



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

برنامه درسی



دوره: دکتری

رشته: مدیریت ورزشی

گروه: علوم اجتماعی

بازنگری شده مورخ ۹۵/۱۲/۲۱ کمیته علوم ورزشی

بسم الله الرحمن الرحيم

عنوان برنامه: دوره دکتری رشته مدیریت ورزشی

۱. به استناد آیین نامه واگذاری اختیارات برنامه ریزی درسی مصوب جلسه شماره ۸۸۲ مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۲۳ شورای عالی برنامه ریزی آموزشی، برنامه درسی بازنگری شده دوره دکتری رشته مدیریت ورزشی براساس صورتجلسه مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۲۱ کمیته برنامه ریزی علوم ورزشی گروه علوم اجتماعی دریافت شد.

۲. برنامه درسی بازنگری شده فوق الذکر جایگزین برنامه درسی دوره دکتری رشته مدیریت ورزشی با سه گرایش مدیریت اوقات فراغت و ورزشهای تفریحی، مدیریت راهبردی در سازمانها و رویدادهای ورزشی، مدیریت بازاریابی و رسانه ها در ورزش مصوب جلسه مورخ ۱۳۹۳/۴/۳۱ شورای عالی برنامه ریزی می شود.

۳. برنامه درسی مذکور در سه فصل: مشخصات کلی، جدول واحد های درسی و سرفصل دروس تنظیم شده و برای تمامی دانشگاه ها و مؤسسه های آموزش عالی و پژوهشی کشور که طبق مقررات مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری فعالیت می کنند، برای اجرا ابلاغ می شود.

۴. این برنامه درسی از شروع سال تحصیلی ۱۳۹۶-۱۳۹۷ به مدت ۵ سال قابل اجراست و پس از آن نیازمند بازنگری می باشد.

عبدالرحیم نوه ابراهیم

دبیر شورای عالی برنامه ریزی آموزشی

نوه ابراهیم



الف) مقدمه

رشته مدیریت ورزشی جایگاه مهمی در توسعه صنعت ورزش به شمار می رود و امروزه یکی از مهم ترین صنایع جهان مورد توجه است. تربیت مدیران و متخصصان کارآمد در حوزه مدیریت ورزشی وظیفه مهمی است که بر عهده دانشگاه های جهان گذاشته شده است و در این بین دانشگاه های ایران نیز سهم مهمی از تولید علم و تربیت متخصصان حوزه مدیریت ورزش را برعهده دارند.

مقطع دکتری رشته مدیریت ورزشی که در ادامه مقطع کارشناسی ارشد برنامه ریزی و اجرا می شود، هدفش تربیت متخصصان و محققان در حوزه مدیریت ورزش در بخش های گوناگون صنعت ورزش می باشد. مقطع دکتری مدیریت ورزشی نیز مانند کارشناسی ارشد حوزه های گوناگونی از جمله مدیریت بازاریابی و رسانه های ورزشی - مدیریت اوقات فراغت و ورزش های تفریحی و... دارد. در این مقطع دانشجویان با ورود به این دوره به عنوان دانشجوی دکتری مدیریت ورزش امکان کار علمی در حوزه های تعیین شده را دارند و می توانند دروس مختلفی را با توجه به ضرورت های صنعت ورزش بیاموزند و در کنار آن با انجام تحقیقات در حوزه مورد علاقه خود به تخصصی مشخص در حوزه مدیریت ورزشی دست یابند.

ب) اهداف

هدف دوره دکترای تخصصی مدیریت ورزش، تربیت و تأمین متخصصانی با قدرت تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل مسائل و توانا در امر پژوهش، تدریس و آموزش و ارائه مشاوره های تخصصی در صنعت ورزش است. دانشجویان در این دوره، مدیریت در صنعت ورزش را با توجه به توسعه کارآفرینی و کسب و کار، اقتصاد ورزش و بازاریابی محصولات، ارتباطات در حوزه های مختلف ورزش تربیتی، تفریحی، قهرمانی و حرفه ای مورد پژوهش و تجزیه و تحلیل قرار می دهند تا توانایی بومی سازی و بهره برداری از دستاوردهای علمی در توسعه صنعت ورزش کشور را کسب کنند.



پ) اهمیت و ضرورت

لزوم انجام تحقیقات و بررسی و ارائه راهکارهای مؤثر برای توسعه ورزش کشور و ایجاد زیرساخت های علمی برای توسعه ارتباطات و تقویت توان اقتصادی و استفاده از ایده ها و خلاقیت ها در توسعه اشتغال در صنعت ورزش و امکان رقابت با کشورهای جهان، تربیت متخصصانی توانا در عرصه مدیریت ورزشی و وجود دوره دکترای تخصصی مدیریت ورزشی را ضروری می سازد.

ت) تعداد و نوع واحدهای درسی

طول دوره دکتری ۴ سال است و نظام آموزشی آن مطابق آیین نامه شورای عالی برنامه ریزی درسی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است. دروس این دوره عمدتاً جنبه نظری و پژوهشی دارند. طول هر نیم سال تحصیلی ۱۶ هفته آموزشی کامل و مدت هر واحد نظری ۱۶ ساعت می باشد. تعداد کل واحدهای درسی دوره دکترای رشته مدیریت ورزشی، ۳۶ واحد به شرح جدول ۱ می باشد:

جدول ۱. دروس دوره دکتری رشته مدیریت ورزشی

تعداد واحد	دروس
۱۰	دروس تخصصی
۸	دروس انتخابی
۱۸	رساله
۳۶	جمع

تبصره ۱. دروس کمبود: دانشجویانی که در دوره کارشناسی ارشد، تعداد واحدهای لازم درسی مربوطه را نگذرانده باشند (یا از سایر رشته ها قصد تحصیل در این رشته را داشته باشند)، با پیشنهاد مدیر گروه و تصویب گروه آموزشی و تایید تحصیلات تکمیلی دانشکده موظفند واحدهای درسی کمبود خود را تا سقف ۱۲ واحد از بین دروس دوره کارشناسی ارشد رشته مدیریت ورزشی انتخاب و با موفقیت بگذرانند.

ث) نقش، توانایی و شایستگی دانش آموختگان

دانش آموختگان این دوره دارای توانایی های عمومی و تخصصی زیر خواهند بود.

• توانایی های عمومی

- تدریس و آموزش مباحث مرتبط با صنعت ورزش در دوره های کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری مدیریت ورزشی مراکز آموزشی و سازمان های گوناگون ورزشی.
- انجام تحقیقات بنیادی، توسعه ای و کاربردی در صنعت ورزش

• توانایی های تخصصی

- مدیریت و رهبری سازمان های ورزشی کشور
- ارائه مشاوره های تخصصی به مدیران و دست اندرکاران سازمان های ورزشی کشور
- هدایت و راهنمایی پروژه های تحقیقاتی دانشجویان و مراکز تحقیقاتی و سازمان های ورزشی کشور و جهان

ج) شرایط و ضوابط ورود به دوره

فارغ التحصیلان کلیه دوره های (رشته های) کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی داخل کشور و فارغ التحصیلان دوره های تحصیلی مشابه خارج از کشور می توانند با شرکت در آزمون و کسب موفقیت در این رشته تحصیل کنند. در مرحله مصاحبه، دانشجویان دارای نمره زبان انگلیسی از آزمون های معتبر و سوابق مدیریتی در اولویت پذیرش می باشند.



فصل دوم

جدول عناوین و مشخصات دروس



جدول ۲. عنوان و مشخصات دروس

ردیف	عنوان درس	تعداد واحد	تعداد جلسات	نوع واحد		تعداد ساعات	پیش نیاز / هم نیاز
				عملی	نظری		
۱.	روش تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی	۲	۱۶		تخصصی	۳۲	
۲.	مدیریت پیشرفته در ورزش	۲	۱۶		تخصصی	۳۲	
۳.	مدیریت بازاریابی در صنعت ورزش	۲	۱۶		تخصصی	۳۲	
۴.	مدیریت اوقات فراغت و ورزش	۲	۱۶		تخصصی	۳۲	مدیریت پیشرفته در ورزش
۵.	مدیریت رویدادهای ورزشی ملی و بین المللی	۲	۱۶		تخصصی	۳۲	مدیریت بازاریابی در صنعت ورزش
۶.	خصوصی سازی و برون سپاری در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۷.	ورزش و جهانی شدن	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۸.	اخلاق در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۹.	مدیریت ارتباطات در صنعت ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۰.	مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۱.	مدیریت داوطلبان در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۲.	مدیریت بحران در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۳.	مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۴.	مدیریت روابط عمومی و بین المللی در سازمان های ورزشی	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۵.	مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۶.	رفتار سازمانی در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۷.	تکنیک ها و مدل های ارزیابی	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۸.	مدیریت اداری و مالی در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۱۹.	مدیریت بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۲۰.	حمایت و سرمایه گذاری در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	
۲۱.	بازاریابی جهانی در ورزش	۲	۱۶		انتخابی	۳۲	



فصل سوم

ویژگی‌های دروس



الف) عنوان درس به فارسی: روش تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Qualitative Research Method in Sport Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		تخصصی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

تحقق بخشیدن به پارادایم‌ها و روش‌های تحقیق کیفی و ترکیبی در تحقیقات مدیریت ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنایی با پارادایم‌های تحقیق
- آشنایی با روش‌های تحقیق کیفی و کسب توانایی لازم برای انجام فرآیند آن
- توانایی تشخیص انتخاب روش و طرح تحقیق مناسب با شرایط تحقیقات در حوزه مدیریت ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مروری بر روش‌های تحقیق کیفی و ترکیبی
۲. پارادایم‌های تحقیق (اثبات‌گرایی، ساختارگرایی، انتقادی و تفسیرگرایی) و ارتباط آن با روش‌های تحقیق کمی و کیفی
۳. شرایط استفاده از تحقیقات کیفی - کمی و ترکیبی در ورزش
۴. ابزارهای تحقیق کیفی و روایی و پایایی آن‌ها
۵. شیوه‌های جمع‌آوری داده‌ها در تحقیقات کیفی
۶. نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی
۷. روش‌های تحلیل داده‌های کیفی
۸. آشنایی با نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
- آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. کرس ول (۲۰۰۹)، طرح پژوهش کیفی، کمی و ترکیبی، ترجمه: علیرضا کیامنش و مریم دانای طوس (۱۳۹۴). تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی - واحد علامه طباطبائی.
۲. اندرو، پاتریک؛ پدرسون، پاول؛ مک اووی، چاد (۱۳۹۵)، طراحی و روش‌های تحقیق در مدیریت ورزشی، ترجمه هاشم کوزه چیان، رسول نوروزی سید حسینی، چاپ اول، انتشارات حتمی.
۳. آذر، عادل، دانائی فرد، حسن (۱۳۹۱)، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، رویکرد جامع، انتشارات صفار.
4. Jones, Jan. (2015). Research methods for sports studies. Routledge. Taylor & Francis Group.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پیشرفته در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Advanced Sport Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		تخصصی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
		ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/>
		کارگاه <input type="checkbox"/>	سمینار <input type="checkbox"/>	آزمایشگاه <input type="checkbox"/>
				سفر علمی <input type="checkbox"/>

ب) هدف کلی:

افزایش دانش درباره نظریات و کسب توانایی نقد و بررسی مدیریت سازمان های ورزشی
 اهداف ویژه:

- آشنایی با پارادایم ها و نظریه های سازمان و نقد و بررسی آنها
- کسب توانایی نقد و بررسی مدیریت سازمان های ورزشی
- توانایی استفاده از مدل ها و نظریات در تحلیل های پژوهشی

پ) سرفصل:

۱. شناخت ماهیت سازمان ها در ورزش
۲. نقد و بررسی تئوری های پیشرفته مدیریت در جهان فرامدرن
۳. نظریه آشوب و نظریه پیچیدگی در سازمان های ورزشی
۴. سازمان های مردم نهاد (NGO) در ورزش
۵. سازمان های مجازی در ورزش
۶. مدیریت تغییر در سازمان های ورزشی
۷. مدیریت دولتی و مدیریت خصوصی در ورزش
۸. مدیریت بحران و ریسک در سازمان های ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. پارکز و همکاران. مدیریت معاصر در ورزش. ترجمه: محمد احسانی (۱۳۸۳). تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
۲. رضائی نژاد، رحیم؛ اندام، رضا؛ بنار، نوشین؛ میرکاظمی، عذرا (۱۳۸۹). مدیریت پیشرفته در ورزش. دانشگاه گیلان
۳. جمشیدی، مینا؛ میرابی، وحیدرضا (۱۳۹۵). نقد و بررسی تئوری های پیشرفته مدیریت در جهان فرامدرن. نشر شهر آشوب.
- 4- Parks, G. Quaterman, A (2015). Contemporary of port Management, Human Kinetics.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت بازاریابی در صنعت ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Marketing Management in Sport Industry

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		تخصصی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
		سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>		

ب) هدف کلی:

مفهوم بخشی به نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی در ورزش و آشنایی با شیوه‌های تحقیق و تحلیل در بازاریابی ورزشی

اهداف ویژه:

- نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی در سازمان‌های ورزشی
- آشنایی با ابعاد بازاریابی ورزشی و استفاده از شیوه‌های تحقیقات بازاریابی در هر یک از ابعاد بازاریابی
- توانایی تحلیل مدیریت بازاریابی در سازمان‌های ورزشی ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی ورزشی
۲. مدیریت آمیخته بازاریابی در ورزش
۳. مدیریت خرده‌فروشی و درک رفتار مصرف‌کننده در ورزش
۴. مدیریت ارتباطات و سیستم‌های اطلاعاتی در بازاریابی ورزشی
۵. مدیریت محصولات ورزشی و بازاریابی جهانی در ورزش
۶. مدیریت خرید و فروش در ورزش
۷. مدیریت زنجیره تأمین در ورزش
۸. مدیریت تبلیغات تجاری و تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، نصراله (۱۳۹۲). مدیریت بازاریابی ورزشی. انتشارات پیش‌گامان توسعه.
2. Fullerton, G. (2016). Sports Marketing, third edition. Chicago Business Press.
3. Michael, F. and Donald P. R. (2016). Sports Marketing. Routledge.
4. Mullin, B. and Hardy, S. (2014). Sport Marketing. Human Kinetics; 4 edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اوقات فراغت و ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Management of Leisure and Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز: مدیریت پیشرفته در ورزش	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		تخصصی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش‌افزایی درباره مبانی فلسفی و دیدگاه‌های کاربردی مدیریتی در صنعت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
 اهداف ویژه:

- آشنایی با مبانی فلسفی و تاریخی نظریه‌های اوقات فراغت و ورزش برای همه
- آشنایی با آینده صنعت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
- نقد و بررسی و تحلیل اوقات فراغت در ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
۲. بازار جهانی صنعت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
۳. نقش سیاست، فرهنگ، اقتصاد و جامعه در برنامه‌ریزی اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
۴. بخش تجاری، اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
۵. نقش ارتباطات جمعی در صنعت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی
۶. بررسی تطبیقی اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی در ایران و جهان
۷. چالش‌های اوقات فراغت در ایران و جهان
۸. آینده صنعت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی در ایران و جهان

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. احسانی، محمد؛ کشکر، سارا (۱۳۹۴). مدیریت اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی. دانشگاه تربیت مدرس.
۲. جلالی فراهانی، مجید (۱۳۹۳). مدیریت اوقات فراغت و ورزش. دانشگاه تهران.
3. Taylor, Peter. (2011). Torkildsen's Sport and Leisure Management, Sixth edition, Routledge.
4. Weed, Mike. (2014). Sport and Leisure Management, Four Volume Set, Sage.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت رویدادهای ورزشی ملی و بین المللی
 عنوان درس به انگلیسی: National and International Sport Events Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز: مدیریت بازاریابی در صنعت ورزش	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		تخصصی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایی نحوه مدیریت رویدادهای ورزشی در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی با مدیریت رویدادهای ورزشی
- آشنایی با آثار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی رویدادهای ورزشی
- توانایی نقد و بررسی رویدادهای ملی و جهانی

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با جنبش المپیک و بازی های المپیک (تابستانی، زمستانی، و جوانان)
۲. آشنایی با کمیته بین المللی المپیک، و کمیته برگزاری بازی ها (OCOG)
۳. آثار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی المپیک
۴. مدیریت و ساختار اداری، منابع انسانی و مالی جام جهانی
۵. آثار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی جام جهانی
۶. آشنایی با مدیریت رویدادهای بزرگ جهانی و بین المللی رشته های مختلف ورزشی
۷. مدیریت رویدادهای محلی، منطقه ای و ملی
۸. نقد و بررسی رویدادهای ملی و جهانی و کشورهای اسلامی

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



ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. اسمیت، آرون؛ وستریک، هانس (۱۳۹۴). مدیریت اماکن و رویدادهای ورزشی. ترجمه: علیرضا الهی و اسفندیار خسروی زاده. دانشگاه خوارزمی.

۲. سجادی، نصراله (۱۳۸۰). جنبش صد ساله المپیک چاپ دوم. انتشارات نور.

3. Supovitz, Frank (2013). The Sports Event Management and Marketing Playbook. Wiley; 2 edition.

4. Greenwell, T. Christopher and Danzey-Bussell, Leigh Ann (2013). Managing Sports Events. Human Kinetics; 1st edition.

الف) عنوان درس به فارسی: خصوصی سازی و برون سپاری در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Privatization and Outsourcing in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

مفاهیم، ابعاد و آثار خصوصی سازی در ورزش و شناخت چالش ها و راهکارهای توسعه خصوصی سازی در ورزش کشور

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم خصوصی سازی
- آشنایی با اثرات خصوصی سازی در ورزش
- آشنایی با نقش خصوصی سازی در توسعه اقتصادی کشور

پ) سرفصل:

۱. تعاریف و مفاهیم خصوصی سازی
۲. تفاوت های بخش دولتی، عمومی و خصوصی
۳. خصوصی سازی در ورزش کشور
۴. بررسی نتایج خصوصی سازی در ایران و جهان با محوریت حوزه صنعت ورزش
۵. آثار خصوصی سازی بر اقتصاد کشور با محوریت حوزه صنعت ورزش
۶. الزامات حقوقی و قانونی در خصوصی سازی در ورزش
۷. چالش های خصوصی سازی در ورزش ایران
۸. تحلیل وضعیت خصوصی سازی در ورزش ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حیدری هراتمه، مصطفی؛ عامری شهبابی، محسن (۱۳۹۵). خصوصی سازی از مفهوم تا پیاده سازی. فرا آموزش
۲. عباسی، منصوره (۱۳۸۹). چالش ها و الزامات خصوصی سازی و اجرای سیاست کلی اصل ۴۴ قانون اساسی. موسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.

3. Megginson, William, L.(2005). The Financial Economics of Privatization. New York.Oxford University Press. Inc.
4. Hagen, Ingrid J.; Halvorsen, Thea S.(2009). Global Privatization and Its Impact. Nova Science Publishers.



الف) عنوان درس به فارسی: ورزش و جهانی شدن
عنوان درس به انگلیسی: Sport and Globalization

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

کسب توانایی تحلیل و نقد و بررسی ابعاد مدیریت ورزش در امر جهانی شدن

اهداف ویژه:

- -آشنایی با فلسفه جهانی شدن ورزش
- آشنایی با مکاتب و نظریه های جهانی ورزش
- آشنایی با سیاست های اقتصادی و اجتماعی جهانی ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفهوم دهکده جهانی و فرهنگ ورزش در مرزهای ملی و جهانی
۲. نشانه ها و نمادهای و حوزه های جهانی شدن در ورزش
۳. مفاهیم اقتصادی و اجتماعی جهانی شدن در ورزش
۴. شهروندان جهانی در ورزش
۵. تجارت جهانی، بازاریابی و تبلیغات جهانی در ورزش
۶. ارتباطات جهانی در ورزش
۷. پیامدها و حاکمیت جهانی در ورزش
۸. تحلیل چالش های سیاسی اقتصادی و فرهنگی بر جهانی شدن ورزش ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. مصلی نژاد، عباس(۱۳۹۴). نهادگرایی و جهانی شدن. انتشارات دانشگاه تهران.
2. Miller et.al.(2001). Globalization and Sport. SAGE Publications Ltd.
3. Giulianotti, Richard ; Robertson, Roland(2007). Globalization and Sport. Wiley-Blackwell



دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲	
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲	
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری		
		<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	<input type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/>	
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه	سفر علمی <input type="checkbox"/>

ب) هدف کلی:

گسترش دانش و مبانی و ابعاد اخلاق در ورزش و محیط های وابسته

اهداف ویژه:

- آشنایی با نظریات و مدل های اخلاقی در ورزش
- آشنایی با ابعاد اخلاق در ورزش
- تحلیل وضعیت اخلاقی در ورزش ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه ها و مدل های اخلاقی در ورزش
۲. اخلاق در پژوهش های علمی در حوزه ورزش
۳. اخلاق در رسانه های ورزشی
۴. اخلاق حرفه ای و فرهنگ در ورزش
۵. بازی (عادلانته) جوانمردانه در ورزش
۶. اخلاق در ورزش حرفه ای و فساد در ورزش
۷. اخلاق در مالکیت فکری و مشاوره های ورزشی
۸. تحلیل وضعیت اخلاقی ورزش در ایران و جهان

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. سیمرغ (۱۳۹۶). اخلاق در ورزش. دانشگاه علامه طباطبائی.
۲. احسانی، محمد، شجاع، رضا (۱۳۹۳). اخلاق در ورزش با رویکرد فلسفی. پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
3. Arthur L. Caplan and Brendan Parent(2016). The Ethics of Sport: Essential Readings. Oxford University Press.
4. Lumpkin, Angela (2016). Modern Sport Ethics: A Reference Handbook, 2nd Edition (Contemporary World Issues). ABC-CLIO; 2 edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ارتباطات در صنعت ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Communication Management in Sport Industry

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش‌افزایی نحوه مدیریت ارتباطات در صنعت ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با مدیریت ارتباطات ورزشی
- آشنایی با آثار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی ارتباطات ورزشی
- کسب توانایی نقد و بررسی نتایج تحقیقات در مدیریت ارتباطات و تحلیل وضعیت آن در سازمان‌های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نتایج مطالعات و پژوهش‌های مدیریت ارتباطات در ورزش
۲. تاریخچه مدیریت نقد و بررسی مدل‌ها و نظریه‌ها ارتباطات در ورزش
۳. آثار اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی مدیریت ارتباطات در ورزش
۴. رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات و تبلیغات اثربخش در ورزش
۵. ورزش در رسانه‌های جمعی و تبلیغات محیطی
۶. چاپ و انتشار در ارتباطات ورزشی و رسانه‌های نوین
۷. روابط عمومی و بحران در ارتباطات ورزشی
۸. قوانین و مقررات در مدیریت ارتباطات ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

- | | |
|-----------------------------|---------|
| فعالیت‌های کلاسی در طول ترم | ۵۰ درصد |
| آزمون پایان ترم | ۵۰ درصد |

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

چ) فهرست منابع:

1. Pedersen, Paul, M. & Miloch, K., S.(2007). Strategic Sport Communication. Human Kinetics.
2. Pedersen, Paul, M.(2013). Hand book of Sport Communication. Routledge.
۳. قاسمی، حمید؛ فراهانی، ابوالفضل، حسینی، معصومه (۱۳۹۵) ارتباط شناسی. دانشگاه پیام نور



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Advanced Human Resources Management in Sport Organizations

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

کسب توانایی تحلیل و نقد و بررسی مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی ملی و جهانی

اهداف ویژه:

- آشنایی با بنیان های علمی و نظری مدیریت منابع انسانی در ورزش
- توانایی نقد و بررسی نتایج تحقیقات در مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی
- تحلیل وضعیت مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی ملی و بین المللی

پ) سرفصل:

۱. دیدگاه های جامعه شناسی، فلسفی و روانشناسی در مدیریت منابع انسانی در ورزش
۲. نقد و بررسی نظریه ها و مدل های مدیریت منابع انسانی در ورزش
۳. مبانی و فرآیند مدیریت استراتژیک در مدیریت منابع انسانی در ورزش
۴. استراتژی ها در برنامه ریزی انسانی، کارگزینی، استخدام و بکارگماری در سازمان های ورزشی
۵. داوطلب و داوطلب گرایی در ورزش
۶. حرفه ای ها و حرفه ای گری در ورزش
۷. بررسی تطبیقی مدیریت منابع انسانی در سازمان های ورزشی ملی و جهانی
۸. تاثیر سیستم اطلاعاتی در تصمیم گیری منابع انسانی در سازمان های ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. فرهادی، کاوه؛ عزیزی، محمدحسن (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی پیشرفته. نشر علم.
2. Arnold, Margie and Glover, Regina (2012). Human Resource Management in Recreation, Sport, and Leisure Services. Venture Publishing, Inc.; 1st edition edition.
3. Taylor, Tracy and Doherty, Alison (2015). Managing People in Sport Organizations: A Strategic Human Resource Management Perspective. Routledge; 2 edition.
4. Chelladurai, Packianathan and Kerwin, Shannon (2017). Human Resource Management in Sport and Recreation. Human Kinetics; 3 edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت داوطلبان در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Volunteers Management in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

تعمیق دانش دانشجویان درباره مدیریت نیروهای داوطلب به‌ویژه در سازمان‌ها و رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنایی با مبانی مدیریت داوطلبان در ورزش
- آشنایی با نحوه مدیریت داوطلبان در ورزش
- آشنایی با چالش‌های مدیریت داوطلبان در ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. آشنایی با مفاهیم و تعاریف داوطلبی و خدمت داوطلبانه
۲. نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های مدیریت داوطلبان در ورزش
۳. آشنایی با فلسفه و اهمیت نهضت داوطلبی در ورزش
۴. آشنایی با سازمان‌های ورزشی داوطلب
۵. آشنایی با کارکردهای مدیریت داوطلبان در ورزش
۶. آشنایی با فرایند مدیریت داوطلبان در رویدادهای ورزشی
۷. آشنایی با مسائل حقوقی مرتبط با داوطلبان ورزشی
۸. تجزیه و تحلیل وضعیت مدیریت داوطلبان در ایران و جهان

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. رضوی، محمد حسین، تسلیمی، زهرا، شبانی، سپیده (۱۳۹۵). مدیریت منابع انسانی داوطلب در ورزش، انتشارات پژوهشگاه علوم ورزشی، چاپ اول.
۲. کاسکلی، گراهام؛ هوپی، راشل؛ جان‌الد، کریستوفر. کار با داوطلبان در ورزش. ترجمه سارا کشکر و همکاران (۱۳۸۹). آوای ظهور.
3. Cuskelly, G., Hoye, R., & Auld, C. (2006). Working with Volunteers in Sport. 1st ed. Routledge.
4. Robinson, L., & Palmer, D. (2011). Managing voluntary sport organisations. 1st ed. Routledge.



عنوان درس به فارسی : مدیریت بحران در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Crises Management in Sports

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
		<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	<input type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه

(ب) هدف کلی:

مفاهیم و تعاریف بحران، منابع ایجاد بحران در رویدادهای ورزشی، شیوه های مواجهه با بحران های داخلی و فرآیند مدیریت بحران در رویدادهای ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنائی با مفاهیم و تعاریف بحران
- منابع ایجاد بحران در رویدادهای ورزشی
- فرآیند مدیریت بحران در رویدادهای ورزشی

(پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و تعاریف بحران
۲. انواع بحران در سازمان ها و رویدادهای ورزشی
۳. تفاوت ریسک با بحران در ورزش
۴. مدیریت ریسک در رویدادهای ورزشی
۵. شناسایی ریسک ها و بحران ها در ورزش
۶. روش های مواجهه با بحران های داخلی در ورزش
۷. روش های مواجهه با بحران های خارجی در ورزش
۸. راه های خروج از بحران

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

(ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

(چ) فهرست منابع:

۱. برگ، تن و دونید، دیو (- - -) مدیریت بحران ترجمه محمدعلی ذوالفقاریان اصل (۱۳۷۳): تهران . حدیث، چاپ اول.
 ۲. وینتر، مانیس (- - -) مدیریت بحران اداره کردن فشارهای خارجی: راهکارهایی برای پیشگیری از آسیب‌های صنعتی. ترجمه غلامرضا صالحی (۱۳۸۴)، تهران، رسا، چاپ اول.
 ۳. دمیگ، ادوارد (- - -) خروج از بحران. ترجمه نوروز دردراری (۱۳۷۵)، تهران، رسا، چاپ اول.
۴. Fink, Steven (1986). Crisis management. AMACOM



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Sport Equipment and Facility Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایشی درباره مدیریت اماکن ورزشی و شناسایی نیازهای ملی و فرهنگی در طراحی و بهره برداری از آن

اهداف ویژه:

- آشنایی با مبانی مدیریت اماکن و تجهیزات ورزشی
- آشنایی با اصول و الزامات طراحی اماکن ورزشی
- شناسایی نیازهای محیطی و اجتماعی-فرهنگی در طراحی و بهره برداری اماکن ورزشی

پ) سرفصل:

۱. نیازسنجی برای ساخت اماکن ورزشی
۲. اصول و الزامات طراحی برای ساخت فضاهای ورزشی
۳. مدیریت امنیت، ایمنی، بهداشت، در اماکن ورزشی
۴. امکانات و تجهیزات اماکن ورزشی (آبی، سالن های ورزشی، اماکن ورزشی روباز)
۵. مدیریت انبار و جایگاه تماشاچیان در اماکن ورزشی
۶. اماکن ورزشی و معلولین، کودکان، بانوان
۷. مدیریت جمعیت در اماکن ورزشی
۸. قوانین و حقوق مدیریت اماکن ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. سجادی، نصراله؛ جعفری، حسین (۱۳۹۳). مدیریت طراحی و نگهداری اماکن و تأسیسات ورزشی. آوای ظهور.
۲. کاشف، محمد (۱۳۹۴). مدیریت اماکن و فضاهای ورزشی. پامداد کتاب.
3. Fried, Gil (2015). Managing Sport Facilities. 3rd. edition. Human Kinetics.
4. Ammon, Robin; Southall Richard M. ; Nagel, Mark S. (2016). Sport Facility Management: Organizing Events and Mitigating Risks. 3rd. Edition. Fitness Information Technology.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت روابط عمومی و بین الملل در سازمان های ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Public Relations and International Communication in Sport Organizations

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

افزایش دانش روابط عمومی و ارتباطات بین الملل و ابعاد آن در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با روابط عمومی و وظایف آن در ورزش
- آشنایی با روابط بین الملل در ورزش
- تجزیه و تحلیل وضعیت ارتباطات در ورزش ایران

پ) سرفصل:

۱. مفهوم روابط عمومی در سازمان های ورزشی
۲. آشنایی با مدل ها و نظریه های روابط عمومی در ورزش
۳. مخاطبان روابط عمومی و بازاریابی ورزشی
۴. ارتباطات رسانه ای و وظایف روابط عمومی ورزشی
۵. مفهوم سواد رسانه ای و خبرنگاری و گزارش نویسی در ورزش
۶. ویژگی های کارکنان روابط عمومی در سازمان های ورزشی
۷. روابط بین الملل در ورزش و سیستم های رسانه ای جهانی
۸. تجزیه و تحلیل وضعیت ارتباطات رسانه ای در ورزش ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. استولد، جی کلایتون؛ دیشمور، استفن دبلیو. روابط عمومی ورزشی "مدیریت ارتباطات سازمانی" ترجمه: حمید قاسمی و همکاران (۱۳۹۴). علم و حرکت.
2. Onwumehili, Chuka (2017). Sport Communication: An International Approach. 1st Edition. Routledge.
3. Schultz, Bradley; Arke. Edward T. (2015). Sports Media: Reporting, Producing, and Planning. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Performance Management in Sport Organizations

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

افزایش دانش توانایی پیاده سازی سیستم اثربخش مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنایی با اصول و مفاهیم مدیریت عملکرد
- نحوه طراحی سیستم های مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی
- آشنایی با پیاده سازی سیستم های مدیریت عملکرد در سازمان های ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مبانی مدیریت عملکرد و تعالی سازمانی
۲. طراحی و استقرار سیستم های مدیریت عملکرد
۳. مفهوم مدیریت عملکرد استراتژیک
۴. مدیریت عملکرد گروهی و انفرادی
۵. مدل های ارزیابی عملکرد در سازمان های ورزشی
۶. روش های تدوین شاخص های عملکرد
۷. طراحی هرم عملکرد و آسیب شناسی عملکرد
۸. استفاده از داشبورد عملکرد و چراغ راهنما

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

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:

چ) فهرست منابع:

- ۱- آذر، عادل و همکاران؛ (۱۳۹۴)؛ مدیریت استراتژیک عملکرد؛ انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی
- ۲- رضاییان، علی؛ گنجعلی، اسدالله؛ (۱۳۹۴)؛ مدیریت عملکرد، چیستی، چرایی و چگونگی؛ انتشارات دانشگاه امام صادق
- ۳- امیران، حیدر؛ غفاری، میثم و شیخ، علیرضا؛ (۱۳۹۲)؛ مدیریت و اندازه گیری عملکرد در سازمان؛ انتشارات امیران
- ۴- نیومن، پل آر؛ ارزیابی متوازن- گام به گام؛ ترجمه پرویز بختیاری و همکاران (۱۳۸۶)؛ سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول



الف) عنوان درس به فارسی: رفتار سازمانی در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Organizational Behavior in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌ها و تحلیل ابعاد مدیریت رفتار سازمانی در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های رفتار سازمانی در ورزش
- آشنایی با ابعاد مدیریت رفتار سازمانی در ورزش
- کسب توانمندی تحلیل مدیریت رفتار سازمانی در ورزش ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های رفتار سازمانی در ورزش
۲. معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی
۳. سرمایه‌ی انسانی در ورزش
۴. هوش عاطفی و چرخه زیستی در ورزش
۵. مدیریت رفتار سیاسی و فرهنگ سازمانی در ورزش
۶. مدیریت خلاقیت و نوآوری در ورزش
۷. توسعه‌ی مهارت برقراری ارتباط و یادگیری در سازمان‌های ورزشی
۸. تحلیل وضعیت مدیریت رفتار سازمانی در ورزش ایران و جهان

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. زارعی متین، حسن؛ متحد، محمود (۱۳۹۵). مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته. نشر آگه
۲. کارگر، غلامعلی (۱۳۹۵). مدیریت رفتار سازمانی در ورزش. دانشگاه علامه طباطبائی
3. Skinner, James ; Stewart, Bob (2017). Organizational Behaviour in Sport (Foundations of Sport Management). Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: تکنیک ها و مدل های ارزیابی
 عنوان درس به انگلیسی: Evaluation Techniques and Models

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

توانمندی در طراحی و کاربرد تکنیک ها و مدل های ارزیابی

اهداف ویژه:

- آشنایی با تکنیک های مدیریت عملکرد
- آشنایی با مدل های ارزیابی استراتژیک
- آشنایی با مدل های ارزیابی ریسک

پ) سرفصل:

- ۱- کلیات و مفاهیم ارزیابی عملکرد
- ۲- شاخص ها و سیستم های ارزیابی عملکرد
- ۳- روش های رتبه بندی عملکرد و بازخور ۳۶۰ درجه
- ۴- مدل های تعالی سازمانی و کارت امتیازی متوازن
- ۵- جایزه ملی کیفیت ایران
- ۶- روش های ارزیابی ریسک در پروژه ها
- ۷- ابزار های کنترل کیفیت آماری و تحلیل پوششی داده ها
- ۸- روش های تصمیم گیری چند متغیره

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

ث) روش ارزشیابی:

فعالیت‌های کلاسی در طول ترم : ۳۰ درصد
 آزمون پایان ترم : ۷۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

- ۱- نقوی، میرعلی؛ حسن پور، اکبر و حسامی، رضا؛ ۱۳۹۱؛ مدیریت استراتژیک عملکرد کارکنان از تئوری تا عمل؛ مهربان نشر
- ۲- اولیاء، محمد صالح و همکاران؛ ۱۳۸۹؛ آشنایی با سیستم های ارزیابی عملکرد؛ چاپ اول؛ انتشارات نص
- ۴- رفیع زاده، علاءالدین؛ رونق، یوسف؛ ۱۳۹۵؛ مدیریت و ارزیابی عملکرد، رویکرد علمی- کاربردی؛ انتشارات فرمنش
- ۵- مروتی شریف آبادی، علی و همکاران، ۱۳۹۳؛ مدیریت کیفیت و بهره وری؛ انتشارات دانشگاه یزد؛ چاپ اول



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اداری- مالی در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Management of Administration and Financial Affairs in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

گسترش دانش درباره مبانی مدیریت مالی و اداری در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم و مبانی منابع انسانی در ورزش
- آشنایی با اصول و ابعاد مدیریت اداری- مالی در ورزش
- توانایی تجزیه و تحلیل ابعاد مختلف مدیریت منابع انسانی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و ماهیت منابع انسانی در سازمان های ورزشی
۲. فرایند اجتماعی کردن و تجزیه و تحلیل شغل در ورزش
۳. ارزیابی عملکرد و فرایند آموزش در سازمان های ورزشی
۴. فرایند برنامه ریزی نیروی انسانی در سازمان های ورزشی
۵. نحوه تنظیم انواع قراردادها در سازمان های ورزشی
۶. ارتباط فرایند بودجه نویسی با فرایند مدیریت و حسابداری
۷. ارتباط بودجه و مسایل مالی با اقتصاد ورزش
۸. گردش بودجه، طبقه بندی بودجه و روش های تنظیم بودجه

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

- ۱- کاشف، میرمحمد (۱۳۸۸). مدیریت اداری و مالی در سازمان های ورزشی. تهران: نشر ورزش.
- ۲- احسانی، محمد (۱۳۹۴). مدیریت سازمان های ورزشی. تهران: نشر حتمی

3-Wilson, Robert(2011). Managing Sport Finance. Routledge, Taylor and Francis Group.

4-Thomas H. Sawyer, M. Hypes, J. A. Hypes, T. L. Sawyer, D. L. Johnson(2015). Financing the Sport Enterprise. Publisher Sagamore Publishing, L.L.C.,



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Marketing Management in Leisure and Sports

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
		<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	<input type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه

ب) هدف کلی:

دانش‌افزایی درباره نظریه‌ها و مدل‌ها و مدیریت بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش و کسب توانایی تحلیل و بررسی وضعیت بازاریابی ورزش در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی با نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش
- کسب توانایی نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش
- کسب توانایی تحلیل وضعیت موجود در بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه‌ها، فلسفه‌ها و مدل‌های بازاریابی در اوقات فراغت
۲. آشنایی با مفاهیم اقتصادی در بازاریابی اوقات فراغت و ورزش
۳. تبلیغات در بازاریابی اوقات فراغت و ورزش
۴. ارتباطات در بازاریابی اوقات فراغت و ورزش
۵. حمایت مالی در اوقات فراغت و ورزش
۶. شیوه‌های بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش
۷. نقش مالکیت معنوی در بازاریابی اوقات فراغت و ورزش
۸. تحلیل وضعیت بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش در ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. رضوی، حسین؛ ذبیحی، اسماعیل (۱۳۹۵). شیوه‌های بازاریابی و مشارکت بخش خصوصی در ورزش. بامداد کتاب.
۲. کشکر، سارا؛ قاسمی، حمید، پورکیانی، محمد (۱۳۹۵). مدیریت بازاریابی در اوقات فراغت و ورزش‌های تفریحی. تهران: آوای ظهور.

3. Swarbrooke, John ; Horner, Susan (2016). Leisure Marketing. Tailor & Francis.
4. Mullin Bernard ; Hardy, Stephen(2014). Sport Marketing 4th Edition. Human Kinetics.



الف) عنوان درس به فارسی: حمایت و سرمایه گذاری در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Sport Sponsorship and Investment

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
		<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	<input type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه

ب) هدف کلی:

کسب توانمندی در نقد نظریه های حمایت در ورزش و تحلیل وضعیت و نحوه مدیریت حمایت در ورزش
اهداف ویژه:

- آشنایی با مبانی نظری و مدل های حمایت در ورزش و نقد و تحلیل آن ها
- آشنایی با برای مدیریت مالی و فرآیند حمایت در ورزش
- -آشنایی با توانمندی برای تحلیل شرایط موجود حمایت در ورزش ایران و نقش آن در توسعه ورزش کشور

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی مدل ها و نظریه های حمایت در ورزش
۲. اصول و انواع حمایت در ورزش
۳. مدیریت مالی و فرآیند عقد قراردادهای حمایت در ورزش
۴. مدیریت برند و حمایت مالی
۵. حمایت از افراد و سازمان ها و جایگاه اجتماعی حامیان
۶. نحوه ارزیابی حمایت در ورزش
۷. قانون، نقش فرهنگ و رشد فناوری در حمایت از ورزش
۸. بررسی تطبیقی وضعیت حمایت از ورزش در ایران و جهان
۹. تحلیل شرایط موجود حمایت در ورزش ایران و نقش آن در توسعه ورزش کشور

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. توریحیانی، لوتیجینو، فراند، آلن. حمایت مالی در ورزش: راهبردهای موفقیت آمیز. ترجمه فرشاد تجاری، حسین پورسلطانی (۱۳۹۵). تهران: پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی.
2. Fortunato, John A.(2013). Sports Sponsorship, Principles and practices. McFarland. North Carolina.
3. Cornwell , B.(2014).Sponsorship in Marketing: Effective Communication through Sports, arts and events. Routledge.



عنوان درس به فارسی: بازاریابی جهانی در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Sport Marketing and Globalization

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

گسترش دانش درباره ابعاد و آثار بازاریابی جهانی در ورزش و تحلیل وضعیت حضور ایران در فضای بازاریابی ورزشی جهانی

اهداف ویژه:

- آشنایی با تعریف و اصول بازاریابی جهانی در ورزش
- آشنایی با محیط‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بازاریابی جهانی در ورزش
- آشنایی با ابعاد بازاریابی جهانی در ورزش

پ) سرفصل:

۱. تعریف بازاریابی جهانی در ورزش
۲. رویدادهای بزرگ ورزشی و بازاریابی جهانی در ورزش
۳. قوانین و حقوق در بازاریابی جهانی در ورزش
۴. محیط فرهنگی، سیاسی، و اقتصادی بازاریابی جهانی در ورزش
۵. ارتباطات رسانه‌ای و تبلیغات در بازاریابی جهانی در ورزش
۶. چالش‌های بازاریابی جهانی در ورزش
۷. استراتژی‌های ورود به بازار جهانی در ورزش
۸. تجارت الکترونیک جهانی در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. کوتابه، ماساکی؛ هلسن، کریستین (۱۳۹۴). مدیریت بازاریابی جهانی. مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۲. میرابی، وحیدرضا؛ سرمد سعیدی، سهیل (۱۳۹۱). بازاریابی جهانی. شهرآشوب.
3. O'Reilly, N.; Pound, Richard W.; Brtun, R.; Seguin, B.; Brunette, Michelle, K. (2015). Global port Marketing: Sponsorship, Ambush Marketing and the Olympic Games. West Virginia University.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت تبلیغات در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Advertisement Management in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایشی درباره مبانی مدیریت تبلیغات و ابعاد آن در ورزش و توانایی تحلیل تبلیغات در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی دانشجویان با مبانی مدیریت تبلیغات در ورزش و ابعاد آن
- آشنایی دانشجویان با نحوه انتخاب رسانه مناسب تبلیغات در ورزش
- آشنایی دانشجویان با انواع تبلیغات و ابزار آن در ورزش

پ) سرفصل:

۱. تاریخچه تبلیغات در ایران و جهان
۲. اهداف تبلیغات در ورزش
۳. جامعه شناسی و فرهنگ تبلیغات در ورزش
۴. رسانه ها و تکنیک های تبلیغات ورزشی
۵. تبلیغات و جنسیت و صحنه گذاری چهره های ورزشی در ایران و جهان
۶. کجروی ها و انحرافات در تبلیغات ورزشی
۷. تبلیغات پنهان و بازاریابی ورزشی
۸. تبلیغات الکترونیک و محیطی در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. محمدیان، محمود (۱۳۹۱). مدیریت تبلیغات. حروفیه.
2. Schwab, Victor O.(2013). How to Write a Good Advertisement. Echo Point Books & Media.



الف) عنوان درس به فارسی: شیوه های تحلیل اقتصادی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Economic Analysis Methods in Sports

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

گسترش دانش درباره شاخص ها و شیوه های تحلیل اقتصادی در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم و شاخص های اقتصادی
- آشنایی با تحلیل اقتصادی در ورزش
- کسب توانمندی در تحلیل وضعیت اقتصادی ورزش کشور

پ) سرفصل:

۱. مفهوم اقتصاد و واژه های مرتبط
۲. شاخص های اقتصادی و نقش ورزش در توسعه آن
۳. اقتصاد ورزش و تئوری مصرف در اقتصاد ورزش
۴. عرضه و تقاضا در ورزش
۵. مفهوم بازار و انواع آن در ورزش
۶. انواع نظام های اقتصادی و نظام اقتصاد ایران
۷. رسانه ها و جنبه های اقتصادی در ورزش
۸. بازارهای نامطلوب و عوامل عدم مطلوبیت بازار در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. مک آفی، پرستون (۱۳۸۹). مقدمه ای بر تجزیه و تحلیل اقتصادی. ترجمه: کامبیز بیکارجو و علی صیادزاده. تهران: کویر.
۲. پولینسکی، میچل؛ شیول، استیون (۱۳۹۲). تحلیل اقتصادی مسئولیت تولیدکنندگان کالا. ترجمه: آمنه هادی پور و محمدحسین حیدری. کاظمی.
3. Leeds, Michael; Allmen, Peter von(2016). The Economic of Sports. 5th edition. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: رسانه های دیجیتال و بازاریابی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Digital Media and Sport Marketing

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

مفهوم سازی در رسانه های دیجیتال و نحوه بهره برداری از آن در بازاریابی ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفهوم رسانه دیجیتال در ورزش
- آشنایی با انواع رسانه های دیجیتال در ورزش
- توانایی انتخاب رسانه دیجیتال مناسب و ارزیابی آن در بازاریابی ورزشی

پ) سرفصل:

۱. مفهوم رسانه دیجیتال در ورزش
۲. هنر بازاریابی دیجیتال و انواع رسانه های دیجیتال و نقش آنها در بازاریابی ورزشی
۳. میانی ارتباطات، بازاریابی و رسانه های اجتماعی در ورزش
۴. اثر رسانه های اجتماعی بر مردم و هواداران ورزش
۵. اثر رسانه های اجتماعی بر سازمان های ورزشی
۶. بازاریابی محتوا و اینترنتی در ورزش
۷. بازاریابی موبایل و ایمیلی و ابزارهای بازاریابی دیجیتال در ورزش
۸. کپی رایت و ارزیابی بازاریابی از طریق رسانه های دیجیتال در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. البارن، آلن بی (۱۳۹۵). مدیریت رسانه های الکترونیک. دفتر پژوهش های فرهنگی.

1. Caprelli, Lisa , Gaps, Brian(2015). Color Your Message: The Art of Digital Marketing and social media. CreateSpace Independent Publishing Platform; 1 edition
2. Deiss,Ryan and Henneberry, Russ(2017). Digital Marketing for Dummies. For Dummies; first. Edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت سازمان های مردم نهاد در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Non-Governmental Organization (NGO) Management in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> دارد	<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه
		<input type="checkbox"/> سفر علمی		

ب) هدف کلی:

مفاهیم سازمان مردم نهاد و ابعاد آن و الزامات قانونی آن در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم مرتبط با سازمان های مردم نهاد
- آشنایی با الزامات قانونی و حقوقی سازمان های مردم نهاد
- آشنایی با چالش های سازمان های مردم نهاد در ورزش ایران

پ) سرفصل:

۱. مفهوم سازمان مردم نهاد
۲. ابعاد مدیریت سازمان های مردم نهاد
۳. الزامات قانونی و حقوقی در مدیریت سازمان های مردم نهاد
۴. فرآیند راه اندازی سازمان های مردم نهاد
۵. اهمیت اجتماعی-فرهنگی سازمان های مردم نهاد
۶. اهمیت اقتصادی و سیاسی سازمان های مردم نهاد
۷. چالش های سازمان های مردم نهاد در ورزش
۸. نمونه های موفق سازمان های مردم نهاد در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. آجرلو، اسماعیل؛ منصوریان، مصطفی (۱۳۹۵). تشکیلات و بایسته های حقوق داخلی و بین المللی سازمان های مردم نهاد. تهران: پژوهش‌های عدالت
۲. عباس زاده، حمید (۱۳۹۰). مدیریت در سازمان های مردم نهاد. تهران: گنج عرفان.
3. Boulding, Carew(2014). NGOs, Political Protest, and Civil Society. Cambridge University Press.
4. Missoni, Eduardo; Alesani, Daniele (2014). Management of International Institutions and NGOs. Routledge.



الف) عنوان درس به فارسی: ارتباطات جهانی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Global Communication in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایی درباره ابعاد مدیریت ارتباطات بین الملل و جهانی

اهداف ویژه:

- آشنایی با سیستم های رسانه ای در ارتباطات بین المللی و جهانی در ورزش
- آشنایی با نظریه های نوین در ارتباطات ملی و جهانی در ورزش
- آشنایی با شبکه های اجتماعی و ماهواره ای در ورزش

پ) سرفصل:

۱. نقش ماهواره ها در ارتباطات جهانی در ورزش
۲. نقش شبکه های اجتماعی در ارتباطات جهانی در ورزش
۳. تبلیغات جهانی در ورزش
۴. نظریه های نوین در ارتباطات جهانی در ورزش
۵. سیستم های رسانه ای در ارتباطات بین المللی و جهانی در ورزش
۶. ورزش کشورهای اسلامی و ارتباطات بین المللی و جهانی در ورزش
۷. قدرت و ارتباطات بین المللی و جهانی در ورزش
۸. فرهنگ جهانی و ارتباطات بین المللی و جهانی در ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حمیدی فراهانی، همایون، حقیقی محمدرضا، کاوسی اسماعیل (۱۳۹۲). جهانی شدن فرهنگ و ارتباطات. مشق شب.
2. Thussu, K. D.(2009). International Communication .Routledge.



عنوان درس به فارسی : تحلیل جامعه شناسی و فرهنگی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Social and Cultural Analysis in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

(ب) هدف کلی:

گسترش دانش ابعاد فرهنگی و جامعه شناختی ورزش و کسب توانایی تحلیل در حوزه صنعت ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با نظریه ها و مدل های فرهنگی و جامعه شناسی در ورزش
- آشنایی با مبانی جامعه شناسی و فرهنگی در ورزش
- افزایش توانمندی در تحلیل و کاربرد مسائل اجتماعی - فرهنگی در مدیریت و برنامه ریزی سازمان های ورزشی

(پ) سرفصل:

۱. جامعه شناسی و اصول و نظریه های مهم آن
۲. نهادهای اجتماعی و جامعه پذیری در ورزش (خانواده ، مدرسه ، دانشگاه ، سازمان ، صنعت و...)
۳. تاثیرگذاری و سازگاری اجتماعی در ورزش (اقتصاد، مذهب، سیاست، سلامت، انحرافات و...)
۴. کارکردهای اجتماعی ورزش در گروه های ویژه (معلولین، سالمندان، بیماران خاص و...)
۵. جامعه شناسی و مسائل فرهنگی ورزش زنان
۶. ورزش و ارتباطات فرهنگی و اجتماعی
۷. توسعه فرهنگ ورزشی و ورزش فرهنگی
۸. تحلیل و بررسی تحقیقات جامعه شناسی و فرهنگی ورزش و جامعه پسا مدرن

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

(ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

(چ) فهرست منابع:

۱. جاروی، گرانت. مقدمه ای بر ورزش، فرهنگ و جامعه. ترجمه: محمدحسین رضوی ، محسن بلوریان (۱۳۹۱). - موسسه فرهنگی شمال پایدار
 ۲. قاضی بن محمد (۱۳۹۳). سرچشمه مقدس فرهنگ و ورزش ها. حقیقت.
 ۳. قاسمی، حمید؛ کشکر، سارا (۱۳۹۱). مبانی اجتماعی - فرهنگی ورزش. نشر ورزش.
- 4-Horne, J.; Tomlinson, A.; Whannel, G.; Woodward, K. (2013). Understanding Sport: A Socio-Cultural analysis. Routledge. Taylor & Francis Group.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت برند و برندسازی
 عنوان درس به انگلیسی: Branding and Brand Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایی نظریه ها و مدل ها مدیریت برند و کسب توانایی تحلیل و بررسی برندهای ورزشی در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی با نظریه ها و مدل های مدیریت برند
- کسب توانایی ساختن برند
- کسب توانایی تحلیل وضعیت موجود برندهای ورزشی ایران و جهان

ب) سرفصل:

۱. آشنایی با نظریه ها ، فلسفه ها و مدل های برند
۲. آشنایی با مفاهیم برند و طراحی لوگو و شعار برند
۳. رویکرد هویتی و اقتصادی به برند
۴. ارتباطات و رسانه ها در مدیریت برند
۵. ارزش ویژه برند
۶. فرایند برند سازی
۷. نقش مالکیت معنوی برند در ایران
۸. تحلیل وضعیت مدیریت برند های ورزشی در ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱- خداداد حسینی حمید (۱۳۹۱). مدیریت جامع برند. ناشر: دفتر پژوهش های فرهنگی.

۲- کلر کوین لین. مدیریت استراتژیک برند. ترجمه بطحائی عطیه (۱۳۹۴). انتشارات بازاریابی.

3-Bouchet,P.; Hillairet,D.; Bodet, G. (2013). Sport Brands. Routledge, Taylor & Francis Group.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت گردشگری ورزشی
عنوان درس به انگلیسی: Sport Tourism Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) ب) هدف کلی:

افزایش دانش در زمینه ابعاد مدیریت گردشگری ورزشی و کسب توانمندی در تحلیل و نقد وضعیت گردشگری ورزشی در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی و نقد و تحلیل نظریه‌ها و مدل‌های گردشگری ورزشی
- آشنایی با اقلیم‌های ایران و برنامه‌ریزی گردشگری ورزشی متناسب با اقلیم
- آشنایی با نحوه مدیریت فرآیند و اماکن گردشگری ورزشی

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه‌ها و مدل‌های گردشگری ورزشی
۲. مطالعه تطبیقی گردشگری ورزشی در ایران و جهان
۳. آشنایی با نحوه مدیریت رویداد‌های گردشگری ورزشی
۴. اکوتوریسم در ایران و جهان
۵. اقلیم‌شناسی ایران و برنامه‌ریزی گردشگری ورزشی در اقلیم‌های متفاوت
۶. مدیریت اماکن گردشگری ورزشی در ایران
۷. بازاریابی تورهای گردشگری ورزشی
۸. قوانین و حقوق گردشگری ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

- ۱- محرم زاده، مهرداد. (۱۳۸۸). اصول و مبانی گردشگری ورزشی. ناشر: سازمان انتشارات جهاددانشگاهی واحد آذربایجان غربی
- ۲- مجتبیوی، کورش و هومن بهمن پور (۱۳۸۷). توریسم ورزشی، انتشارات کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران.
- 3- Hinch. Tom; Higham.J. (2011). Sport Tourism Development. Channel View Publications.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت اردوها و ورزش های تفریحی در هوای آزاد
 عنوان درس به انگلیسی: Camping and Outdoor Sport and Recreation Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

عمق بخشیدن به مفاهیم در خصوص چگونگی مدیریت اردوها و شرکت در ورزش های همگانی و تفریحی

اهداف ویژه:

- آشنایی با مبانی و مفاهیم اردوهای ورزشی و ابعاد آن
- آشنایی با نحوه برگزاری اردوهای ورزشی در هوای آزاد
- آشنایی با نحوه بازاریابی و تبلیغات در رویدادهای ورزشی در هوای آزاد

پ) سرفصل:

۱. مبانی و مفاهیم کلی در مدیریت رویدادهای ورزشی
۲. انواع رویدادها در ورزش
۳. برنامه ریزی اردوهای ورزشی در هوای آزاد
۴. ارتباطات و اداره و اجرای رویدادهای ورزشی در هوای آزاد
۵. حامیان مالی و درآمدزایی در رویدادهای ورزشی در هوای آزاد
۶. مدیریت کمپینگ و اردوهای ورزشی
۷. رویدادهای ورزشی و حفظ منابع طبیعی
۸. بازاریابی و تبلیغات در رویدادهای ورزشی در هوای آزاد

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
- آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. احسانی، محمد. کشکر، سارا (۱۳۹۴). مدیریت اوقات فراغت و ورزش های تفریحی. انتشارات تربیت مدرس
2. Thomas J Aicher and Amanda L. Paule-Koba(2015). Sport Facility And Event Management. Jones & Bartlett Learning.
3. Ammon, Robin; Southall Richard M. ; Nagel, Mark S.(2016). Sport Facility Management: Organizing Events and Mitigating Risks. 3rd. Edition. Fitness Information Technology.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت ورزش در سازمان های آموزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Sport Management in Educational Organizations

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

عمق بخشیدن به دانش موجود در زمینه ابعاد مدیریت ورزش در سازمان های آموزشی و تحلیل آن در ایران

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم مرتبط با ورزش سازمان ها و مراکز آموزشی
- آشنایی با مدیریت ورزش در دانشگاه ها
- بررسی ساختار و عملکرد ورزش در سازمان های آموزشی

پ) سرفصل:

۱. مفهوم سازمان های آموزشی و انواع آن
۲. مدیریت ورزش در دانشگاه ها
۳. مدیریت ورزش آموزشی در مراکز آموزشی
۴. مدیریت ورزش تفریحی در مراکز آموزشی
۵. مدیریت ورزش قهرمانی در مراکز آموزشی
۶. چالش های ورزش در مراکز آموزشی
۷. مقایسه ورزش مراکز آموزشی در ایران و جهان
۸. تحلیل وضعیت ورزش در مراکز آموزشی ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. عسکریان، مصطفی (۱۳۹۴). سازمان و مدیریت آموزش و پرورش: به انضمام تغییر و چشم انداز. امیرکبیر.
۲. زارعی، علی؛ معصومی، حسن (۱۳۹۵). مدیریت فوق برنامه و ورزش های تفریحی. علم و حرکت.
۳. حمیدی، مهرزاد و همکاران (۱۳۸۶). مدیریت برگزاری رویدادهای ورزشی برابر مقررات فدراسیون بین المللی ورزش های دانشگاهی (فیزو). بامداد کتاب.
4. Daniel Covell (Author), Sharianne Walker.(2016). Managing Intercollegiate Athletics. Routledge; 2 edition.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت پروژه های ورزشی
عنوان درس به انگلیسی: Project Management in Sports

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

گسترش دانش مدیریت پروژه و فرآیندهای اجرای آن در سازمان های ورزشی

اهداف ویژه:

- آشنایی دانشجویان با مفاهیم و مبانی مدیریت پروژه.
- آشنایی با فرآیندهای مدیریت پروژه در سازمان های ورزشی
- نحوه برنامه ریزی و کنترل پروژه.

پ) سرفصل:

۱. تعریف و تاریخچه مدیریت پروژه
۲. فرآیندهای مدیریت پروژه سازمانی در ورزش
۳. برنامه ریزی پروژه های ورزشی
۴. کنترل پروژه های ورزشی
۵. ارزیابی پروژه های ورزشی
۶. برنامه ریزی منابع انسانی در پروژه های ورزشی
۷. بررسی مورد پروژه های سازمان های ورزشی
۸. MSP در سازمان های ورزشی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. فریده هادوی و همکاران (۱۳۹۰). مدیریت پروژه در ورزش، برنامه ریزی و فتون کنترل. سایه نیما .
 ۲. آلاپوش، حمید(۱۳۹۱). مفاهیم و کلیات دانش مدیریت پروژه . حامی.
 ۳. زاهدی سرشت، مازیار (۱۳۹۵). مدیریت و کنترل پروژه. نگاه دانش.
4. Scott. Donald J.(2016). Project Management: A Quick Start Beginner's Guide For The Serious Project Manager To Managing Any Project Easily. Create Space Independent Publishing Platform.



دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

گسترش خط مشی و سیاست های سازمان های ورزشی و ابعاد ملی و جانی آن

اهداف ویژه:

- آشنایی با مفاهیم و مبانی سیاست در ورزش
- آشنایی با سازمان های سیاست گذار در ورزش
- آشنایی با سیاست های جهانی ورزش

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم و مبانی سیاست در ورزش
۲. حاکمیت و حکومت و سازمان های سیاست گذار در ورزش
۳. ورزش و جهانی شدن و دیپلماسی ورزشی
۴. فدراسیون های ورزشی و سیستم های ملی و بین المللی
۵. سیاست ورزش قهرمانی، حرفه ای و لیگ های ورزشی
۶. نفوذ شهرنشینی بر شرکت مردم در ورزش
۷. سیاست، نژادها، قومیت ها و جنسیت ها در ورزش
۸. سیاست های عمومی و دوپینگ و توسعه بازارهای ورزش جهانی

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. شعبانی مقدم، کیوان - فراهانی، ابوالفضل (۱۳۹۴). سیاست و روابط بین الملل در ورزش ناشر: سازمان انتشارات جهاددانشگاهی
2. Jeroen Scheerder (Editor), Annick Willem (Editor), Elien Claes (2017). Sport Policy Systems and Sport Federations: A Cross-National Perspective. Palgrave Macmillan; 1st ed.
3. Bairner, Alan.(2017). Sports and Politics. Routledge; 1 edition.



الف) عنوان درس به فارسی: تاریخ تحلیلی ورزش ایران و جهان
 عنوان درس به انگلیسی: Analyses of Iran and International Sport History

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

تاریخچه ورزش در ایران و جهان و تجزیه و تحلیل رخدادهای مهم ورزشی در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی با تاریخ ورزش در ایران
- آشنایی با تاریخ ورزش در کشورهای جهان
- توانایی تجزیه و تحلیل اتفاقات در ورزش با نگرش تطبیقی و مقایسه‌ای

پ) سرفصل:

۱. ورزش در ایران باستان
۲. قهرمانان و اسطوره‌ها در تاریخ ورزش ایران و جهان
۳. اتفاقات تاریخی و منحصر به فرد در ورزش ایران و جهان
۴. عوامل اثرگذار بر رشد ورزش در ایران و جهان
۵. تجزیه و تحلیل اتفاقات در تاریخ ورزش و نتایج آن
۶. منشأ پیدایش رشته‌های ورزشی در ایران
۷. تجزیه و تحلیل وضعیت موجود ورزش و مقایسه آن با اتفاقات مشابه در گذشته ورزش در ایران و جهان
۸. نقد و بررسی تاریخ ورزش

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱- علیجانیان، رضا (۱۳۹۲). تاریخ تربیت بدنی ایران. ناشر پوریای ولی. اصفهان.

2-Jarvei, Grant. (2006). Sport, Culture and Society, An Introduction. Routledge, Taylor & Francis Group.



الف) عنوان درس به فارسی: مسائل حقوقی و اخلاقی در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Legal and Ethical Issues in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲	
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲	
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری		
		<input checked="" type="checkbox"/> ندارد	<input type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: دارد	
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه	سفر علمی <input type="checkbox"/>

ب) هدف کلی:

عمق بخشیدن به دانش مسائل حقوقی و اخلاقی مرتبط با مدیریت در ورزش

اهداف ویژه:

- تحلیل حقوقی-اخلاقی امور منابع انسانی ورزش
- تحلیل حقوقی-اخلاقی امور منابع مالی ورزش
- تحلیل حقوقی-اخلاقی امور منابع نرم افزاری ورزش

ب) سرفصل:

۱. تحلیل مبانی حقوقی در مدیریت ورزشی از دیدگاه اسلام و غرب
 ۲. سازمان های بین المللی ورزشی از نگاه حقوق ورزشی (ساختار، وظایف و اختیارات)
 ۳. ورزش از منظر حقوق بشر
 ۴. بررسی تفصیلی اساسنامه های ورزشی و آیین نامه های انضباطی و نحوه اعمال آنها
 ۵. حکمیت (داوری) در مناقشات ورزشی
 ۶. تحلیل حقوقی امور منابع انسانی سازمان ها و رویدادهای ورزشی (مربیان، ورزشکاران، داوران، تماشاگران، هیئت اجرایی رویدادها)
 ۷. تحلیل حقوقی امور بازاریابی و حامیان مالی در ورزش
 ۸. تحلیل حقوقی امور مالکیت معنوی و رسانه‌ای ورزش
- ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:
- ث) روش ارزشیابی:
- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
- آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. آقایی نیا، حسین (۱۳۶۹). حقوق ورزش و مسئولیت های آن. چاپ اول، انتشارات معین، تهران.
۲. مقصدی، محمدمهدی (۱۳۹۳). مبانی فقهی و حقوقی مسئولیت مدنی ورزشکاران. چاپ اول، انتشارات دانشگاه مفید، قم.
3. Linda A. Sharp, Anita M. Moorman, Cathryn L. Claussen. (2014) Sport Law: A Management Approach. Third Edition, Holcomb Hathaway Publishers.
4. Andrew T. Pittman, John O. Spengler, Sarah J. Young. (2016). Case Studies in Sport Law, Second Edition, Human Kinetics.



الف) عنوان درس به فارسی: تحلیل رفتار مصرف کننده در ورزش
 عنوان درس به انگلیسی: Analysis of Consumer Behavior in Sport

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		عملی <input type="checkbox"/>	نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>				
سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>				

ب) هدف کلی:

دانش افزایی درباره نظریه ها و مدل ها و ابعاد رفتار مصرف کننده در ورزش و تحلیل وضعیت موجود در ایران و جهان

اهداف ویژه:

- آشنایی با نظریه ها و مدل های رفتار مصرف کننده در ورزش
- شناخت ابعاد مختلف مدیریت رفتار مصرف کننده در ورزش
- کسب توانمندی در نقد و بررسی و تحلیل وضعیت رفتار مصرف کننده در ورزش در ایران و جهان

پ) سرفصل:

۱. نقد و بررسی نظریه ها و مدل های رفتار مصرف کننده در ورزش
۲. بخش بندی مصرف کنندگان در ورزش
۳. نقش فرهنگ در رفتار مصرف کنندگان در ورزش
۴. ابعاد روان شناختی رفتار مصرف کنندگان در ورزش
۵. نقش ارتباطات در جذب مشتریان در ورزش
۶. انواع رابطه مشتریان با ورزش
۷. وفاداری و رضایت مشتریان در ورزش
۸. تحلیل وضعیت موجود رفتار مصرف کننده در ایران

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. حسن زاده، مهرداد (۱۳۸۹). رفتار مصرف کننده در ورزش و رویدادهای ورزشی. تهران: هنر آبی.
2. Funk, Daniel C. ; Alexandris , Kostas, McDonald, Heath (2016). Sport Consumer Behavior: Marketing Strategies. Routledge.
3. Hawkins, Delbert ; Mothersbaugh, David(2017). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 12th Edition. McGraw-Hill Education.



الف) عنوان درس به فارسی: مدیریت راهبردی پیشرفته در ورزش
عنوان درس به انگلیسی: Advanced Strategic Management in Sport

تعداد واحد: ۲	نوع واحد		تعداد ساعت: ۳۲
	انتخابی		
	<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
<input type="checkbox"/> سفر علمی	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه	<input type="checkbox"/> سمینار	<input type="checkbox"/> کارگاه

ب) هدف کلی:

عمق بخشیدن به دانش دانشجویان در خصوص متغیرهای راهبردی در سازمانها و نحوه سیاستگذاری ها، هدف بندی ها، برنامه ریزی ها و تصمیم گیری راهبردی در سطح سازمانهای ورزشی دانش روز در زمینه مدیریت راهبردی پیشرفته در ورزش

اهداف ویژه:

- آشنایی با عناوین و مفاهیم و مدل‌های مدیریت راهبردی
- آشنایی با تکنیک های برنامه ریزی راهبردی
- آشنایی با تکنیک های اجرا و ارزیابی برنامه های راهبردی

پ) سرفصل:

۱. مفاهیم ، اصطلاحات، رویکردها و الگوها مدیریت راهبردی
۲. مدل‌های مدیریت راهبردی
۳. مضمون بندی استراتژی های سازمانی، SWOT، مشخص کردن گزینه ها و بدیلهای، انتخاب و اجرا
۴. متغیرهای راهبردی سازمانی
۵. روشهای تحلیل محیط درون و برون سازمانی
۶. تکنیک های ارزیابی ذی نفعان
۷. روشهای اولویت بندی استراتژی ها
۸. ابزارهای اجرا و ارزیابی استراتژی و برنامه ها

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

ث) روش ارزشیابی:

- فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۵۰ درصد
آزمون پایان ترم ۵۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

۱. فرد آر دیوید (۱۳۹۳) مدیریت استراتژیک، دکتر علی پارساییان و دکتر سید محمد اعرایی، چاپ بیست و هشتم. دفتر پژوهشهای فرهنگی.
 ۲. نظری، رسول، احسانی، محمد و ساکت، رضا (۱۳۹۳). مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک سازمانهای ورزشی، انتشارات حدیث راه عشق، چاپ اول.
 ۳. خسروی زاده، اسفندیار؛ حمیدی، مهرزاد، گودرزی، محمود (۱۳۹۱). مدیریت استراتژیک در سازمانهای ورزشی، انتشارات پژوهشگاه تربیت بدنی و علوم ورزشی. چاپ اول.
4. Pearce, John A. &, Robinson, Richard B. (2010). Strategic Management, McGraw-Hill Education.



الف) عنوان درس به فارسی: سمینار در مدیریت ورزشی
 عنوان درس به انگلیسی: Seminar in Sport Management

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز: روش تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
		<input type="checkbox"/> ندارد	<input checked="" type="checkbox"/> دارد	آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد
		<input type="checkbox"/> کارگاه	<input checked="" type="checkbox"/> سمینار	سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/>

ب) هدف کلی:

آشنایی با کنفرانس های علمی، تهیه و ارائه گزارش های علمی و نقد و بررسی علمی

اهداف ویژه:

- آشنایی با همایش ها و کنفرانس های علمی
- آشنایی با نحوه تهیه و ارائه گزارش های علمی
- آشنایی با نقد علمی

پ) سرفصل:

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

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

ث) روش ارزشیابی:

فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۴۰ درصد
 آزمون پایان ترم ۶۰ درصد

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

چ) فهرست منابع:

مطالعه منابع جدید در ارتباط با موضوعات روز در ورزش و پژوهش های آن



الف) عنوان درس به فارسی: مطالعه هدایت شده
عنوان درس به انگلیسی: Supervised Study

دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز: روش تحقیق کیفی در مدیریت ورزشی	نوع واحد		تعداد واحد: ۲
		انتخابی		تعداد ساعت: ۳۲
		<input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/> نظری	
				آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
				سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>

ب) هدف کلی:

راهنمایی هدفمند و هدایت شده دانشجوی در خصوص موضوع رساله

اهداف ویژه:

- آشنائی با مقالات مرتبط با رساله
- آشنائی با کتاب های مرتبط با رساله
- آشنائی با سایت های مرتبط با تحقیق دانشجو

پ) سرفصل:

۱. استاد راهنما با توجه به حیطه یا موضوع انتخابی رساله دانشجو وی را به صورت منظم در خصوص جمع آوری پیشینه تحقیق، میانی نظری، مرور نظام مند مطالعات گذشته، آماده سازی ابزار جمع آوری داده ها و ... راهنمایی می کند.
۲. دانشجو موظف است هر هفته یک بار گزارش مربوط به تکالیف توافق شده با استاد راهنما را ارائه نماید.

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

ث) روش ارزشیابی:

فعالیت‌های کلاسی در طول ترم ۱۰۰ درصد
آزمون پایان ترم ندارد

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

چ) فهرست منابع:

استفاده از منابع جدید و مرتبط با پروژه تحقیقی دانشجو



دروس هم‌نیاز:	دروس پیش‌نیاز:	نوع واحد		تعداد واحد: ۱۸
		<input type="checkbox"/> عملی	<input type="checkbox"/> نظری	تعداد ساعت: ۲۸۸
		<input checked="" type="checkbox"/> رساله		
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> بستگی به نیاز رساله				
سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/> کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> بستگی به نیاز رساله				

ب) هدف کلی:

گسترش دانش دانشجویان از راه برنامه ریزی و اجرای یک پروژه پژوهشی پیشرفته که منجر به تولید نظریه جدیدی در حوزه مدیریت ورزش شود.

پ) سرفصل:

در این درس دانشجو تحت هدایت استاد راهنما به بررسی و مطالعه پیشرفته در موضوع خاصی اقدام و پروپوزال خود را پس از تصویب در کمیته تخصصی گروه و دانشکده به ریاست استاد راهنما، انجام و عملیات میدانی پروژه پژوهشی خود را طراحی و کامل اجرا می‌کند. بنابراین، تولید و چاپ چند مقاله اصیل در ژورنال‌های داخلی و خارجی معتبر و ISI، نتیجه نهایی کار دانشجو را مشخص می‌کند.
 ت) روش یاددهی - یادگیری متناسب با محتوا و هدف:

ث) روش ارزشیابی:

ارزیابی در جلسه دفاع از رساله توسط هیات داوران انجام خواهد شد.

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

چ) فهرست منابع:

مقالات علمی - پژوهشی جدید در موضوعات مربوط به رشته مدیریت ورزشی

