سازمانها. تهران. انتشارات جهاد دانشگاهی.
2. Royse, D., Dhooper, S. S., & Rompf, E. L. (2016). Field instruction: A guide for social work students. Waveland Press.
3. University of Windsor (2020). Field Experience Handbook 2020-21. Retrieved in <https://www.uwindsor.ca/education/field-experience-handbook>.

