

بنام خدا	
«فرم طرح درس»	
دانشکده: علوم انسانی و اجتماعی	رشته: مدیریت ورزشی
گرایش: مدیریت بازاریابی ورزشی	مقطع: دکتر
نام درس: تحلیل رفتار مصرف کننده در ورزش	تعداد واحد نظری: واحد
نام مدرس: بهزاد ایزدی	تعداد واحد عملی: -

هدف کلی درس: آشنایی و شناخت انگیزه ها، وابستگی روانی و سایر ویژگیهای روانی و اجتماعی مصرف کنندگان ورزشی

رئوس مطالب	
۱	<ul style="list-style-type: none"> <li>- معارفه، بررسی اهداف دوره و بررسی سطح علمی کلاس، نیازسنجی فراگیران</li> <li>- توضیح در مورد شیوه ارزیابی و فعالیت کلاسی فردی و گروهی</li> <li>- معرفی منابع درسی</li> <li>- بررسی چالشهای رفتار مصرف کنندگان ورزشی</li> </ul>
۲	<p>موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- انگیزش مصرف کننده</li> </ul> <p>اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- انگیزش به عنوان یک نیروی شناختی</li> <li>- انگیزه های منطقی در برابر عاطفی</li> <li>- چندگانگی نیازها و تنوع اهداف</li> <li>- ارزیابی سلسله مراتب نیازها و کاربردهای بازاریابی آن</li> <li>- اندازه گیری انگیزش</li> <li>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>
۳	<p>موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- شخصیت و رفتار مصرف کننده</li> </ul> <p>اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- نظریه های شخصیت</li> <li>- شخصیت و فهم انواع مصرف کننده</li> <li>- عوامل شناختی شخصیت</li> <li>- از مادی گرایی مصرف کننده تا مصرف اجباری</li> <li>- نوآوری مصرف کننده و خصیصه های شخصی مرتبط با آن</li> <li>- شخصیت محصول و جنسیت، جغرافیا، رنگ و .....</li> <li>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربرد</li> </ul>
۴	<p>موضوع درس</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ادراک مصرف کننده</li> </ul>

<p>اهداف درس</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- اجزای ادراک</li> <li>- احساس</li> <li>- آستانه مطلق، افتراقی</li> <li>- پویایی های ادراکی</li> <li>- گزینش ادراکی</li> <li>- سازمان ادراکی</li> <li>- تفسیر ادراکی</li> <li>- موضع یابی خدمات</li> <li>- ریسک ادراکی</li> <li>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	
<p>موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- یادگیری مصرف کننده</li> </ul> <p>اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- مولفه های یادگیری مصرف کننده</li> <li>- انگیزش، نشانه ها، پاسخ، تقویت</li> <li>- نظریه های یادگیری رفتاری</li> <li>- نظریه یادگیری شناختی</li> <li>- پردازش اطلاعات</li> <li>- شاخص های یادگیری مصرف کننده</li> <li>- معیارهای تشخیص و یادآوری</li> <li>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۵
<p>موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- شکل گیری و تغییر نگرش مصرف کننده</li> </ul> <p>اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- موضوع نگرش</li> <li>- مدل های ساختاری نگرش</li> <li>- مدل نظریه تلاش برای مصرف</li> <li>- عوامل تاثیرگذار بر شکل گیری نگرش</li> <li>- مدل احتمال دقت</li> <li>- نظریه ناسازگاری شناختی</li> <li>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۶
<p>موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ارتباطات و رفتار مصرف کننده</li> </ul> <p>اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- اجزای ارتباط</li> </ul>	۷

<ul style="list-style-type: none"> <li>- بازخورد-پاسخ دریافت کننده</li> <li>- طراحی ارتباطات متقاعدکننده</li> <li>- استراتژی ارتباطات</li> <li>- ارتباطات بازاریابی و اخلاقیات</li> <li>- محتوای پیامهای ترفیعی</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	
<p style="text-align: right;">موضوع درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- گروههای مرجع و تاثیر خانواده</li> </ul> <p style="text-align: right;">اهداف درس:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- درک قدرت گروههای مرجع</li> <li>- گروههای یا اجتماعات مجازی</li> <li>- جاذبه افراد سرشناس و سایر گروههای مرجع</li> <li>- شخصیت های تجاری یا سخنگو</li> <li>- اجتماعی شدن کودکان در زمینه مصرف</li> <li>- اجتماعی شدن بزرگسالان در زمینه مصرف</li> <li>- چرخه عمر خانواده، خانواده سنتی</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۸
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A conceptual framework for the adoption of smartphones in a sports context</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۹
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digital athletics in analogue stadiums</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۰
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Virtual reality: a new channel in sport consumption</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۱
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financial barriers for sports consumption: the dynamics of the income–expenditure relation</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۲
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predicting soccer consumption: do eSports matter? Empirical insights from a machine learning approach</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۳
<ul style="list-style-type: none"> <li>- The impact of virtual reality (VR) technology on sport spectators' flow experience and satisfaction</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۴
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Examining the relationship for sport motives, relationship quality, and sport consumption intention</li> <li>- بحث و بررسی مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</li> </ul>	۱۵

<p>- Sport, media and actual consumption behavior: an examination of spectator motives and constraints for sport media consumption</p> <p>- بحث و بررسی مباحث مطرح شده و ارائه نمونه های اجرایی و کاربردی</p>	۱۶
<p>- <b>Sport Consumer Behavior:</b> <a href="#">Daniel Funk</a>, <a href="#">Kostas Alexandris</a>, <a href="#">Heath Mcdonald</a></p> <p>- منابع و مقالات لاتین مرتبط با رفتار مصرف کننده در ورزش</p>	منابع درسی
<p>- فعالیت کلاسی، ارائه کلاسی، مشارکت در بحث، فعالیت تحقیقاتی، امتحان پایان ترم</p>	نحوه ارزشیابی فعالیت دانشجو در طی دوره