



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

گرایش: برنامه ریزی مقصد

گرایش: برنامه ریزی رویداد و خدمات سفر

گروه: علوم اجتماعی

نسخه بازنگری

مصوب جلسه مورخ کمیسیون برنامه ریزی آموزشی

فصل اول
مشخصات کلی دوره

هدف:

- ۱- آموزش و تامین نیروی انسانی متخصص مورد نیاز سازمان ها و ارگان های ذیربط از جمله سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی، شهرداریها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور، استانداری ها و فرمانداری ها، بخش خصوصی (مراکز اقامتی، پذیرایی، خرید، حمل و نقل گردشگری، آژانس های مسافرتی و راهنمایان گردشگری و ..) در زمینه برنامه ریزی های گردشگری.
- ۲- آموزش روش های جدید برنامه ریزی گردشگری و فراهم کردن دانش و نگرش جامع فضایی به سیستم گردشگری در بین برنامه ریزان و تصمیم گیران در راستای توسعه پایدار گردشگری در ایران.
- ۳- فراهم کردن زمینه دانش افزایشی شاغلان موجود در دستگاه ها و نهادهای مرتبط با برنامه ریزی گردشگری.
- ۴- تعمیق و گسترش دانش علوم جغرافیایی در رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری در بالاترین سطح آموزش و بین المللی.
- ۵- تربیت نیروی انسانی کارآمد با توجه به دوران پسا کرونا و ضرورت توسعه گردشگری و کاهش اقتصاد نفتی و تراکم فروشی.

تعداد و نوع واحدهای درسی:

مجموع واحدهای درسی رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری در مقطع کارشناسی ارشد ۳۰ واحد به شرح زیر است:

- ۱- دروس پایه ۱۴ واحد.
 - ۲- دروس جبرانی برای دانشجویان با رشته های غیر مرتبط ۴ تا ۶ واحد؛ (به تشخیص گروه از بین دروس تخصصی دوره کارشناسی رشته جغرافیا).
 - ۳- دروس تخصصی ۱۲ واحد.
 - ۴- پایان پایان نامه ۶ واحد.
- مجموعه واحدهای پایه تخصصی و پایان نامه ۳۲ واحد.
- ۵- درسهای جبرانی برای دانشجویانی که تحصیلات مقطع کارشناسی آنها غیر از علوم جغرافیایی و گردشگری بوده در صورت نیاز و به تشخیص گروه باید به عنوان پیش نیاز گذرانده شود. بر حسب نوع تحصیلات در مقطع کارشناسی شورای گروه درس های جبرانی را تعیین و به دانشجو ابلاغ می نماید. حداکثر ۳ درس و تعداد واحد درس های جبرانی ۶ واحد است که دانشجو موظف است قبل از گذراندن دروس مقطع کارشناسی ارشد این درس ها را بگذراند.

❖ دروس جبرانی: (دانشگاهها در انتخاب و تعریف دروس جایگزین جبرانی مجاز خواهند بود)

۱. فلسفه جغرافیا
۲. جغرافیای گردشگری
۳. مبانی سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS)

پایان نامه:

- ۱- موضوع پایان نامه با توجه به گرایش تحصیلی دانشجو همراه با نوآوری در تحقیق و در ارتباط با مسائل و فضاهاى گردشگری انتخاب می شود.
- ۲- مراحل انتخاب و تصویب موضوع تعیین اساتید راهنما و مشاور و دفاع و ارزش گذاری پایان نامه طبق ضوابط و مقررات مصوب وزارت علوم تحقیقات و فناوری است.

شرایط و ضوابط ورود به رشته:

- ۱- داشتن مدرک کارشناسی رشته جغرافیا همه گرایش ها و کارشناسی رشته گردشگری و دیگر رشته های مرتبط.

نحوه اجرای رشته - گرایش:

در جدول ها و نیز سرفصل های هر یک از دروس، تخصص استاد مورد نیاز برای تدریس آن مشخص شده است و گروههای آموزشی موظف به رعایت تخصص های مورد نیاز برای تدریس هر یک از دروس و اجرای رشته می باشند.

جدول ۱: مواد و ضرایب امتحانی

ردیف	نام دروس	ضریب
۱	فلسفه جغرافیا	۱
۲	آمار و احتمالات	۲
۳	روش تحقیق و فناوری های جغرافیایی در گردشگری	۲
۴	جغرافیای گردشگری (مبانی و ایران)	۳
۵	برنامه ریزی گردشگری	۳

طول دوره و شکل نظام:

طول دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری طبق آیین نامه های آموزشی دوره کارشناسی ارشد مصوبه شورای عالی برنامه ریزی وزارت علوم تحقیقات و فناوری خواهد بود. طول هر نیمسال تحصیلی ۱۶ هفته آموزش کامل است، مدت هر واحد درسی ۱۶ ساعت و هر واحد عملی و آزمایشگاهی ۳۲ ساعت در یک نیمسال تحصیلی خواهد بود. حداقل ۲۰ روز مسافرت های علمی پژوهشی به صورت گروهی در طول دوره انجام خواهد شد که قابل افزایش تا ۳۰ روز نیز خواهد بود. (سفر خارجی حداکثر دو هفته امکان پذیر است).

توانایی و زمینه های اشتغال دانش آموختگان:

دانش آموختگان رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری می توانند در برنامه ریزی و توسعه عناصر سیستمی گردشگری در مقیاس مقصد، منطقه ای و ملی و انجام مطالعات گردشگری و نیز تهیه و اجرای برنامه ها و طرح های توسعه گردشگری کشور نقش داشته باشند. فرصت های شغلی دانش آموختگان این رشته می تواند شامل زمینه های زیر باشد:

سازمانها و مراکز دولتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت کشور (استانداری ها، فرمانداری ها، بخشداری ها، شهرداری ها و دهیاری ها)، مراکز آموزشی - پژوهشی (دولتی، عمومی و خصوصی)، بخش خصوصی (مجتمع های گردشگری، مراکز اقامتی - پذیرایی، حمل و نقل گردشگری، آژانس های مسافرتی و راهنمایان گردشگری، موسسات خصوصی آموزشی در زمینه گردشگری، خدمات مشاوره ای و کارآفرینی) و شرکت های مهندسی مشاور در زمینه برنامه ریزی های گردشگری در سراسر کشور، می توانند اشتغال را برای دانش آموختگان این رشته فراهم نمایند.

فصل دوم
جداول برنامه

جدول ۱- درس‌های پایه دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

ردیف	نام درس	تعداد واحد	جمع ساعت	ساعت نظری	ساعت عملی	استاد متخصص
۱	نظریه های برنامه ریزی گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۲	سیاستگذاری گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۳	روشهای پژوهش پیشرفته در مطالعات گردشگری	۲	۴۸	۱۶	۳۲	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۴	تحلیل (GIS) پیشرفته در برنامه ریزی گردشگری	۲	۴۸	۱۶	۳۲	جغرافیدان یا متخصص در GIS و RS گردشگری
۵	مدلهای تصمیم گیری و آینده پژوهی در برنامه ریزی گردشگری	۲	۴۸	۱۶	۳۲	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۶	ارزیابی و مدیریت اثرات توسعه گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۷	مدیریت بحران در گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری

جدول ۲- درس‌های تخصصی دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

(گرایش برنامه ریزی مقصد)

ردیف	نام درس	تعداد واحد	جمع ساعت	ساعت نظری	ساعت عملی	استاد متخصص
۱	برنامه ریزی و مدیریت مقصد	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۲	برنامه ریزی و توسعه محصول گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۳	بازاریابی گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۴	برندسازی و مدیریت تصویر مقصد	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۵	مکانیابی زیر ساخت ها و تسهیلات گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۶	کارگاه برنامه ریزی مقصد	۲	۴۸	۱۶	۳۲	جغرافیدان با تخصص گردشگری

جدول ۳- درس‌های تخصصی دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری
(گرایش برنامه ریزی رویداد و خدمات سفر)

ردیف	نام درس	تعداد واحد	جمع ساعت	ساعت نظری	ساعت عملی	استاد متخصص
۱	برنامه ریزی رویدادهای گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۲	توسعه محصول رویدادهای گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۳	مدیریت و برنامه ریزی خدمات سفر	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۴	بازاریابی و برندسازی رویداد های گردشگری	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۵	برنامه ریزی تشریفات و مهمان نوازی	۲	۳۲	۳۲	-	جغرافیدان با تخصص گردشگری
۶	برنامه ریزی کسب و کار گردشگری	۲	۴۸	۱۶	۳۲	جغرافیدان با تخصص گردشگری

فصل سوم
سرفصل دروس

سرفصل دروس پایه دوره کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

عنوان درس: نظریه های برنامه ریزی گردشگری	تعداد واحد: ۲	نوع واحد: نظری	دروس پیش نیاز: ندارد
استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری	تعداد ساعت: ۳۲	آموزش تکمیلی عملی: <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> ندارد سفر علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>	
اهداف: آشنایی با اصول، روشها و نظریه های بنیادین برنامه ریزی گردشگری			
سرفصل ها:			
<ul style="list-style-type: none"> - تعریف واژه ها و مفاهیم پایه برنامه ریزی - اهمیت، ضرورت و اهداف و فلسفه وجودی برنامه ریزی در گردشگری - برنامه ریزی و انواع آن در گردشگری (برنامه ریزی جامع، برنامه ریزی سیستمی، برنامه ریزی توسعه پایدار و ...) - مقیاس در برنامه ریزی گردشگری (برنامه ریزی در مقیاس جهانی، ملی، منطقه ای و محلی، برنامه ریزی در مقیاس سایت) - پارادایم ها و رویکردهای توسعه گردشگری - نظریه عمومی سیستم ها در برنامه ریزی گردشگری - نظریه توسعه پایدار گردشگری - نظریه های محیطی در برنامه ریزی گردشگری - نظریه های اجتماعی در برنامه ریزی گردشگری - نظریه های اقتصادی در برنامه ریزی گردشگری - نظریه برنامه ریزی فضایی گردشگری - نظریه برنامه ریزی گردشگری اجتماع- محور - نظریه دست اندرکاران در برنامه ریزی - نظریه برنامه ریزی بازار- محور و محصول- محور - آینده پژوهی در برنامه ریزی گردشگری - تبیین مولفه ها و مقوله های برنامه ریزی در گردشگری - کاربرد نظریه ها و رویکردها در برنامه ریزی در گردشگری با تاکید بر ایران 			
منابع:			
<ul style="list-style-type: none"> - افتخاری، عبدالرضا رکن الدین و مرتضی توکلی (۱۳۸۱)؛ توسعه مردمگرا؛ انتشارات موسسه بازرگانی. - اینسکیپ ادوارد (۱۳۹۲) برنامه ریزی گردشگری، ترجمه محمودی و داعستانی، انتشارات مهکامه، تهران. - پیچ اسفان (۱۳۹۴) گردشگری ترکیبی نو، ترجمه فضیله دادورخانی و همکاران، انتشارات مهکامه، تهران. - تریاب جان (۱۳۹۵) اندیشه های فلسفی در گردشگری، ترجمه جعفریابیری، انتشارات مهکامه، تهران. - ضرغام بروجنی حمید، حاجی محمد امینی صمد (۱۳۹۴)، خوشه های گردشگری از نظریه تا عمل، چاپ دفتر پژوهشهای فرهنگی . تهران - گان کلر و تور گت ور (۱۳۹۵) برنامه ریزی توسعه جهانگردی، انتشارات مهکامه، چاپ اول، تهران 			

- گوسلینگ (۱۳۹۴) کتاب آینده گردشگری پایدار، ترجمه علی موحد وزارعی، انتشارات آذرخش، تهران
- وثوقی لیلا، فضیله خانی (۱۳۹۶) مروری بر مبانی، رویکردها و مدل‌های برنامه ریزی گردشگری، انتشارات مهکامه، چاپ دوم تهران.
- هولدن (۱۳۹۴) کتاب محیط و گردشگری، ترجمه علی موحد وزارعی، انتشارات سمت، تهران.

- Almeida, J., Costa, C., & Nunes da Silva, F. (۲۰۱۷). A framework for conflict analysis in spatial planning for tourism. *Tourism Management Perspectives*, ۲۴, ۹۴-۱۰۶.
- Barbara Kirshenblatt-Gimblett (۱۹۹۸), *Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage*, University of California Press.
- Cusimano, G., & Giannone, M. (۲۰۰۶). The Geographies of Tourism Organizing the Space between Localisms and Global Networks. *Tourism Local Systems and Networking*, ۲۰۹-۲۱۷.
- Guilherme Lohmann (۲۰۱۶) *Tourism Theory, Concepts, Models and Systems*, Griffith University, Australia, CBAI.
- Md Mehedi Hasnat, Samiul Hasan (۲۰۱۸) Identifying tourists and analyzing spatial patterns of their destinations from location-based social media data-hasnat *Transportation Research Part C* ۹۶ (۲۰۱۸) ۳۸-۵۴.
- Melanie K. Smith (۲۰۰۳), "The Globalization of Heritage Tourism," in her *Issues in Cultural Tourism Studies*, London: Routledge.
- Michael Risteski, Jordan Kocovski, Kliment Arnaudov (۲۰۱۲) Spatial planning and sustainable tourism as basis for development, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* ۴۴ (۲۰۱۲) ۳۷۵ - ۳۸۶.
- Patrick B. Cobbinah, Rosemary Black, Rik Thwaites (۲۰۱۳) *Tourism Planning in Developing Countries: Review of Concepts and Sustainability Issues*, *International Journal of Social, Human Science and Engineering* Vol:۷ No:۴.
- Peggy Teo and Lim Hiong Li, (۲۰۰۳), "Global and Local Interactions in Tourism," *Annals of Tourism Research* ۳۰, ۲.
- Peter Burns (۲۰۰۴) *TOURISM PLANNING*, *Annals of Tourism Research*, Vol. ۳۱, No. ۱, pp. ۲۴-۴۳.
- Rahmafritria, F., Pearce, P. L., Oktadiana, H., & Putro, H. P. H. (۲۰۲۰). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment. *Tourism Management Perspectives*, ۳۵, ۱۰۰۷۰۳. Getz Donald (۱۹۸۶) *Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice*, *Tourism Management* Volume ۷, Issue ۱, March, Pages ۲۱-۳۲.
- Weiler.B (۲۰۰۱) *Tourism research and theories a review* *Tourism and Hospitality in the ۲۱st Century* ۸۲-۹۳.

- Jarkko Saarinen, Christian M. Rogerson & C. Michael Hall (2017) Geographies of tourism development and planning, *Tourism Geographies*, 19:3, 307-317, DOI: 10.1080/14616688.2017.1307442

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: سیاستگذاری گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی □ آزمایشگاه □ کارگاه □ سمینار ■		تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم، دیدگاهها، فرایند و روشها و فنون سیاستگذاری گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفاهیم و دیدگاههای سیاستگذاری - سیاستگذاری عمومی و اجزای آن - مراحل سیاستگذاری عمومی - الگوهای سیاستگذاری عمومی گردشگری - رویکرد ها و مدل‌های سیاستگذاری گردشگری - مسائل و مشکلات اجرای سیاستگذاری عمومی گردشگری - رویکردهای تجزیه و تحلیل سیاستها و خط مشی های گردشگری - مفاهیم و اندیشه های سیاستگذاری گردشگری - سیاستگذاری گردشگری به مثابه حق اجتماعی، نیازها و شهروندی - سیاستگذاری گردشگری در چارچوب سیاستگذاری عمومی - دولت در مقابل بازار به مثابه امر سیاستگذاری گردشگری - الگوی های سیاستگذاری توسعه پایدار گردشگری - فرایند سیاستگذاری گردشگری - ارزیابی عملکرد سیاستگذاری گردشگری - سیاستگذاری گردشگری برای مناطق، بخش ها و گروههای خاص - مشارکت و توانمند سازی جامعه محلی در سیاستگذاری گردشگری - شبکه های اجتماعی و موفقیت سیاستگذاری گردشگری - ارزیابی تجارب سیاستگذاری توسعه گردشگری در جهان و ایران - نقد و ارزیابی سیاستها توسعه گردشگری در ایران 			
<p style="text-align: right;">منابع:</p> <p>- دیوید ال. ادگل سر، ماریان دل ماسترو آلن، کینگر اسمیت، جیسون آر. سوانسون ، ۱۳۹۲، خط مشی گذاری در صنعت اکوتوریسم: دیروز، امروز، فردا، مترجم: حمید زرغام بروجنی - مرتضی بذرافشان، دفتر پژوهش های فرهنگی</p> <p>- شجاعی، منوچهر و نوری، نورالدین، ۱۳۸۶، بررسی سیاستهای دولت در صنعت اکوتوریسم و آرایه الگوی توسعه پایدار صنعت اکوتوریسم کشور، دانش مدیریت، سال ۲۰، شماره ۷۸، ۹۰-۶۳.</p> <p>- وایان دایر، ۱۳۹۴، اقتصاد و سیاستگذاری اکوتوریسم ، ترجمه محمدحسین ایمانی خوشخو و ولی الله علی زاده، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی</p>			

- ویسی، هادی، ۱۳۹۶، بررسی انتقادی سیاستگذاری اکوتوریسم در آینه اسناد و قوانین فرادستی ایران، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، شماره ۱۹، صص ۱۸۰-۱۶۰.

- اسماعیل زاده حسن، صرافی مظفر، توکلی نیا جمیله، ۱۳۹۰، تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی، مجله علوم محیطی، سال ۹، شماره ۲، صص ۱۴۲-۱۱۹.

- ستاروند احمدعلی، سیدحمزه صفوی، سیما رفسنجانی نژاد، سیدیحیی صفوی، ۱۳۹۵، سیاستگذاری اکوتوریسم در کشورهای در حال توسعه، جها دانشگاهی تهران.

- کالین مایکل هال، ۱۳۸۹، سیاستگذاری جهانگردی، ترجمه محمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

-Andy Drumm Alan Moore Andrew Soles Carol Patterson John E. Terborgh, ۲۰۰۴, Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers; Volume II: The Business of Ecotourism Development and Management, The Nature Conservancy.

-Chin Chin Wang, Carl Cater & Tiffany Low (۲۰۱۶) Political challenges in community-based ecotourism, Journal of Sustainable Tourism, ۲۴:۱۱, ۱۵۵۵-۱۵۶۸, DOI: ۱۰.۱۰۸۰/۰۹۶۶۹۵۸۲.۲۰۱۵, ۱۱۲۵۹۰۸.

-Fennell, A. David, and Dowling, Ross, K., ۲۰۰۳, Ecotourism policy and Planning, CABI Publishing.

-Kenneth F. Backman and Ian E. Munanura, ۲۰۱۷, Ecotourism in Sub-Saharan Africa, Routledge.

-Rosaleen Duffy, ۲۰۱۳, A Trip Too Far: Ecotourism, Politics and Exploitation, Routledge.

-Zeppel H., ۲۰۰۶, Indigenous Ecotourism: Sustainable Development and Management, CABI.

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری- عملی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: روشهای پژوهش پیشرفته در مطالعات گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی □ آزمایشگاه □ کارگاه ■ سمینار □		تعداد ساعت: ۴۸ ساعت:	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: تشخیص فلسفه علم گردشگری بویژه روش شناسی آن برای شناخت مسئله علمی گردشگری وارایه راحل های علمی برای حل مسایل ان،درک بنیادی وبکارگیری آگاهانه واندیشه شده انواع روش ها در مسئله علمی گردشگری و تقویت مهارت های کیفی و کمی روش شناسی برای استفاده در راحل های مسایل گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - فلسفه علم گردشگری - پارادایم های روش شناسی در علوم گردشگری - الگوهای کلی پژوهش (کمی، کیفی، آمیخته) - طراحی طرح پژوهش (نظام فرایندی پژوهش) - فرایند موضوع و عنوان شناسی در گردشگری - مساله شناسی پژوهش در مطالعات گردشگری(بیان مسئله، اهمیت و ضرورت، پیشینه، اهداف، سوالات ویژه پژوهش، فرضیه) - انواع روش شناسی و طبقه بندی آنها در گردشگری - جامعه آماری و نمونه گیری - متغیرهای مفهومی و عملیاتی پژوهش - روش های و ابزارهای گردآوری داده ها - فنون و ابزار های تحلیل داده ها در مطالعات گردشگری - روش های ارجاع دهی علمی و طبقه بندی آنها در گردشگری - معرفی پایگاه های استنادی - کاربرد نرم افزار های پژوهشی در گردشگری - اخلاق در پژوهش های گردشگری - تهیه پروپوزال پژوهشی 			
<p style="text-align: right;">منابع:</p> <p>اوپنهایم، ا. ن. طرح پرسشنامه و سنجش نگرش ها، مرضیه کریم نیا، مشهد، آستان قدس رضوی، ۱۳۹۷.</p> <p>- آنتونی جیمز ویل، روش تحقیق برای اوقات فراغت و گردشگری (راهنمای عملی)، ترجمه احمد پورا احمد - علی حسینی، دانشگاه تهران، ۱۳۹۷</p> <p>-چارلز ریگین روش تطبیقی فراسوی راهبردهای کمی و کیفی،محمد فاضلی،،آگاه۱۳۹۷</p> <p>-رفیع پور، فرامرز. کندوکاوها و پنداشته ها مقدمه ای بر روش های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۹۸</p>			

- فراست خواه، مقصود، روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی (با تاکید بر نظریه برپایه) گراند تئوری
GTM، آگاه، ۱۳۹۸
- کیوی، ریمون و لوکوان کامپنهود، «روش تحقیق در علوم اجتماعی»، ترجمه عبدالحسین نیک گهر،
تهران، فرهنگ معاصر، ۱۳۹۸.

وضعیت پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری- عملی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: تحلیل GIS پیشرفته در برنامه ریزی گردشگری
<input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سفر علمی	نوع آموزش تکمیلی علمی: دارد	تعداد ساعت: ۴۸	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص GIS در گردشگری
اهداف: آشنایی دانشجویان با تحلیل های آماری فضایی گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی می باشد که بر مبنای آن به واکاوی سریعتر سناریوها و ارائه گزینه های تصمیم گیری در حوزه گردشگری پردازند.			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در مطالعات گردشگری ۲. کلان داده ها، سیستم اطلاعات جغرافیایی و گردشگری هوشمند ۳. ویژگی های سامانه اطلاعات جغرافیایی و چگونگی بهربرداری از آن برای رسانه ها و فضاهای مجازی گردشگری ساخت و بهره برداری از پایگاه جامع اطلاعات گردشگری ۴. مدل سازی فضایی داده های گردشگری ۵. تحلیل فضایی داده های گردشگری (تحلیل های Go processing) ۶. تحلیل فضایی - آماری داده های گردشگری (خودهمبستگی مکانی، الگوهای مکانی، تحلیل های خوشه ای، تحلیل نقاط داغ و..) ۷. تحلیل فضایی گردشگری، جریان ها و مسیرهای دسترسی گردشگران به جاذبه های مقصد ها ۸. شناسایی و امکان سنجی پهنه ها برای گونه های متنوع گردشگری ۹. مکانیابی سایت های گردشگری بر مبنای متغیرهای فضایی مقصد (مدل های ارزیابی مقصد ها جهت توسعه انواع گونه های گردشگری مانند مدل های تصمیم گیری (RBF,OWA,Fuzzy,WLC) ۱۰. مقصد های گردشگری هوشمند و تحلیل های سیستم اطلاعات جغرافیایی در شناسایی الگوهای رفتار فضایی گردشگران 			
<p style="text-align: right;">منابع:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱- فرج زاده منوچهر، سیستم اطلاعات جغرافیایی و کاربرد آن در برنامه ریزی توریسم، انتشارات سمت، ۱۳۸۷. ۲- عسگری، علی، تحلیل های آمار فضایی با ArcGIS، شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری، ۱۳۹۰ ۳- اسمعیل نژاد، مرتضی و فهیمه شهرکی، کاربرد سنجش از دور و سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) در برنامه ریزی گردشگری، انتشارات ماهواره، ۱۳۹۴. ۴- Chaudhuri, Somnath, Ray, Nilanjan, ۲۰۱۸, GIS Applications in the Tourism and Hospitality Industry, Business Science Reference press. ۵- Virendra Nagarale, ۲۰۱۱, Gis Approach for Tourism Development, LAP LAMBERT Academic Publishing ۶- Katsoni, Vicky, Segarra-Oña, Marival, ۲۰۱۸, Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability, Fifth International Conference IACuDiT, Athens ۲۰۱۸ 			

- ۷- Sultan Sevinç KURT, The Role and Importance of Tourism Information System in Urban Tourism Planning, book chapter, ۲۰۱۶.
- ۸- Verka Jovanović, ۲۰۱۱, The Application of GIS and its component in Tourism, Yugoslav Journal of Operations Research ۱۸(۲):۲۶۱-۲۷۲
- ۹- Zhang, G., Lu, J. and Gao, Y. (۲۰۱۵); Multi – level decision making: models, methods and applications, Springer.
- ۱۰- Mansir Aminu , A Geographic Information System for Sustainable Tourism Planning: An integrated approach, ۲۰۰۹.

عنوان درس: مدلها تصمیم گیری و آینده پژوهی در برنامه ریزی گردشگری	تعداد واحد: ۲	نوع واحد: نظری- عملی	دروس پیش نیاز: ندارد
استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری	تعداد ساعت: ۴۸ ساعت:	آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی □ آزمایشگاه □ کارگاه ■ سمینار □	
اهداف: شناخت و کاربرد انواع روش ها و فنون تصمیم گیری و آینده پژوهی در برنامه ریزی گردشگری			
سرفصل ها:			
<ul style="list-style-type: none"> - تبیین مفهوم تصمیم گیری و کاربرد آن در برنامه ریزی گردشگری - طبقه بندی و تشریح روش ها و مدل های تصمیم گیری - تبیین فرآیند شاخص سازی در مسئله تصمیم گیری - روش های استانداردسازی در فرآیند تصمیم گیری - روش های وزن دهی شاخص ها(روش های رتبه بندی، درجه بندی، آنترپی، AHP، ANP) - روش مجموع ساده وزنی SAW - تکنیک رتبه بندی بر اساس تشابه به راه حل ایده آل TOPSIS - روش فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP - روش توافق جمعی و با داشتن معیار متضاد VIKOR - روش سازماندهی به رتبه بندی ترجیحی جهت ارزیابی بهتر PROMETHEE - روش آزمون و ارزیابی DEMATEL - روش کوپراس COPRAS - روش ها و فنون تصمیم گیری چندشاخصه مبتنی بر منطق فازی (TOPSIS-FUZZY، FVIKOR و (FPROMETHEE - پیش فرض ها و رویکردهای آینده پژوهشی در برنامه ریزی گردشگری 			

- روش های آینده پژوهی (روش های دیده بانی آینده، دلفی، واکاوی روندها، واکاوی پیشرانها، سناریو پردازی، چشم انداز سازی، نقشه راه، پس نگری، مدل سازی، شبیه سازی، ترکیبی از روش های بالا)
- کاربرد نرم افزارهای میک مک MIC-MAC و سناریو ویزارد در برنامه ریزی گردشگری

منابع:

- پورطاهری، مهدی (۱۳۹۴)؛ کاربرد روشهای تصمیم گیری چندشاخصه در جغرافیا؛ انتشارات سمت
- حاجی نژاد، علی، فتاحی، احدالله، پایدار، ابوذر (۱۳۹۵)؛ کاربرد مدلها و فنون تصمیم گیری در جغرافیا با تأکید بر برنامه ریزی روستایی، شهری و گردشگری، انتشارات جهاد دانشگاهی.
- باجیو، رودلف و کلابس، جان (۱۳۹۳)؛ کاربرد روش های کمی در صنعت گردشگری، مترجم: رضا مختاری ملک آبادی، جهاد دانشگاهی اصفهان.
- علی عبدالله زاده، میرنجف موسوی، مهدی احمدیان، افشار کبیری (۱۳۹۲)؛ روشهای تصمیم گیری چند شاخصه در برنامه ریزی گردشگری؛ نشر کتاب آراد.
- کرامت الله زیاری، کبری سرخ کمال (۱۳۹۵)، تکنیک های برنامه ریزی گردشگری؛ انتشارات دانشگاه تهران.
- کرامت الله زیاری، طاها ربانی (۱۳۹۷)؛ آینده پژوهی: پارادایمی نوین در برنامه ریزی با تأکید بر برنامه ریزی شهری و منطقه ای (مبانی، مفاهیم، رویکردها و روش؛ انتشارات دانشگاه تهران.
- Kahraman, Cengiz (۲۰۰۸); Fuzzy Multi-Criteria Decision Making: Theory and Applications with Recent Developments; Springer.
- Zhang, G., Lu, J. and Gao, Y. (۲۰۱۵); Multi – level decision making: models, methods and applications, Springer.

پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: ارزیابی و مدیریت اثرات توسعه گردشگری
<input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سفر علمی	آموزش تکمیلی عملی:	تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی دانشجویان با مبانی و فرایند ارزیابی اثرات توسعه گردشگری و مدیریت اثرات و زمینه های کاربرد آن			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. درآمدی بر زمینه های پیداش و پیشینه اثرات (محیط زیست، اجتماعی و اقتصادی) توسعه گردشگری ۲. مفاهیم و تعاریف پایه (اثرات و نتایج توسعه گردشگری، ارزیابی اثرات، مدیریت، کنترل و پایش اثرات) ۳. رهیافت های مدیریت و ارزیابی اثرات گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ رهیافت کلاسیک ارزیابی اثرات گردشگری (محیط زیستی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی) ▪ رهیافت جایگزین ارزیابی اثرات گردشگری (ارزیابی پایداری گردشگری و ارزیابی اثرات توسعه پایدار گردشگری) ▪ رهیافت ارزیابی چرخه حیات (محیطی، اجتماعی و اقتصادی) ▪ رهیافت ظرفیت برد مقصد ۴. تبیین و طبقه بندی اثرات گردشگری در چارچوب رهیافت کلاسیک <ul style="list-style-type: none"> ▪ اثرات محیط زیستی ▪ اثرات اجتماعی ▪ اثرات اقتصادی ۵. تبیین مفهومی - نظری اثرات گردشگری در چارچوب رهیافت توسعه پایدار <ul style="list-style-type: none"> ▪ مفاهیم و تعاریف توسعه پایدار گردشگری ▪ اهداف، اصول توسعه پایدار گردشگری ▪ دیدگاهها / رهیافت های توسعه پایدار گردشگری ▪ ابعاد اثرات توسعه پایدار گردشگری (محیط زیستی، اجتماعی و اقتصادی) ۶. توسعه و کاربرد هرم اطلاعات برای ارزیابی اثرات توسعه پایدار گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ تعریف اجزای هرم اطلاعات ارزیابی توسعه پایدار ▪ تعریف اجزای نظام سلسله مراتب ارزیابی توسعه پایدار ▪ معیار های شاخص های خوب برای ارزیابی توسعه پایدار ۷. انواع شاخصهای توسعه پایدار گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ شاخص های توسعه پایدار محیط زیستی ▪ شاخص های توسعه پایدار اجتماعی ▪ شاخص های توسعه پایدار اقتصادی ۸. رهیافتهای و چارچوبهای سازماندهی شاخص های توسعه پایدار گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ رهیافت انتخاب شاخص 			

- رهیافت توسعه شاخص های توسعه پایدار گردشگری
- انواع چارچوبهای سازماندهی شاخصهای توسعه پایدار گردشگری
- ۹. روش شناسی، ابزارها و مدل‌های ارزیابی اثرات توسعه گردشگری
- رهیافت های روش شناسی برای ارزیابی اثرات توسعه گردشگری
- ابزارها و شاخص های مرسوم (شاخص رنجش داکسی، چرخه حیات باتلر و...)
- ابزارها و مدل‌های توسعه پایدار گردشگری (بارومتر پایداری، مدل رفاه اکوسیستم، ایندکس عملکرد پایدار، ردپای اکولوژیک، تکنیک ظرفیت برد محیط، ابزار های یکپارچه و...)
- ۱۰. مروری بر پیشینه شاخصهای ارزیابی توسعه پایدار گردشگری
- پیشینه، مستندات و رویه های بین المللی و تجارب سایر کشورها
- پیشینه شاخصهای ارزیابی توسعه پایدار گردشگری در ایران
- ۱۱. مدیریت و کنترل اثرات توسعه گردشگری در مقصد
- رهیافت های مدیریت کنترل و پایش اثرات توسعه گردشگری
- سیستم ها و ابزار های مدیریت کنترل و پایش اثرات توسعه گردشگری
- راهبردهای مدیریت و کنترل توسعه مقصد

منابع

- اداره محیط و میراث دولت استرالیا (۱۳۹۳)؛ گام هایی به سوی گردشگری پایدار: برنامه ریزی آینده ی پایدار برای گردشگری، میراث و محیط؛ ترجمه ابتهاج زندی، جامعه شناسان.
- اکبریان رو نیزی و رضوی، محمد رضا (۱۳۹۵) توسعه پایدار گردشگری، از مفهوم تا عمل، انتشارات دانشگاه شیراز.
- ساکس، جفری (۱۳۹۵)، عصر توسعه پایدار، ترجمه: شهره و کیلیان، زینب مرتضوی فر، علی نصیری اقدم، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۵.
- صرافی، مظفر و دیگران (۱۳۹۲) جواد اطاعت، مبانی توسعه پایدار در ایران، نشر علم
- ضیایی، محمود؛ عزیزی، عذرا (۱۳۹۳)، راهنمای تدوین و کاربرد شاخصهای ارزیابی توسعه پایدار گردشگری، نشر علوم اجتماعی
- مهدوی، داوود؛ افتخاری، عبدالرضا رکن الدین و سجاسی قیداری، حمدالله (۱۳۹۷)؛ بنیان های نظری توسعه پایدار گردشگری، سمت.
- ابراهیمی، فرحناز (۱۳۹۳)، گردشگری و تنوع زیستی: دستیابی به اهداف مشترک برای رسیدن به پایداری؛ جهاد دانشگاهی.
- حجازی، رخشاد و حاجی قربانی دولابی، زهرا (۱۳۹۵) راهنمای تخمین ردپای بوم شناختی، توسعه ایران.
- آقاجانی، فهیمه (۱۳۹۴)؛ توسعه پایدار: مفاهیم، شاخص ها، مدل ها. ترمه.

- da Silva, Jorge Tavares & Zélia Breda, Fabio Carbone(2020)Role and Impact of Tourism in Peacebuilding and Conflict Transformation (Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry); IGI Global.
- Dupeyras Alain & MacCallum (2013); Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism; OECD, Tourism Paper 2/2013
- Espejo,Roman (2008);What Is the Impact of Tourism? (At Issue); Greenhaven Press.
- European Union)2013(; European Tourism Indicator System, Toolkit.
- Fennell, David A & Chris Cooper(2020); Sustainable Tourism: Principles, Contexts and Practices; Channel View Publications .
- Hak, Tomas; Moldan, Bedrich & Dahl, Arthur Lyon(2009); Sustainability Indicators, A Scientific Assessment; Island Press
- Hall, C.Michael & Weaver David(2009); Sustainable Tourism Futures; Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations; Routledge; UK .
- Hall,C. Michael & Alan A. Lew(2009); Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility); Routledge
- Hughes Michael & Weaver David (2013); The Practice of Sustainable Tourism (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility); ; Routledge; UK .
- Klimek, Katarzyna(2013); Destination Management and Sustainable Tourism Development: A Cross-Country Analysis Paperback; LAP LAMBERT Academic Publishing .
- Liburd Janne & Edwards Deborah(2010); Understanding the Sustainable Development of Tourism; Goodfellow Publishers.George ,
- Liburd, Janne(2018); Collaboration for Sustainable Tourism Development; Goodfellow Publishers Limited.
- Mason, Peter (2010);Tourism Impacts, Planning and Management 3rd Edition, Routledge
- McCool, Stephen & Bosak Keith(2016); Reframing Sustainable Tourism; Springer
- Miller Graham & Twing-Ward, Louise(2000); Monitoring for a Sustainable Tourism Transition The Challenge of Developing and Using Indicators; CABI; UK.
- Page,Stephen J. (2019); Tourism Management ; Routledge.
- Romão, João (2019);Tourism, Territory and Sustainable Development: Theoretical Foundations and Empirical Applications in Japan and Europe (New Frontiers in Regional Science: Asian Perspectives); Springer.
- Sharma, Anukrati & Azizul Hassan (2021); Overtourism as Destination Risk: Impacts and Solutions (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations); Emerald Publishing Limited
- Sharma, Ravi & Prakash Rao (2018); Environmental Impacts of Tourism in Developing Nations (Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry); IGI Global.
- Sharpley, Richard (2009);Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? Earthscan
- United Nation(2009); Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies; Third Edition. UN, New York.
- United Nations (2009); Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies, Third Edition.
- Weaver, David(2006); Sustainable Tourism: Theory and Practice; Elsevier
- World Tourism Organization(2013); Sustainable Tourism for Development Guidebook; UNWTO; Madrid

- WTO (2004); Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook
 - Xie, Philip Feifan & Gu, Kai (2018); The Morphology of Tourism: Planning for Impact in Tourist Destinations (New Directions in Tourism Analysis) 1st Edition, Kindle Edition
-

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: مدیریت بحران در گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی □ آزمایشگاه □ کارگاه ■ سمینار □		تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مبانی مدیریت بحران، ریسک ها و مخاطرات احتمالی و راهکارهای مدیریتی و توسعه ای در حوزه گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مفاهیم و دیدگاههای مربوط به مخاطرات، ریسک، سوانح و بحران - انواع و دامنه مخاطرات طبیعی در گردشگری (سیل، زلزله، فرونشست زمین، بهمن، برف سنگین، تگرگ، آتش سوزی طبیعی و ...) - انواع و دامنه مخاطرات انسانی در گردشگری (تروریست، نا امنی و دزدی و ...) - رویکردها، دیدگاه ها و مدل‌های مدیریت بحران در گردشگری - تحلیل خطر و ریسک پذیری مقصدهای گردشگری - مدیریت ریسک و بحران در گردشگری (پیش، حین و پس از بحران) - روش های ارزیابی ریسک گردشگری - شناسایی نقاط حادثه خیز و بحرانی گردشگری - آمادگی مقصدها برای مدیریت بحران ها - پیشگیری از بحران ها در گردشگری و کاهش بلايا - نظام بیمه ای در مدیریت خسارات ناشی از رخداد خطر در گردشگری - تاب آوری مقصدهای گردشگری در برابر بحران ها - ارزیابی ادراک گردشگران از مخاطرات مقصد - وظایف مدیریت بحران در گردشگری - نظام اداری متولی مدیریت بحران در گردشگری - راهبردهای ارتقای امنیت مقاصد گردشگری - راهبردهای ارتقای آمادگی و پاسخگویی گردشگر - 			
<p style="text-align: right;">منابع:</p> <ul style="list-style-type: none"> - گانسچاک، جک (۱۳۸۳)، مدیریت بحران، تهران: نشر ترمه. - جان هندرسن (۱۳۹۳)؛ مدیریت بحران در صنعت گردشگری علت‌ها و پیامدها؛ مترجم: محمدرضا گوهری، ناشر: مهکامه - امیرعباس نجفی پور، مجید حیدری، محمدحسین فروزانفر (۱۳۹۸)؛ مدیریت بحران در صنعت گردشگری؛ ناشر: ندای کارآفرین 			

- برنت دلبلیو ریچی (۱۳۹۵)؛ مدیریت بحران و بلایا در گردشگری؛ مترجمین: سید علی بدری، نرگیس وزین، مهدی رمضانزاده، انتشارات نورعلم

- Christof Pforr, Peter Hosie (۲۰۰۹); Crisis Management in the Tourism Industry: Beating the Odds? Publisher: Ashgate.
- Eric Laws, Bruce Prideaux, K. S. Chon (۲۰۰۷); Crisis Management in Tourism; Publisher: CABI.

جدول دروس تخصصی جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری گرایش برنامه ریزی مقصد

عنوان درس: برنامه ریزی و مدیریت مقصد	تعداد واحد: ۲	نوع واحد: تخصصی	پیش نیاز: ندارد
استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری	تعداد ساعت: ۳۲	آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ سفر علمی ■ آزمایشگاه □ کارگاه □ سمینار ■	ندارد □
اهداف: آشنایی دانشجویان با مفاهیم بنیانی، فرایند و اجزای راهبردی - عملیاتی برنامه ریزی و مدیریت توسعه مقصد های گردشگری			
سرفصل ها:			
<p>۱. شرح مفاهیم برنامه ریزی و مدیریت مقصد</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ سیستم گردشگری مقصد ▪ مدیریت مقصد ▪ برنامه ریزی مقصد <p>۲. مصرف مکان و کارکرد های مقصد گردشگری</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ قلمرو مصرف مکان در فرایند توسعه مقصد ▪ کارکرد های سیاسی ▪ کارکرد های اجتماعی و فرهنگی ▪ کارکردهای اقتصادی ▪ کارکردهای علمی و پژوهشی <p>۳. موضوعات کلیدی سیستم گردشگری مقصد</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ کاربری اراضی و ظرفیت برد ▪ جاذبه ها و محصولات گردشگری ▪ زیر ساختهای کلیدی و سیستم حمل و نقل گردشگری ▪ تسهیلات، فعالیتهای جانبی و تکمیلی (اقامت، خرید، پذیرایی و..) ▪ عرضه کنندگان خدمات ▪ کیفیت زندگی جامعه محلی/ میزبان <p>۴- بازاریابی مقصد</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ تقاضا، بخش بندی و بازاریابی آمیخته گردشگری ▪ تحلیل بازار مکان گردشگری ▪ استراتژی های نفوذ در بازار و ترفیع گردشگری <p>۵- برند سازی مکان</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ویژگیها و داراییهای برند مکان ▪ تصویر سازی مکان 			

- نام و نشان تجاری مکان
- ۶. سیستم نهادی مدیریت مقصد
 - سازمان مدیریت مقصد (DMO)
 - واحد برنامه ریزی مقصد (DMP)
 - حکمروایی مقصد
 - توسعه ظرفیت نهادی مقصد
- ۷. رویکرد های برنامه ریزی مقصد
- ۸. فرایند برنامه ریزی و مدیریت توسعه مقصد گردشگری
 - معیارهای برنامه ریزی توسعه پایدار مقصد
 - فرایند برنامه ریزی و سازماندهی ذینفعان
 - شناخت و تحلیل وضعیت
 - تدوین برنامه توسعه فضایی مقصد
 - مدیریت کیفیت و کنترل توسعه مقصد
- ۹. بررسی تطبیقی تجارب جهانی و ملی برنامه ریزی مقصد گردشگری
 - مروری بر تجارب شاخص برنامه ریزی مقصد در مقیاس بین المللی
 - مروری بر تجارب شاخص برنامه ریزی مقصد در مقیاس ملی - سرزمینی

منابع

- ادوارد، اینسکیپ (۱۳۹۲)؛ برنامه ریزی گردشگری: رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه ریزی و توسعه گردشگری؛ مترجمین: محمود حسن پور - سعید داغستانی، چاپ دوم، مهکامه.
- ایمانی خوشخو، محمد حسین و سعید داغستانی (۱۳۹۵)؛ برنامه ریزی توسعه گردشگری، رویکرد راهبردی، جهاد دانشگاهی.
- بیکر، بیل (۱۳۹۳)؛ برند سازی مقصد گردشگری: ضروریاتی برای موفقیت در برند سازی مکان؛ مترجمین: علی صمیمی، ساسان قاسمی، دنیای اقتصاد
- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷)؛ مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری؛ سمت
- زیاری کرامت اله و دیگران (۱۳۹۵)؛ تکنیکهای برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تهران
- ضیایی، محمود و مژگان تراب احمدی (۱۳۹۲)؛ شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی، چاپ سوم، نشر علوم اجتماعی
- کمان رودی، موسی؛ سیمین تولایی و مجتبی جاودان (۱۳۹۹)؛ مدیریت مصرف مکان در گردشگری، انتشارات دانشگاه خوارزمی.
- کلاب، بوتینا (۱۳۹۰)؛ بازاریابی گردشگری برای شهرها: با تاکید بر برندگذاری و رویدادهای ویژه برای جذب گردشگران، مترجمین: سالار کهزادی، پگاه ایزدی و علی موحد، اذرخش

- Aitchison, Cara & Nicola E Macleod(2001); Leisure and Tourism Landscapes: Social and Cultural Geographies ; Routledge
- Barber, Brian & Bulent I. Kastarlak(2011); Fundamentals of Planning and Developing Tourism; Pearson.
- Chon, Kaye Sung & Walter Jamieson(2006); Community Destination Management in Developing Economies; Routledge.
- David Carr, David(2011); Implication for Tourism Planning and Destination Management; Discovery Publishing Pvt.Ltd
- Edgell David L. et al (2018)Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and TomorrowRoutledge; 3rd edition.
- Gunn, Clare & Var,Turgut (2020):Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases 4th Edition, Routledge.
- J R Brent Ritchie, J.R & G. I. Crouch(2008); The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective; CABI.
- Mason,Peter (2018)Tourism Impacts, Planning and Management 3rd Edition, Routledge
- Saarinen Jarkko et al(2018):Tourism Planning and Development: Contemporary Cases and Emerging Issues 1st EditionRoutledge
- Schaumann, Pat(2004)The Guide to Successful Destination Management ; Wiley
- Zsarnoczky, Martin (2019);The Challenges of Modern Tourism Planning; MatraLab Ngo; PublishDrive edition

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: برنامه ریزی و توسعه محصول گردشگری The Planning and Development of the Tourism Product
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی ■ آزمایشگاه □ کارگاه □ سمینار ■		تعداد ساعت: ۳۲ ساعت:	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم، دیدگاهها، رویکرد و فرایند برنامه ریزی و توسعه محصول گردشگری			
<p style="text-align: center;">سرفصل ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تعریف مفاهیم و اصطلاحات : محصول گردشگری، توسعه محصول گردشگری، سطوح محصول، محصول گردشگری پایدار، کیفیت محصول - عناصر تشکیل دهنده محصول گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ جاذبه ▪ زیرساخت و حمل و نقل ▪ اقامت، پذیرایی و سایر تسهیلات ▪ فروش و توزیع ▪ فعالیت های جانبی - رویکردهای برنامه ریزی توسعه محصول - چارچوب برنامه ریزی و توسعه محصول گردشگری - فرایند توسعه محصول گردشگری - راهبردهای برنامه ریزی و توسعه محصول - راهبردهای توسعه، متنوع سازی و بازاریابی محصول گردشگری - اصول و اقدامات توسعه و بهبود محصولات گردشگری موجود و یا جدید - زنجیره تامین و ارزش محصول گردشگری - واکنش گردشگران به محصول گردشگری (واکنش تجربی، واکنش احساسی، واکنش فیزیکی) - تحلیل رفتار و ارتقاء تجربه گردشگر - چرخه عمر محصول گردشگری - نوآوری و اصالت در انواع محصولات گردشگری در حال توسعه - مدیریت و برنامه ریزی عرضه محصول توسط تورگردان ها و آژانس های خدمات مسافرتی - جمع بندی و مقایسه تطبیقی برنامه ریزی و توسعه محصول گردشگری در ایران 			
منابع:			

- توسعه محصول گردشگری، ۱۳۹۳، ابوالفضل تاج زاده (مترجم)، وحید مرزی (مترجم)، ناشر سیمای دانش، آذر.
- ادوارد اینسکیپ، محمود حسن پور، ۱۳۹۸، برنامه ریزی گردشگری: رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه ریزی و توسعه گردشگری، مهکامه
- شالبافیان، علی اصغر، عبدلی، مریم، خزائی، فاطمه، ۱۳۹۷، گردشگری موضوعی: استراتژی توسعه محصول در مقاصد گردشگری نوظهور نمونه مورد مطالعه: استان سمنان، سومین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان.

-UNWTO, ۲۰۱۱, Handbook on Tourism Product Development.

- Luo, Yuhua, Jiang, Jinbo, Bi, Doudou (Eds.), ۲۰۲۰, Tourism Product Development in China, Asian and European Countries, Springer.

- Hasan Ahmed Bhuiyan, ۲۰۱۰, PRODUCT DEVELOPMENT PLAN FOR TRAVEL AGENCY Case: Moon Travel, International Business International Management.

-Camilleri, M.A. (۲۰۱۸), The Planning and Development of the Tourism Product, Camilleri, M.A. (Ed.) Tourism Planning and Destination Marketing, Emerald Publishing Limited, pp. ۱-۲۳.

-Varvara Kozhevnikova, ۲۰۱۶, New Tourism Product Development Case: “Guided Tour to Savonlinna for Saimia International Students”, Saimaa University of Applied Sciences.

-COMCEC COORDINATION OFFICE, ۲۰۱۳, Tourism Product Development And Marketing Strategies In the COMCEC Member Countries.

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: بازاریابی گردشگری
<input type="checkbox"/> ندارد ■ <input type="checkbox"/> سمینار ■	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> سفر <input type="checkbox"/> علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲ ساعت	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم و رویکردهای بازاریابی گردشگری، اصول و راهبردها و عوامل موثر بر توسعه آن.			
سرفصل ها:			
<ul style="list-style-type: none"> - واکاوی جایگاه و قلمرو بازاریابی در سیستم گردشگری - جایگاه و نقش بازاریابی در زنجیره ارزش و زنجیره تامین گردشگری - تعریف تقاضا و بازاریابی گردشگری - فرایند برنامه ریزی و توسعه بازاریابی گردشگری - عوامل و عناصر موثر بر تقاضای گردشگری مقصد (عوامل جمعیت شناختی، روان شناختی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، کالبدی- فضایی، مدیریتی و ...) - سطوح مختلف تقاضا در مقصدهای گردشگری - تحلیل جریان های مکانی- فضایی موثر بر بازاریابی مقصد گردشگری - بهینه کاوی عوامل موثر بر بازاریابی گردشگری: <ul style="list-style-type: none"> - دولت و بخش خصوصی - عوامل سیاسی و امنیتی - عوامل انگیزشی - جریان سرمایه و خدمات - جریان دانش و اطلاعات - جریان فضایی حرکت گردشگران - رقابت و وضعیت رقبا - نیروی انسانی و کارآفرینان - قیمت و هزینه های گردشگری - اجتماعات محلی - بسته های سفر و گردشگری - آمیخته بازاریابی گردشگری - انواع بازاریابی در گردشگری: <ul style="list-style-type: none"> - بازاریابی محتوا - بازاریابی هدفمند - بازاریابی دیجیتال - بازاریابی اجتماعی - بازاریابی جغرافیایی یا ژئومارکتینگ 			

- اصول و ضوابط بازاریابی در گردشگری:

- اصول و استانداردهای بازاریابی در مقصدهای گردشگری
- اصول و استانداردهای بازاریابی در مقصدهای بوم گردی
- اصول و استانداردهای بازاریابی در مقصدهای گردشگری نوپا و جوان
- اصول و استانداردهای بازاریابی در مناطق محروم
- اصول و استانداردهای بازاریابی در مناطق با اقتصاد پویا و زیرساختهای قوی
- روش ها و تکنیکهای گونه شناسی و بخش بندی بازار و بازاریابی در مقصدهای گردشگری
- رقابت پذیری و استراتژی های بازاریابی گردشگری
- نقش و جایگاه برند و برندسازی در بازاریابی گردشگری
- تجارب و نمونه های موفق بازاریابی گردشگری در سطح جهان و ایران

منابع:

- کیم دبلیو چان، مابورنیا، رنه (۱۳۹۵)، استراتژی اقیانوس آبی، ترجمه علیرضا پورممتاز؛ نشر آریانا
- کاتلر، فیلیپ؛ ستیاوان، ایوان؛ کارتاچایا، هرماوان، (۱۳۹۷)، نسل چهارم بازاریابی، ترجمه حمیدرضا ایرانی و مصطفی اسماعیلی مهبیاری، نشر آریانا
- **حاجی امینی، مصطفی و محمدعلی پور، رسول (۱۳۹۳)، بازاریابی الکترونیک در صنعت گردشگری: از مفاهیم تا کاربردها؛ دفتر پژوهش های فرهنگی**
- سولومون، مایکل و توتن تریسی، (۱۳۹۷)؛ بازاریابی در شبکه های اجتماعی، ترجمه کامبیز حیدر زاده و علی مریخ نژاد اصل؛ نشر علم
- کارولین، وینتر (۱۳۹۵)؛ برند در بازاریابی گردشگری؛ ترجمه محمود رحمانی و تهمینه دانیالی؛ نشر مهکامه
- ضیالالدین، محمد مهدی (۱۳۹۵)، بازاریابی گردشگری با رویکردی کاربردی، انتشارات مهکامه
- Pike, Steven, (۲۰۲۰), Destination Marketing; essential. Published October ۱۹, ۲۰۲۰ by Routledge
- Pike, Steven . (۲۰۱۸). Tourism Marketing for Small Businesses. Goodfellow Publishers Ltd
- Kavoura, Androniki, Kefallonitis, Efstathios, Theodoridis, Prokopios. (۲۰۲۰). Strategic Innovative Marketing and Tourism. Springer Proceedings in Business and Economics
- Nilanjan Ray & Dilip Kumar Das & Raj Kumar (۲۰۱۸), Tourism Marketing: A Strategic Approach; Published by Apple Academic Press
- Kamarpukur. (۲۰۱۷). Role of marketing mix (۷ps) on development of rural tourism: evidence from west bengal india
- Kotler, Philip & Bowen, John & Makens, James. (۲۰۱۶), Marketing For Hospitality And Tourism; Pearson Education

پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: برندسازی و مدیریت تصویر مقصد گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی ■ آزمایشگاه □ کارگاه □ سمینار ■		تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم بنیانی، فرایند و اجزای راهبردی - عملیاتی برنامه ریزی برندسازی و مدیریت تصویر مقصد گردشگری			
<p style="text-align: center;">سرفصل ها:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. جایگاه برند و برندسازی در توسعه مقصد گردشگری ۲. سابقه و تعاریف مرتبط با مفهوم برند (برند، هویت برند، شخصیت برند، تصویر و ارزش ویژه برند و برندسازی) ۳. گونه شناسی انواع برند (برند مکان، برند محصول و خدمات، برند سازمانی، برند شرکت مادر و ...) ۴. رویکردهای توسعه برند گردشگری ۵. عوامل موفقیت و مدیریت برند ۶. فرآیند برند سازی و توسعه برند مقصد گردشگری <ul style="list-style-type: none"> - برنامه ریزی و مدیریت برند گردشگری - شناسایی محتوی و دارایی برند مقصد گردشگری - معماری و توسعه برند گردشگری - استراتژی ها و ابزارهای بازاریابی برند محصول، خدمات و مقصد گردشگری ۷. مدیریت تصویر مقصد گردشگری <ul style="list-style-type: none"> - تصویر مقصد و برند آن - تصویر عینی و ذهنی مقصد - تصویر ذهنی و رفتار گردشگر - تصویر مقصد و انتخاب آن - تصویر مقصد و تجربه گردشگری - عوامل مخدوش کننده تصویر مقصد ۸. عوامل موثر در تصویر ذهنی و بهبود تصویر مقصد ۹. ارزیابی کیفیت تجربه (رضایت مندی و وفاداری) برند و تصویر ذهنی گردشگران در مقصد های گردشگری ایران ۱۰. چالشها، فرصتها و تجارب توسعه برند محصول، خدمات و مقصد گردشگری در جهان و ایران <p style="text-align: right;">منابع</p>			

- زنگی آبادی، علی و سید رضا آزاده، (۱۳۹۹) برند گردشگری و بازاریابی برند مقصد، انتشارات دانشگاه اصفهان
- کارولین، وینتر (۱۳۹۵)؛ برند در بازاریابی گردشگری؛ ترجمه محمود رحمانی و تهمنه دانیالی؛ نشر مهکامه
- اخلاصی، امیر (۱۳۹۳). برندسازی برای مکان، مراکز خرید و مقاصد گردشگری، ایبانه، تهران،
- اخلاصی، امیر (۱۳۹۱). اصول برندسازی با رویکرد ارتباطات یکپارچه بازاریابی، ایبانه، تهران،
- صنایعی، علی و حمدرضا مولائی (پاییز ۱۳۹۳). برندسازی در مقاصد گردشگری، نامه پارسی، پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)، شیراز،

- Anholt, S. (۲۰۰۹). Handbook on tourism destinations branding. World Tourism Organization (WTO).
- Beerli, A; D. & Martin, J. (۲۰۰۴). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, ۲۵, ۶۲۳-۶۳۶.
- Datzira-Masip, J., & Poluzzi, A. (۲۰۱۴). Brand architecture management: The case of four tourist destinations in Catalonia. *Journal of Destination*
- Gallarza, M.G., Saura, I.G. and Garcia, C.H. (۲۰۰۲). Destination image: Towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, ۲۹(۱): ۵۶-۷۸.
- Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (۲۰۱۵). A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain
- Jesus, J, Mason, P. (۲۰۱۳). Visitor Perception of Destination Image: A Case Study of Palestine Tourism, Unpublished Master's thesis in tourism and travel management, London: Metropolitan University
- Lee, Ch.K.; Lee, Y.K.; Lee, B. (۲۰۰۵). Korea's Destination Image Formed by The ۲۰۰۲ World Cup. *Annals of Tourism Research*, Vol. ۳۲, No. ۴, ۸۳۹-۸۵۸
- Liu, C. H. S., & Chou, S. F. (۲۰۱۶). Tourism strategy development and facilitation of integrative processes among brand equity, marketing and motivation. *Tourism Management*, ۵۴, ۲۹۸-۳۰۸.
- Lončarić, B. (۲۰۱۴, January). Branding Cities as Tourist Destinations: the Case of Slavonski Brod, Croatia. In *Bienalni međunarodni kongres Turizam i hotelska industrija* (۲۲; ۲۰۱۴).
- Manheim, J.R. and Albritton, R.B. (۱۹۸۴). Changing national images: international public relation and media agenda setting, *American Political Science Review*, ۷۸(۳): ۶۴۱-۶۵۷.
- Mindrut, S., Manolica, A., & Roman, C. T. (۲۰۱۵). Building Brands Identity. *Procedia Economics and Finance*, ۲۰, ۳۹۳-۴۰۳.
- Rehan, R. M. (۲۰۱۴). Urban branding as an effective sustainability tool in urban development. *HBRC Journal*, ۱۰(۲), ۲۲۲-۲۳۰.

- Schwaighofer, R.(۲۰۱۳).Tourists Destinations Images and Local Culture: Using the Example of the United Arab Emirates, Springer Gabber.
- Sevin, H. E. (۲۰۱۴). Understanding cities through city brands: City branding as a social and semantic network. *Cities*, ۳۸, ۴۷-۵۶.
- Stepchenkova, S & Li, X. (۲۰۱۴). Destination image: Do top-of-mind associations say it all?. *Annals of Tourism Research* .۴۵ .۴۶-۶۲ ۴۷
- Tataroğlu, N., Karataş, A., & Erboy, N. (۲۰۱۵). An Evaluation on the Process of Being a Brand City of Muğla. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, ۲۱۰, ۱۱۴-۱۲۵.
- Theodhoria, O., & Qiricib, E. (۲۰۱۴). The Impact of Destination Branding to Tourists Behavior Albania in Focus. In ۱ st Scientific Papers International Conference on Knowledge Society–February ۲۱-۲۲, ۲۰۱۴ (p. ۱۷۵).

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری- عملی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: مکان یابی زیرساختها و تسهیلات گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/> سفر <input checked="" type="checkbox"/> علمی <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input checked="" type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: تخصص با	تعداد ساعت: ۳۲
اهداف: آشنایی با مفاهیم ، رویکردها و روش های مکان یابی زیرساختها و تسهیلات گردشگری در مقیاس های مختلف فضایی			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <p>قلمرو و چارچوب مفهوم «زیرساخت و تسهیلات» در یک مقصد گردشگری</p> <p>تعاریف مکان گزینی، مکان یابی، اولویت بندی، سطح بندی و امکان سنجی در گردشگری واکاوی جایگاه و قلمرو مکان یابی زیرساختهای مقصد در رویکردها و نظریه های گردشگری:</p> <ul style="list-style-type: none"> - جایگاه مکان یابی زیرساختها در نظریه چرخه حیات گردشگری - جایگاه مکان یابی زیرساختها در مدل تکامل فضایی مقصدهای گردشگری - قلمرو حوزه مکان یابی زیرساختها در الگوها و مدل سفر در مقصدهای گردشگری - مکان یابی زیرساختها در مدل فضایی گردشگری مقصد - مکان یابی زیرساختها در مدل رفتار فضایی گردشگر <p>تقسیم بندی مکان یابی زیرساختها در مقیاس های جغرافیایی (مقیاس سایت، محلی، منطقه ای و ملی)</p> <p>اهداف و رویکردهای مکان یابی زیرساخت و تسهیلات گردشگری مقصد:</p> <ul style="list-style-type: none"> - مکان یابی با رویکرد امنیت گردشگری و دفاع غیرعامل - مکان یابی با رویکرد زیست محیطی و ظرفیت برد یا پایداری زیرساختهای گردشگری - مکان یابی با رویکرد اقتصادی (هزینه کمینه و سود بیشینه) - مکان یابی با رویکرد فضایی <p>فرایند برنامه ریزی و مکانیابی زیرساخت و تسهیلات گردشگری</p> <p>مبانی و اصول برنامه ریزی مکان یابی زیرساختها و خدمات گردشگری</p> <p>شناسایی و طبقه بندی معیارها و شاخص های مکان یابی زیرساخت و تسهیلات گردشگری:</p> <ul style="list-style-type: none"> زیست محیطی اجتماعی- فرهنگی اقتصادی کالبدی- زیرساختی مدیریتی <p>روش ها و تکنیکهای ریاضی و تصمیم گیری چند معیاره در مکان یابی زیرساختها و تسهیلات گردشگری:</p> <p>روش ها و تکنیکهای تحلیل فضایی (GIS و RS)</p> <p>تحلیل الگوی توزیع فضایی زیرساختها و تسهیلات گردشگری</p>			

پهنه بندی، سطح بندی و انتخاب سایت یا مقر مناسب
تعریف خوشه ها، محورها و مسیرهای گردشگری
نقش فناوری های هوشمند در مکان گزینی زیرساختهای گردشگری
- الزامات، استانداردها و ضوابط توسعه زیرساختها و تسهیلات گردشگری (حمل و نقل، اقامت، مجتمع های گردشگری، کمپینگ ها، تاسیسات و فعالیت های گردشگری)
۱۶- مطالعه تطبیقی تجارب مکان یابی زیرساختها و تسهیلات گردشگری (جهان و ایران)

منابع:

- مالچفسکی، یاچک (۱۳۹۵)؛ سامانه اطلاعات جغرافیایی و تحلیل تصمیم چندمعیاری؛ ترجمه اکبر پرهیزکار و عطا غفاری گیلانده، انتشارات سمت، چاپ چهارم
چالیک، فرزاد؛ (۱۳۹۵)؛ زیرساختهای خدمات گردشگری در روستاها؛ موسسه اندیشه کامیاب ایرانیان، چاپ اول
خانی، فضیله؛ وثوقی، لیلا؛ (۱۳۹۶)؛ مروری بر مبانی، رویکردها و مدل های برنامه ریزی گردشگری؛ نشر مهکامه، چاپ دوم
کهفی اردکانی، عاطفه؛ سیدحسینی، سید محمد؛ توکلی مقدم، رضا؛ (۱۳۹۶)؛ مسائل مکان یابی- مسیریابی: مروری بر مفاهیم، مدل ها، روش های حل، کاربردها و شکاف های تحقیقاتی؛ نشریه مهندسی صنایع، سال ۵۱، شماره ۲
- اسماعیل زاده، حسن؛ فرجی، امین؛ علیان، مهدی؛ (۱۳۹۹)؛ کارگاه برنامه ریزی فضایی، چابوب نظری و عملی تهیه برنامه های امایش سرزمین؛ انتشارات سمتپورطاهری، مهدی(۱۳۹۴)؛ کاربرد روشهای تصمیم گیری چندشاخصه در جغرافیا؛ انتشارات سمت
- حاجی نژاد، علی، فتاحی، احدالله، پایدار، ابوذر(۱۳۹۵)؛ کاربرد مدلها و فنون تصمیم گیری در جغرافیا با تاکید بر برنامه ریزی روستایی، شهری و گردشگری، انتشارات جهاد دانشگاهی.
- کرامت الله زیاری، طاهاربنی (۱۳۹۷)؛ آینده پژوهی: پارادایمی نوین در برنامه ریزی با تأکید بر برنامه ریزی شهری و منطقه ای (مبانی، مفاهیم، رویکردها و روش؛ انتشارات دانشگاه تهران.
- Moutinho, Luiz & Paton, Robert. (۲۰۱۵). Site Selection Analysis In Tourism: Selected Findings. Proceedings of the ۱۹۸۹ Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, pp ۵۶۰-۵۶۴
 - Ojo, Yekini & Nerina, raja (۲۰۱۹). Edu-Tourism Destination Selection Process in an Emerging Economy. Journal of Tourism Management Research ۶ (۱):۴۵-۵۹
 - Kahraman, Cengiz (۲۰۰۸); Fuzzy Multi-Criteria Decision Making: Theory and Applications with Recent Developments; Springer.
 - Zhang, G., Lu, J. and Gao, Y. (۲۰۱۵); Multi – level decision making: models, methods and applications, Springer.

- Beritelli, P & Laesser, C. (۲۰۱۶). Design science in tourism-foundation of destination managment. Springer
- Alvado Banon Joaquin, Dr Krizsan Andras , Youcai Pan (۲۰۱۸). Tourism Infrastructure Design
- Lohman, GUI & Panasso Netto, Alexandre. (۲۰۱۷). Tourism theory: concepts, Models and systems, CABI press, Oxford

دروس پیش نیاز: ترم آخر	نوع واحد: عملی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: کارگاه برنامه ریزی مقصد
<input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/> سمینار	آموزش تکمیلی عملی:	تعداد ساعت: ۴۸	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: به کارگیری عملی رویکردها، روش ها و تکنیک های موجود در دروس نظری برای برنامه ریزی مقصد گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱- تعریف پروژه ۲- سازماندهی فعالیت ها و توزیع نقش ها و مسولیت ها ۳- تدوین برنامه فعالیت و شرح خدمات ۴- زمان بندی انجام پروژه ۵- شیوه انجام، نظارت و کنترل ۶- شناخت و گردآوری داده های مورد نیاز ۷- تحلیل داده ها ۸- برنامه اقدام راهبردی توسعه مقصد ۹- تعریف سیستم ها و شاخص های پایش توسعه مقصد ۱۰-ارایه پروژه 			
<p style="text-align: right;">منابع:</p> <p>با توجه به منابع دروس پایه و تخصصی و کسب مهارتها در آنها در این درس دانشجو مهارت همه جانبه خود را به صورت عملی با اجرای یک پروژه نشان می دهد. لذا همه منابع در دروس پایه و تخصصی در این درس مورد توجه قرار می گیرد.</p>			

جدول دروس تخصصی رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری گرایش برنامه ریزی رویداد و خدمات سفر

پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: برنامه ریزی گردشگری رویداد Event Tourism planning
<input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> سمینار	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input checked="" type="checkbox"/> سفر عملی	تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی دانشجویان با مفاهیم بنیانی، فرایند برنامه ریزی و مدیریت برنامه اجرایی گردشگری رویداد			
<p style="text-align: center;">سرفصل ها</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. پیشینه، تعاریف و مفاهیم (گردشگری رویداد، برنامه ریزی رویداد و مدیریت رویداد) ۲. ساختار گردشگری رویداد و رابطه آن با سایر اجزا و زمینه های فعالیت صنعت گردشگری ۳. گونه شناسی گردشگری رویداد <ul style="list-style-type: none"> ▪ رویداد های سیاسی، معنوی(دینی - مذهبی) و فرهنگی - هنری ▪ رویدادهای علمی - آموزشی و پژوهشی ▪ رویداد های ورزشی، تفریحی و سرگرمی ▪ رویداد های بازرگانی - تبلیغاتی(خدمات، صنعت و فن اوری و..) ▪ رویداد های سلامت ▪ رویدادهای کشاورزی و بومی ▪ رویدادهای مراسم خاص(رویداد های خیریه ای، مهمانی های خاص، سالگردها و...) ۴. فرایند برنامه ریزی و مدیریت گردشگری رویداد <ul style="list-style-type: none"> ▪ هدف گذاری گردشگری رویداد ▪ آماده سازی فرایند برنامه ریزی رویداد ▪ تولید محتوی جزئیات رویداد ۵. انتخاب مکان و برنامه ریزی سایت(مقر) برنامه ریزی رویداد <ul style="list-style-type: none"> ▪ شرایط و ویژگیهای مکان بهینه ▪ فضا و منابع زیر ساختی مورد نیاز ▪ ایمنی و امنیت سایت ▪ معابر، نشانه ها و مبلمان ها ▪ نقشه راهنما و مسیر ۶. سازماندهی و برنامه اجرایی رویداد <ul style="list-style-type: none"> ▪ برنامه راهنما و فهرست فعالیت های اجرایی ▪ توزیع مسئولیت ها و شبکه همکاری ▪ مدیریت منابع انسانی 			

▪ پشتیبانی و لجستیک

▪ تعیین جدول زمانی

▪ پیشی بینی خطر(ریسک)

▪ اقدامات پسا رویداد

۷. مدیریت بودجه و فروش محصول و خدمات

▪ ترکیب منابع مالی مورد نیاز(عمومی، مدنی، حامیان خصوصی)

▪ برنامه جامع مالی و بودجه ریزی

▪ طراحی بسته فروش خدمات و محصول

▪ عرضه کنندگان و کسب و کارها

۸. بازاریابی راهبردی و طرح کلی تبلیغات برای گردشگری رویداد

▪ تحلیل بازار تقاضا و آمیخته بازاریابی

▪ برنامه تبلیغات، اطلاع رسانی(رسانه های مرسوم، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی) و شبکه توزیع

▪ راهبردهای نفوذ در بازار

۹. ارزشیابی موفقیت و اثرات پسا رویداد

▪ هدف بنیادین از ارزشیابی

▪ توسط یک طرح ارزشیابی

▪ موضوعات ارزشیابی

▪ سازماندهی گزارش نتایج

۱۰. مطالعه تجارب تطبیقی برنامه ریزی گردشگری رویداد در جهان و ایران

منابع

▪ مارلن چرلی و لری جی. آدامز(۱۳۹۸)، مدیریت رویدادهای ورزشی، تفریحی و جهانگردی؛ مترجمین: وحید

سرتیبی، ابوالفضل فراهانی و اسماعیل زنگنه، شرکت تضامنی انتشاراتی حتمی و شرکا.

▪ آلن. جانی، گلن بدین و دیگران(۱۳۹۹)؛ مدیریت جامع رویدادهای گردشگری، ترجمه: زهره عباسی و مریم

محمد جعفر، مهکامه.

▪ وات، دیوید. سی(۱۳۹۱)؛ مدیریت رویدادهای گردشگری و اوقات فراغت؛ مترجمین: بهروز شریفی مقدم و

محمد خوشقدم اخلاقی.

▪ جاودان، مجتبی و تولایی، سیمین (۱۳۹۹)؛ شالوده نظری سیستم گردشگری، دانشگاه خوارزمی.

▪ Dowson, Ruth & David Bassett (۲۰۱۸); Event Planning and Management: Principles, Planning and Practice (PR In Practice) ۲nd Edition; Kogan Page.

▪ Fenich, George (۲۰۱۸).Planning and Management of Meetings, Expositions, Events and Conventions, Pearson

- Darren Johnson (2017) Going Live: The Ultimate Guide to Event Planning, Event U LLC.
- Fenich, George (2014) Planning and Management of Meetings, Expositions, Events and Conventions Pearson.
- Professional Convention Management Association (PCMA) (2015): Professional Meeting Management: A Guide to Meetings, Conventions, and Events; Sixth edition, Agate B.
- Allen, Judy (2002); The Business of Event Planning: Behind-the-Scenes Secrets of Successful Special Events Wiley.
- Kilkenny, Shannon (2011); The Complete Guide to Successful Event Planning - Completely Revised 2nd Edition
- Kilkenny, Shannon (2016), The Complete Guide to Successful Event Planning with Companion CD-ROM Revised 3rd Edition, Atlantic Publishing Group, Inc.
- Raj, Razaq & Paul Walters, Tahir Rashid (2017); Events Management: Principles and Practice, 3rd Edition, SAGE Publications Ltd .
- The Staff of Entrepreneur Media & Cheryl Kimball (2015); Start Your Own Event Planning Business: Your Step-By-Step Guide to Success, Entrepreneur Press
- Goldblatt, Joe (2013); Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration, (7th Edition); Wiley

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: توسعه محصول گردشگری رویداد Product Development of Tourism Events
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/> سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۳۲ ساعت:	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم، مبانی و فرایند توسعه محصول گردشگری رویداد			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ul style="list-style-type: none"> - تعریف مفاهیم پایه (محصول گردشگری رویداد، توسعه محصول و کیفیت محصول) جایگاه و ارتباط محصول گردشگری رویداد با سایر محصولات صنعت گردشگری عناصر سیستمی محصول گردشگری رویداد <ul style="list-style-type: none"> ▪ رویداد ▪ زیرساخت و حمل و نقل ▪ مقر و سایت رویداد ▪ اقامت، پذیرایی و سایر تسهیلات ▪ فروش و توزیع ▪ فعالیت های جانبی - گونه شناسی محصول گردشگری رویداد - رویکردهای توسعه محصول در گردشگری رویداد - چارچوب و فرایند توسعه محصول گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ○ سازماندهی و مدیریت توسعه محصول رویداد ○ فرایند توسعه محصول گردشگری رویداد ○ زنجیره تامین و ارزش محصول گردشگری رویداد ○ شبکه توزیع و موسسات عرضه کننده محصول گردشگری رویداد - راهبردهای توسعه محصول گردشگری رویداد کیفیت تجربه شده از محصول گردشگری رویداد و الگوی رفتاری گردشگران ارزیابی چرخه عمر محصول گردشگری رویداد - جمع بندی و مقایسه تطبیقی توسعه محصول گردشگری رویداد در جهان و ایران 			

منابع

۱. تاج زاده نمین، ابوالفضل (۱۳۹۷) مدیریت منابع انسانی در صنعت گردشگری و مهمان نوازی، انتشارات سمت.
۲. جعفر کریمی، محمدرضا محبوب فر (۱۳۹۱) تکنیک ها و مدل های برنامه ریزی توریسم، انتشارات ارکان دانش.
۳. چرلی مارلن و لری جی. آدامز (۱۳۹۱) مدیریت رویدادهای ورزشی، تفریحی و جهانگردی مترجمان ابوالفضل فراهانی، وحید سرتیپی، اسماعیل زنگنه، انتشارات حتمی.
۴. حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۷) مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت.
۵. دیوید سی. وات، (۱۳۹۱) مدیریت رویدادهای گردشگری و اوقات فراغت، مترجمان بهروز شریفی مقدم، محمد خوشقدم اخلاقی، انتشارات رسا.
۶. زیاری کرامت اله و همکاران (۱۳۹۵) تکنیکهای برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تهران.
۷. کلاب، بوتینا (۱۳۹۰) بازاریابی گردشگری برای شهرها: با تاکید بر برندگذاری و رویدادهای ویژه برای جذب گردشگران، مترجمان سالار کهزادی، پگاه ایزدی و علی موحد، انتشارات اذرخش.
۸. کمان رودی، موسی، سیمین تولایی و مجتبی جاودان (۱۳۹۹) مدیریت مصرف مکان در گردشگری، انتشارات دانشگاه خوارزمی.
۹. گلن بدین، جانی آلن، ویلیام اتول، راب هریس، یان مک دانل (۱۳۹۵) مدیریت جامع رویدادهای گردشگری مترجمان: زهره عباسی و مریم محمد جعفر، انتشارات مهکامه.
۱۰. میرزایی، روزبه (۱۳۹۵) گردشگری رویداد راهکاری جهت توسعه اقتصادی پایدار در جوامع محلی، نشریه جغرافیا، سال چهاردهم، شماره ۴۹، ۶۰-۴۱.
۱۱. Ali-Knight, Jane, Robertson, Martin, Drummond, Fyall, Alan, Ladkin, Adele (۲۰۰۹) International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis, Elsevier.
۱۲. Allen, Judy (۲۰۰۲) The Business of Event Planning: Behind the Scenes Secrets of Successful Special Events, Wiley.
۱۳. Allen, Judy (۲۰۰۸) Event Planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events, Wiley.
۱۴. Beech, John (۲۰۱۴) The Business of Events Management Paperback, Pearson.
۱۵. Berride, Graham (۲۰۰۷) Events Design and Experience, A volume in Events Management, Taylor & Francis.
۱۶. Cheryl, Mallen, Adams J. Lorne (۲۰۰۸) Sport, Recreation and Tourism Event Management Theoretical and Practical Dimensions, Elsevier.
۱۷. Dowson, Ruth, Bassett, David (۲۰۱۸) Event Planning and Management, Kogan Page.
۱۸. Dowson, Ruth, Bassett, David (۲۰۱۸) Event Planning and Management: Principles, Planning and Practice, Kogan Page.
۱۹. Fenich, George (۲۰۱۴) Planning and Management of Meetings, Expositions, Events and Conventions, Pearson.

20. Ferdinand, Nicole, Kitchin, Paul (2016) Events Management: An International Approach, SAGE Publications.
21. Getz, Donald, Page, Stephen J. (2016) Event Studies: Theory, research and policy for planned events, Routledge.
22. Gildblatt, Joe (2002) Special Events: TWENTY-FIRST CENTURY GLOBAL EVENT MANAGEMENT, John Wiley & Sons.
23. Hall, C. Michael, Sharples, Liz (2008) Food and Wine Festivals and Events around the World Development, Management and Markets, Elsevier.
24. Lundberg, Eric, Armbrrecht, Anderson, Tommy, D. (2017) The Value of Events, Routledge.
25. Masterman, Guy (2004) Strategic Sports Event Management, Taylor & Francis.
26. O'Toole, William (2011) Events Feasibility and Development, A volume in Events Management Book, Taylor & Francis.
27. Preston, C. A. (2012) Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions, Wiley.
28. Raj, Razaq, Paul, Rashid, Tahir (2017) Events Management: Principles and Practice, SAGE Publications.
29. Rob Davidson, Rogers, Tony, (2008) Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events, A volume in Events Management Book, Taylor & Francis.
30. Rutherford, Julia S. (2008) Risk Management for Meetings and Events, A volume in Events Management Book, Taylor & Francis.
31. Weed, Mike, Bull, and Chris (2004) Sports Tourism: Participants, policy and providers, Mike Weed and Chris Bull Elsevier.
32. Yeoman, Ian, Robertson, Martin, Ali-Knight, Jane, Drummond, Siobhan, McMahon-Beattie, Una (2004) Festival and Events Management: An international arts and culture perspective, Elsevier.

پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: تخصصی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: مدیریت و برنامه ریزی خدمات سفر Management & Planning for Travel Service
ندارد <input type="checkbox"/>	آموزش تکمیلی عملی: دارد <input checked="" type="checkbox"/>	تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی دانشجویان با مفاهیم بنیانی مدیریت و برنامه ریزی اجزاء خدمات سفر			
<p style="text-align: center;">سرفصل ها</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. تعاریف و مفاهیم کلیدی (مدیریت خدمات، برنامه ریزی تور، سرپرستان خدمات تور، راهنمایان تور و...) ۲. مبانی مدیریت خدمات سفر <ul style="list-style-type: none"> ▪ گردشگری و سفر به عنصر خدماتی ▪ چرخه خدمات تور و اجزای بسته سفر ▪ کارگزاران اصلی خدمات سفر (عرضه کنندگان تور، آژانس های خدمات مسافرتی، سیستم حمل و نقل و انواع تاسیسات اقامتی) ▪ سازماندهی و مدیریت منابع (سخت افزاری و نرم افزاری) ۳. طبقه بندی انواع تورهای گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ▪ طبقه بندی بر حسب مقیاس و مبدا ورودی بازار گردشگری (ورودی و خروجی) ▪ طبقه بندی بر حسب نوع محصول (تاریخی - فرهنگی، طبیعت گردی و...) ▪ طبقه بندی بر مبنای زمان و اقامت ▪ طبقه بندی بر حسب مقیاس سازماندهی (فردی، گروههای کوچک و بزرگ) ۴. طبقه بندی انواع خدمات قابل ارایه در مقصد <ul style="list-style-type: none"> ▪ خدمات جابجایی (ترانسفر) و حمل و نقل ▪ خدمات اقامتی ▪ خدمات پذیرایی و خرید ▪ خدمات تفریح و سرگرمی ▪ گشت های انتخابی ▪ راهنمای گردشگری ۵. موسسات عرضه کننده خدمات گردشگری و انواع آن <ul style="list-style-type: none"> ▪ موسسات عرضه کننده تور و خدمات کلی و چارتری ▪ انواع آژانس های خدمات مسافرتی، ساختار سازمانی و کارکرد های آن ۶. تهیه برنامه و برنامه ریزی اجزای سفر <ul style="list-style-type: none"> ▪ اصول تهیه و آماده سازی برنامه سفر ▪ تهیه تقویم و طرح ریزی مسیر ▪ تعریف زنجیره بسته سفر 			

۷. مدیریت و خدمات راهنمایی سفر
- انواع راهنمایان تور
 - توان ها و مهارت های راهنمایان تور
 - وظایف و مسئولیت های حرفه ای و اخلاقی راهنمای تور
۸. سیستم بازاریابی، توزیع و راهبردهای نفوذ در بازار
- ابزار و شیوه های تبلیغات (کلاسیک و جایگزین در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی) برای معرفی محصول و خدمات سفر
 - کانال ها و مسیر های توزیع اقلام بسته سفر
 - راهبردهای بازاریابی و نفوذ در بازار
 - مدیریت ارتباط با مشتری (قبل از سفر، حین سفر، حضور در مقصد و بعد از سفر)
۹. خدمات بیمه ای، پروتکل های سلامت و مجوز های قانونی
- خدمات بیمه سفر
 - مجوز های قانونی (سیاسی و اخذ ویزا، تشریفات امنیتی – انتظامی، سایر امور اداری)
 - پروتکل های سلامت و تغذیه
۱۰. قوانین و مقررات گردشگری مرتبط با اجزای برنامه سفر
- انواع قرار داد های خدمات سفر (مفاد و تعهدات متقابل کارگزار و مشتری)
 - قوانین و مقررات حقوقی – قانونی قبل از سفر، حین سفر و در مقصد
۱۱. نقش فن اوری اطلاعات و ارتباطات و شبکه های اجتماعی در مدیریت خدمات سفر
۱۲. مطالعه تجارب تطبیقی مرتبط با مدیریت و برنامه ریزی خدمات سفر در جهان و ایران

منابع

- حیدری، اصغر (۱۳۹۲): آشنایی با فن راهنمایی در تور، انتشارات مهکامه.
- فرهیخته، اکبر (۱۳۹۸): مدیریت رفتار در گردشگری و اداب معاشرت، محقق اردبیلی.
- نصیریان، جلال (۱۳۹۱): آداب معاشرت و الگوهای رفتاری در صنعت گردشگری، مهکامه.
- حیدری، اصغر؛ مدیریت و برنامه ریزی سفر (۱۳۹۸): دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی: دانشگاه پیام نور.
- کمپبل، دیوید؛ هوس، جورج استون و ایوانز، نیگل (۱۳۹۴): مدیریت استراتژیک سفر و گردشگری؛ مترجمان فاطمه السادات اعرابی، فائزه السادات اعرابی، سید محمد اعرابی؛ مهکامه.
- امینیان، ناصر (۱۳۹۷): مدیریت دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی، موسسه فرهنگی هنری دیباگران.
- Chowdhary, Nimit (۲۰۱۳); Handbook for Tour Guides, Indian Institute of Tourism and Travel Management.

- Manning , Nick(२०१४), How to be a Tour Guide: The Essential Training Manual for Tour Managers and Tour Guides, CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Reilly, Robert T.(१९९१) Handbook of Professional Tour Management (Travel Management Library Series) Subsequent .
- Robinson, Peter(२००९): Operations Management in the Travel Industry, Cab International.
- Bhatia, A.K (२०१२)The Business of Travel Agency & Tour Operations Management; Sterling Publishers.
- Chand, Mohinder(२००२): Travel Agency Management: An Introductory Text Hardcover; Anmol Publications Pvt Ltd
- Chand Dhiman, Mohinder and Chauhan, Vinay (२०१९): Handbook of Research on International Travel Agency and Tour Operation Management. IGI Global

وضعیت پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: بازاریابی و برندسازی رویداد های گردشگری
ندارد	نوع آموزش تکمیلی علمی: دارد ■	تعداد ساعت: ۳۲	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم و رویکردهای بازاریابی گردشگری و برند سازی رویداد های گردشگری			
سرفصل ها:			
<ol style="list-style-type: none"> ۱. تعریف مفاهیم بازار و بازاریابی، عرضه و تقاضا، زنجیره ارزش در صنعت گردشگری ۲. فرایند بازاریابی گردشگری رویداد ۳. گونه شناسی بازاریابی در گردشگری رویداد(بازاریابی محتوا، بازاریابی هدفمند، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی اجتماعی و بازاریابی جغرافیایی یا ژئومارکتینگ) ۴. عوامل موثر بر تقاضای گردشگری رویداد ۵. تحلیل تقاضا در گردشگری رویداد ۶. شناخت و تحلیل عوامل موثر بر بازاریابی گردشگری رویداد: <ul style="list-style-type: none"> - دولت و بخش خصوصی - عوامل سیاسی و امنیتی - عوامل انگیزشی - جریان سرمایه و خدمات - جریان دانش و اطلاعات - جریان فضایی حرکت گردشگران - رقابت و وضعیت رقبا - نیروی انسانی و کارآفرینان - قیمت و هزینه های گردشگری - اجتماعات محلی - بسته های سفر و گردشگری ۷. تعریف مفاهیم مرتبط با برند (برند، هویت برند، شخصیت برند، تصویر و ارزش ویژه برند و برندسازی) ۸. گونه شناسی انواع برند(برند مکان، برند محصول و خدمات، برند سازمانی، برند شرکت مادر و ...) ۹. عوامل موفقیت و مدیریت برند در گردشگری رویداد ۱۰. فرآیند برند سازی و توسعه برند گردشگری رویداد <ul style="list-style-type: none"> - برنامه ریزی و مدیریت برند گردشگری - شناسایی محتوی و دارایی برند گردشگری رویداد - معماری و توسعه برند گردشگری رویداد - استراتژی ها و ابزارهای بازاریابی برند محصول و خدمات در گردشگری رویداد 			

۱۱. نقش و جایگاه برند و برندسازی در بازاریابی گردشگری رویداد

۱۲. چالشها، فرصتها و تجارب توسعه برند محصول و خدمات در گردشگری رویداد (جهان و ایران)

۱۳. تجارب و نمونه های موفق بازاریابی و برندسازی در گردشگری رویداد (جهان و ایران)

منابع:

۱- منوریان و همکاران (۱۳۹۲): مدل فرآیندی برندسازی شهری برای کلان شهرهای ایران، چشم انداز مدیریت دولتی سال چهارم بهار ۱۳۹۲ شماره ۱۳.

۲- رحیمیان، اشرف (۱۳۹۵): برندسازی شهری در ایران: کارکرد، تجارب و فرایند، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران (شهرداری تهران)

۳- ضرغام، حمید (۱۳۹۲): آسیب شناسی برند گردشگری ایران، تحقیقات بازاریابی نوین سال سوم بهار ۱۳۹۲ شماره ۱ (پیاپی ۸)

۴- کیت دینی (۱۳۹۱): برندینگ شهری (یادسازی شهری)؛ نظریه ها و موارد مترجم: محمدرضا رستمی، نشر تبلور

- کلاب بوتینا (۱۳۹۰) بازاریابی گردشگری برای شهرها، ترجمه علی موحد، کهزادی و ایزدی، انتشارات آذرخش، تهران.

۵- Youcheng Wang, Abraham Pizam, ۲۰۱۱, Destination Marketing and Management: Theories

CABI publication.,and Applications

۶- Bonita M. Kolb, ۲۰۱۰, Tourism Marketing for Cities and Towns: Using Branding and Events to attract tourism, Routledge press.

۷- Keith Dinnie, ۲۰۱۶, Nation Branding: Concepts, Issues, Practice, Routledge press.

۸- Eli Avraham, Eran Ketter, ۲۰۱۶, Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East, Springer,

۹- Eli Avraham, Eran Ketter, ۲۰۱۲, Media Strategies for Marketing Places in Crisis, Routledge, ۲۰۱۲.

۱۰- Cliquet.G (۲۰۰۶) Geomarketing, Methods and Strategies in Spatial Marketing, by ISTE Ltd.

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: برنامه ریزی تشریفات و مهمان نوازی Hospitality and Rituals Planning
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی ■ آزمایشگاه □ کارگاه □ سمینار □		تعداد ساعت: ۳۲ ساعت:	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری
اهداف: آشنایی با مفاهیم، مبانی و فرایند برنامه ریزی تشریفات و مهمان نوازی در گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <p>۱- تعریف مفاهیم تشریفات و مهمان نوازی در گردشگری</p> <p>۲- جایگاه تشریفات و مهمان نوازی در صنعت گردشگری: بخش های اقامت، حمل و نقل، پذیرایی، رویداد، تور، ویزا، تشریفات و قوانین و مقررات جامعه مقصد تشریفات و فرهنگ و رفتار سازمانی</p> <p>۳- چارچوب تشریفات در گردشگری</p> <ul style="list-style-type: none"> - منابع انسانی و مهارت های شغلی - تشریفات تطبیقی - کدهای رفتاری و اخلاقی در تشریفات - ارتباط با مشتری - حقوق مشتری - رضایت و وفاداری گردشگر <p>۴- چارچوب مهمان نوازی در گردشگری</p> <ul style="list-style-type: none"> - مدیریت پذیرش (فرانت آفیس) - فرهنگ و روحیه ملل - کیفیت خدمات و محصول - احترام به مشتری/گردشگر - مسولیت پذیری و پاسخگویی - رضایت و وفاداری گردشگر <p>۵- الگوهای مصرف و روانشناسی مصرف کننده</p> <p>۶- استانداردها، رویه ها، قوانین و مقررات، پروتکل های تشریفات و مهمان نوازی</p> <p>۷- موازین حقوقی در تشریفات و مهمان نوازی</p> <p>۸- ارزیابی کیفیت ادراک شده از خدمات و محصولات</p> <p>۹- مطالعه تطبیقی تجارب تشریفات و مهمان نوازی در صنعت گردشگری و هتلداری (جهان و ایران)</p>			

منابع

۱. اقطاعی، علی، فرشیدی، مهرداد (۱۳۹۷) مدیریت فرانت آفیس، مهکامه.
 ۲. امینیان، ناصر (۱۳۹۷) مدیریت هتلداری، دیباگران.
 ۳. باردی، جیمز (۱۳۹۶) مدیریت فرانت آفیس هتل، مترجم فاطمه عبدی زاده، افق دور.
 ۴. پامر، مری الیزابت (۱۳۹۹) راهنمای خانه داری هتل، مترجم طوبی مردانی، اردوی سوره.
 ۵. پونت، لین (۱۳۹۸) مدیریت میزبانی، مترجم سحر نوروزی، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
 ۶. پی مگنینی، وینسنت، سایمون، سایمون (۱۳۹۶) راهنمای عملی مدیریت هتل، مترجان حمید ضرغام، هومان تامپی، دفتر پژوهشهای فرهنگی.
 ۷. تاوتلی، مهرداد، احمد یحیایی ایله‌ای (۱۳۸۶) تشریفات هتل، انتشارات آذر برزین.
 ۸. جدیدزاده، خسرو (۱۳۹۰) مدیریت پذیرایی نوین در صنعت هتلداری، سارگل.
 ۹. جمیل پناه، سامان (۱۳۹۱) آموزش و آشنایی با مدیریت واحد غذا و نوشابه، نویبان.
 ۱۰. سودهیر، اندروس (۱۳۸۳) خانه داری هتل، مترجم رحیمی، علیرضا، مرکز آموزش گردشگری و هتلداری ماربین، ناشر جهانتاب.
 ۱۱. شکیبانژاد، محمدرضا (۱۳۹۶) مبانی مدیریت و مهمان نوازی در هتل، جلد اول، دوم و سوم.
 ۱۲. محمودنژاد، محمد (۱۳۹۵) مدیریت استراتژیک با نگاهی به صنعت هتلداری، مهکامه.
 ۱۳. مهرابی، مهدی (۱۳۹۹) مدیریت برند در صنعت هتلداری، کتیبه نوین.
 ۱۴. نولز، تیم (۱۳۸۸) مدیریت استراتژیک در صنعت هتلداری، مترجمان علی اکبر فرهنگی، سعید شهبازمرادی، آزما.
 ۱۵. یو، لارنس (۱۳۹۸) تجارت مهمان نوازی بین المللی، مترجمان محمدابراهیم گوهریان و مهشید باطنی دزفولی، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۱۶. Bardi, James, A., (۲۰۰۷) Hotel front office management, John Wiley & Sons.
 ۱۷. Barth, Stephen C. (۲۰۰۶) Hospitality law: managing legal issues in the hospitality industry, John Wiley & Sons.
 ۱۸. BC Cook Articulation Committee. (۲۰۱۵). Basic Kitchen and Food Service Management. Victoria, B.C. Retrieved from <https://opentextbc.ca/basickitchenandfoodservicemanage>
 ۱۹. Beaujean, M., J. Davidson, & Madge, S. (۲۰۰۶) The 'moment of truth' in customer service. Retrieved from: www.mckinsey.com/insights/organization/the_moment_of_truth_in_customer_service
 ۲۰. Deakin, Joshua (۲۰۱۵) Exploring Organizational Culture of Restaurants Through Exploring Organizational Culture of Restaurants Through Workplace Rituals Workplace Rituals, Unpublished Thesis for a Degree with Honors, Business Administration, University of Maine.
 ۲۱. Egan, Beth (۲۰۲۰) ۳ Books on Hospitality: ۱-Introduction to Food Production, ۲-Managing Procurement and Service, ۳-Managing Guest Services, Pennsylvania State University.
 ۲۲. Golden, Pat (۲۰۰۷) HOTEL CONVENTIONSALES, SERVICES, AND OPERATIONS, Butterworth-Heinemann.
 ۲۳. Hoque, Kim (۲۰۰۰) Human Resource Management in the Hotel Industry Strategy, innovation and performance, Routledge.

24. Hsu, Cathy H., Power, Tom C. (2002) *Marketing Hospitality*, John Wiley & Sons.
25. Jaeho Kim, Byunggook Kim & Sukhee Park (2013) The Effects of Tourism Ritualization, Ritual Performance on Tourist Satisfaction, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14:3, 245-263, DOI: 10.1080/15228008X.2013.802555
26. Jones, Peter (2008) *Handbook of Hospitality Operations and IT*, Butterworth-Heinemann.
27. Kainthola, V. Prakesh, (2009) *Principles of Hotel Management*, Global Media.
28. Knowles, Tim (2002) *Food Safety in Hospitality Industry*, Butterworth-Heinemann.
29. Larkin, Enda (2009) *HOW TO RUN A GREAT HOTEL EVERYTHING YOU NEED TO ACHIEVE EXCELLENCE IN THE HOTEL INDUSTRY*, howtobooks.
30. Lashley, Conrad (2000) *In search of hospitality: theoretical perspectives and debates*, Butterworth-Heinemann.
31. Lorenzo, Soledad (2003) *Design Hotels- Architectural Design*, Books Nippan.
32. Lovelock, C. & Wirtz, J. (2007) *Services marketing: People, technology, strategy* [PDF] (9th ed.) Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. Retrieved from <http://bschool.nus.edu.sg/Departments/Marketing/Jochen/20papers/sm%coverloyalty.pdf>
33. McCabe, Scott (2009) *Marketing communication in tourism and hospitality*, Butterworth-Heinemann.
34. McKinney, Anne (2002) *Real Resumes for Restaurant, Food Service & Hotel Jobs: including real resumes used to change careers and transfer skills to other industries*, Prep Publishing.
35. Medlik, Slavoj, Ingram, Hadyn (2000) *The Business of Hotels*, Butterworth-Heinemann.
36. Meyer, Danny. (2006) *Setting the Table: The Transforming Power of Hospitality in Business*.
37. Miller, Jack, Walker, John, Drummond, Karen (2007) *Supervision in the hospitality industry: applied human resources*, John Wiley & Sons.
38. Ogilvie, M, Ng, Danny, Ryan, Maria (2018) Using traditional rituals in hospitality to gain value: A study on the impact of Feng Shui, *International Journal of Hospitality Management* 72:1-9, DOI: 10.1016/j.ijhm.2017.12.010.
39. Parker, Ken (2007) *HOW TO BUY & RUN A SMALLHOTEL: THE COMPLETE GUIDE TO SETTINGUP AND MANAGING YOUR OWN HOTEL, GUESTHOUSE OR B & B*, howtobooks.
40. Patricia, Maria (2009) *Brand Management for International Hotels*, Global Media.
41. Prideaux, B., Moscardo, G., Law, E., (2006) *Managing tourism and hospitality services: theory and international application*, CABI Publication.
42. Sherman, Rachel (2007) *Class acts: service and inequality in luxury hotels*, University of California Press.
43. Solomon, Micah. (2016) *The Heart of Hospitality: Great Hotel and Restaurant Leaders Share Their Secrets*.
44. UNWTO (1989) *Interregional Harmonization of Hotel Classification (English version)* UNWTO, Madrid.

၄၆. UNWTO (၂၀၁၆) Hotel Classification Systems Recurrence of criteria in ၄ and ၆ star hotels, (English version), UNWTO, Madrid. Retrieved from: <https://www.unwto.org/archive/europe/publication/hotel-classification-systems-recurrence-criteria-၄-and-၆-star-hotels>
၄၇. Vinson, Florine (၂၀၀၅) Hotel and Hospitality Sourcebook. Global Media.
၄၈. Williams Alistair (၂၀၀၃) Understanding the Hospitality Consumer, Butterworth-Heinemann.
၄၉. World Host Training Services. (၂၀၁၃). Remarkable service in the age of social media. Retrieved from www.worldhosttraining.com/elearning/

دروس پیش نیاز: ندارد	نوع واحد: نظری- عملی	تعداد واحد: ۲	عنوان درس: برنامه ریزی کسب و کار گردشگری
آموزش تکمیلی عملی: دارد ■ ندارد □ سفر علمی □ آزمایشگاه □ کارگاه ■ سمینار □	تعداد ساعت: ۴۸	استاد متخصص برای تدریس: جغرافیدان با تخصص گردشگری	
اهداف: آشنایی با مفاهیم، مبانی و فرایند برنامه ریزی و توسعه کسب و کار گردشگری			
<p style="text-align: right;">سرفصل ها:</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱- تعریف مفاهیم پایه (کارآفرینی، کسب و کار) در گردشگری ۲- جایگاه برنامه ریزی کسب و کار در صنعت گردشگری با تاکید بر گردشگری رویداد ۳- مبانی و اصول کسب و کارهای گردشگری ۴- گونه شناسی کسب و کارهای گردشگری (اندازه، ماهیت، شاغلین) ۵- طبقه بندی استاندارد بین المللی فعالیت ها و مشاغل گردشگری (SICTA) ۶- فرآیند برنامه ریزی و مدیریت کسب و کار در گردشگری (تامین منابع، تخصیص منابع، تولید، فروش، تدارکات) <ul style="list-style-type: none"> ○ سیاستگذاری عمومی و کسب و کارهای گردشگری ○ ایده یابی نوآورانه و خلاقانه در زمینه کسب و کارهای گردشگری ○ شناخت رقبای کسب و کارهای گردشگری ○ تحلیل بازار، مشتریان و نحوه فروش در گردشگری ○ نحوه جذب سرمایه و تامین مالی برای کسب و کار گردشگری ۷- عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای گردشگری <ul style="list-style-type: none"> ○ عوامل فردی، سازمانی و محیطی ○ عوامل اجتماعی و اقتصادی ○ آموزش و مهارت های کسب و کارهای گردشگری ○ اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری ○ محدودیت های کسب و کارهای گردشگری ○ ریسک های کسب و کارهای گردشگری ۸- بوم مدل کسب و کارهای گردشگری ۹- کنوانسیون های و اتحادیه های صنفی گردشگری و هتلداری در جهان ۱۰- تشکل ها و اتحادیه های صنفی کسب و کارهای گردشگری در ایران ۱۱- قوانین و مقررات حوزه کسب و کار در گردشگری در ایران ۱۲- چرخه کسب و کارهای نوپا (استارتاپ ها) در صنعت گردشگری ۱۳- تهیه طرح کسب و کار (امکانسنجی فنی، مالی، مکانی، هزینه ای و ...) 			

منابع:

- سجاسی قیداری، حمدالله، افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین، مهدوی، داوود (۱۳۹۵)؛ توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری؛ ناشر: سازمان سمت
- یوو آتلیویچ، استیون دبلیو پیچ (۱۳۹۲)؛ کارآفرینی و گردشگری (با رویکرد بین‌المللی)؛ مترجمان: شهباز یزدانی، مریم عزیزی، رضا محمد کاظمی؛ ناشر: کتابخانه فرهنگ
- سید سعید هاشمی (۱۳۹۶)؛ نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی؛ انتشارات: گردشگری
- محمدجواد حافظی (۱۳۸۷)؛ اصول طلایی کسب و کار در صنعت گردشگری؛ ناشر: روستا
- طیبه نیک‌رفتار (۱۳۹۵)؛ فرایند ایجاد کسب و کار در گردشگری؛ ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
- مهدی حسام، فرزاد میرزایی قلعه (۱۳۹۶)؛ فضای کسب و کار در گردشگری؛ ناشر: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد شهید بهشتی.
- David Leslie (۲۰۱۵); Tourism Enterprise: Developments, Management and Sustainability; Publisher: CABI.
- David Leslie (۲۰۰۹); Tourism Enterprises and Sustainable Development: International Perspectives on Responses to the Sustainability Agenda (Routledge Advances in Tourism); Publisher: Routledge.