

مصوبه کارگروه/کمیته اخلاق در پژوهش

شناسه:	IR.UT.SPORT.REC.1404.056	محل بررسی:
تاریخ تصویب:	۱۴۰۴/۰۲/۱۴	کارگروه/کمیته اخلاق در پژوهش دانشکده علوم ورزشی و تندرستی - دانشگاه تهران
تصمیم صادره:	مصوب	مصوبه کمیته تخصصی:
	پروپوزال طرح تحقیقاتی/پایان نامه/گزارش مورد، مورد تصویب کارگروه/کمیته اخلاق در پژوهش قرار گرفت. توجه: ۱. علی‌رغم تصویب مطالعه در کارگروه/کمیته اخلاق در پژوهش، تمامی مسئولیت‌های حقوقی و حرفه‌ای اجرای طرح به عهده مجری ارشد و همکاران مطالعه می‌باشد. ۲. تمامی مستندات مطروحه در این مصوبه، بر اساس موارد دریافت شده در تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۴ می‌باشد و ضروری است هرگونه تغییرات و اصلاحات اعمال شده در این مستندات، توسط مجری محترم مطالعه فوراً به کارگروه/کمیته اخلاق مربوطه اطلاع داده شود.	
	تأثیر تبلیغات احساسی و اطلاعاتی برند نایک بر واکنش‌های مغزی و قصد خرید هواداران: مطالعه‌ای با استفاده از EEG	عنوان طرح تحقیقاتی (فارسی):
	The Effect of Emotional and Informational Advertisements of Nike on Fans' Brain Responses and Purchase Intent: An EEG Study	عنوان طرح تحقیقاتی (انگلیسی):
	نام و نام خانوادگی: دکتر حسن غرایاق زندی آدرس الکترونیک: ghzandi110@ut.ac.ir	مشخصات محقق اصلی:

دکتر سید حامد موسوی
دبیر کمیته
دانشکده علوم ورزشی و تندرستی

دکتر رحمان سوری
رئیس کمیته
دانشکده علوم ورزشی و تندرستی - دانشگاه تهران