به نام ایزد دانا

(کاربرگ طرح درس) تاریخ به­روز رسانی: بهمن 97

دانشکده .گردشگری....... نیمسال دوم سال تحصیلی .98-97.....

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| مقطع: کارشناسی ارشد | | | تعداد واحد: نظری 2 | | فارسی: محیط ملی و بین المللی تجارت در گردشگری | | نام درس |
| پیش­نیازها و هم­نیازها:- | | | | | لاتین: National & International Trade environment in Tourism | |
| شماره تلفن اتاق:5582 | | | | مدرس: علی اصغر شالبافیان | | | |
| منزلگاه اینترنتی: | | | | پست الکترونیکی [ashalbafian@semnan.ac.ir](mailto:ashalbafian@semnan.ac.ir)  ashalbafian@gmail.com: | | | |
| برنامه تدریس در هفته و شماره کلاس: چهارشنبه 17-15 , کلاس شماره 4. | | | | | | | |
| اهداف درس: اشنایی با محیط ملی و بین المللی تجارت در گردشگری | | | | | | | |
| امکانات آموزشی مورد نیاز: - | | | | | | | |
| امتحان پایان­ترم | امتحان میان­ترم | ارزشیابی مستمر(کوئیز) | | فعالیت­های کلاسی و پروژه کلاسی | | نحوه ارزشیابی | |
| 80 درصد |  |  | | 20 درصد | | درصد نمره | |
| The Travel & Tourism Competitiveness Report - World Economic Forum.  Tourism Yearbook Report-World Tourism Organization.  Tourism Compendium Report- World Tourism Organization.  Tourism Highlights Report- World Tourism Organization.  Tourism Economic Impact- world travel & tourism council. | | | | | | منابع و مآخذ درس | |

**بودجه­بندی درس**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **توضیحات** | **مبحث** | **شماره هفته آموزشی** |
|  | گردشگری موضوعی: آشنایی با مفاهیم کلیدی | **1** |
|  | نقش بازاریابی در گردشگری موضوعی | **2** |
|  | رابطه موضوع و تجربه در گردشگری و بازاریابی گردشگری | **3** |
|  | دلایل رشد گردشگری موضوعی از سوی عرضه و تقاضا | **4** |
|  | مزایای گردشگری موضوعی | **5** |
|  | ساختن موضوعات و دسته­بندی تجربه | **6** |
|  | ایجاد گردشگری بین­المللی مبتنی بر موضوع | **7** |
|  | آشنایی با طبقه­بندی گردشگری موضوعی (طرح­های محلی، برنامه­ها و مسیرهای سفر، شبکه موضوعی یا فرهنگی) | **8** |
|  | آشنایی با طبقه­بندی گردشگری موضوعی (مدیریت محیط زیست پایدار، ترویج تجربیات موضوعی، همکاری استراتژیک منطقه­ای) | **9** |
|  | گردشگری موضوعی در اروپا (غرب و مرکز مدیترانه؛ بالکان و شرق مدیترانه؛ شمال شرقی اروپا) | **10** |
|  | گردشگری موضوعی در اروپا (اسکاندیناوی و بالتیک؛ برتانیا، ایرلند؛ منطقه راین تا ویستولا) | **11** |
|  | برنامه­ریزی و آماده­سازی گردشگری موضوعی | **12** |
|  | هدف قرار دادن مشتری در گردشگری موضوعی | **13** |
|  | توسعه محصول در گردشگری موضوعی | **14** |
|  | عرضه محصول گردشگری موضوعی به بازار | **15** |
|  | آشنایی با طرح­های گردشگری موضوعی در سطح بین­المللی | **16** |