



## มคอ. 3 รายละเอียดของรายวิชา

รหัสวิชา 08-113-307 ชื่อวิชา การตลาดการท่องเที่ยว  
(Marketing for Tourism)

หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต **หมวดวิชาเฉพาะกลุ่มวิชาชีบบัณฑิตการท่องเที่ยว**

ผู้รับผิดชอบรายวิชา นายธนินทร์สังข์ดวง  
ผู้สอน นางสาวน้ำฝน จันทร์นวล  
สาขา การโรงแรมและการท่องเที่ยว

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว (พื้นที่ตราง)  
วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ (พื้นที่ขอนแก่น)

## สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	2
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	2
หมวดที่ 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	3
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	6
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	8
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	9

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
วิทยาเขต / คณะ / สาขา	วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว(พื้นที่ตรง) วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ (พื้นที่ขนอม)

### หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อวิชา

08-113-307การตลาดการท่องเที่ยว  
08-113-307 Marketing for Tourism

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต(3-0-6)

#### 3. หลักสูตรและกลุ่ม (กลุ่มความรู้/กลุ่มทักษะ/กลุ่มวิชา/วิชาเลือกเสรี)

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาชีพบังคับ

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ธนิษฐ์ สังข์ดวง เบอร์โทรศัพท์ 087-5451591
	อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว
อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์น้ำฝน จันทน์นวล เบอร์โทรศัพท์ 088-3996498
	อาจารย์ประจำวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ (พื้นที่ขนอม)

#### 5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2558 ชั้นปีที่ 2 รร.ทท. (ทอ.)  
ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558 ชั้นปีที่ 2

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)

ไม่มี

## 8. สถานที่เรียน

อาคารเฉลิมพระเกียรติฯ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง  
วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ (พื้นที่ขอนแก่น)

## 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

15 ธันวาคม พ.ศ. 2558

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย หน้าที่ ความสำคัญ ปัญหา แนวคิด ทฤษฎี และหลักการด้านการตลาด

1.2 เพื่อให้นักศึกษา สามารถนำสิ่งที่เรียนไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาทางการตลาดและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญา เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สำหรับเป็นพื้นฐานด้านการเรียนในการบูรณาการร่วมรายวิชาอื่นๆ ของหลักสูตรการโรงแรมและการท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถเรียนรู้และปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปกับบริบทของสังคมและสภาพแวดล้อมในแต่ละช่วงเวลา และแต่ละพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของการตลาดบริการ แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ความคาดหวังของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายของการตลาดบริการ การพัฒนาคุณภาพการบริการ ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Meaning and importance of marketing services; concepts of modern marketing; expectations of consumers; targets of service marketing; development of services quality; marketing mix, the 7p's

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ทฤษฎี	ปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง	สอนเสริม
45 ชั่วโมง	ไม่มี	6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์	ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3.1 ในเวลาราชการ

นักศึกษาสามารถรับคำปรึกษาได้ ตั้งแต่เวลา 8.30 -16.30 น. ณ.บริเวณอาคารเรียนเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

3.2นอกเวลาราชการ

นักศึกษาสามารถนัดหมายล่วงหน้าเพื่อรับคำปรึกษาผ่านระบบ เครือข่าย Internet

4.แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรรายวิชา

(Curriculum Mapping)

1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้					3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	●	○			●	○						●			●					○		○		

● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง

5. แผน การบูรณาการ โครงการบริการวิชาการกับการเรียนการสอน (ถ้ามี)

(บูรณาการ คือ กิจกรรมการเรียนการสอน ที่ดำเนินการ ก่อนหรือพร้อม กับการดำเนินโครงการบริการวิชาการ

ข้อมูลโครงการบริการวิชาการ	รายละเอียดแผนการบูรณาการ
1.ชื่อโครงการ: โครงการอบรมมัคคุเทศก์ทางทะเล 2.วันที่ดำเนินโครงการ: เมษายน 2559	1. ประเด็นที่นำมาบูรณาการ: ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยศาสตร์ 2. หัวข้อที่สอน/กิจกรรมที่สอน/ประเด็นเรื่อง: การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 3. รายละเอียด: คุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้งแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 4. รายชื่อผู้สอน: อ.ธนินทร์ สังขดวง 5.สัปดาห์ที่สอน: สัปดาห์ที่ 14-16

6. แผน การนำความรู้และประสบการณ์จากโครงการบริการวิชาการมาพัฒนาการเรียนการสอน (ถ้ามี)

(พัฒนา คือ กิจกรรมการเรียนการสอนและการวิจัยที่ดำเนินการ หลัง จากการดำเนินโครงการบริการวิชาการเสร็จสิ้นแล้ว และเสร็จสิ้นภายในปีการศึกษานั้น)

ข้อมูลโครงการบริการวิชาการ		รายละเอียดแผน การพัฒนาการเรียนการสอน
1.ชื่อโครงการ: โครงการอบรมมัคคุเทศก์ทางทะเล		1. ประเด็นที่นำมาบูรณาการ: ความรับผิดชอบต่อสังคมและจริยศาสตร์ 2. หัวข้อที่สอน/กิจกรรมที่สอน/ประเด็นเรื่อง: การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 3. รายละเอียด: คุณธรรม จริยธรรมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมทั้งแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 4. รายชื่อผู้สอน: อ.ธนิษฐ์ สังขดวง 5. สัปดาห์ที่สอน: สัปดาห์ที่ 14-16
2.วันที่ดำเนินโครงการ: 2-3 เมษายน 2558		
3.ผลการประเมิน :		
ประเด็น	ร้อยละ	
1.ด้านความพึงพอใจ	80.20	
2.ด้านความรู้ความเข้าใจ		94.60
3.ด้านการนำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ประโยชน์		91.60

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรมจริยธรรมที่ต้องพัฒนา

●1.1.2 มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพและแสดงออกซึ่งคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและการปฏิบัติตนต่อผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ

○1.1.3 มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่เป็นสมาชิกที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนา มีภาวะผู้นำและเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น

#### 1.2 วิธีสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีวินัยโดยเน้นการเข้าเรียนให้ตรงต่อเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่ถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 กำหนดงานเป็นกลุ่มย่อย เน้นความมีส่วนร่วม และแสดงความคิดเห็น

1.2.3จัดกิจกรรมส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกในการมีคุณธรรม จริยธรรม

1.2.4 ให้การยกย่องชมเชยผู้ที่มีความซื่อสัตย์ เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดี

1.2.5 กำหนดระเบียบลงโทษผู้ทุจริตการสอบ

1.2.6 มีกิจกรรมที่ส่งเสริมในเรื่องความเสียสละเพื่อส่วนรวมและบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากเวลาการเข้าชั้นเรียนของนักศึกษาและเวลาการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินจากผลงานกลุ่มและความมีส่วนร่วมในการนำเสนอผลงาน

1.3.3 จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์หรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆ

1.3.4 ความเอื้อเฟื้อหรือความมีน้ำใจต่อเพื่อนและครูอาจารย์

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

●2.1.1 มีความรู้ในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาการโรงแรมทั้งภาคทฤษฎีและ ภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวางเป็นระบบเป็นสากลและทันสมัยต่อสถานการณ์โลก

๐2.1.2 มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

## 2.2 วิธีสอน

2.2.1 ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบโดยให้ความรู้ทางด้านทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญ ที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษ

2.2.3 จัดการฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

## 2.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่างๆคือ

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.3 ประเมินจากงานที่มอบหมายนักศึกษา

2.3.4 ประเมินจากการนำเสนอผลงาน

2.3.5 ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ

2.3.6 ประเมินจากผลการฝึกงานหรือสหกิจศึกษา

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

●3.1.3 มีความสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดจากภาคธุรกิจและจากศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 กรณีศึกษาทางการโรงแรมและการท่องเที่ยว โครงการงานวิจัย และกำหนดให้นักศึกษาวางแผนการทำงานเป็นทีม

3.2.2 ใช้สถานประกอบการฝึกปฏิบัติงานจริง

3.2.3 มีการอภิปรายเพื่อสรุปประเด็นผลการศึกษาและปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งการเสนอแนวทางการแก้ไข

3.2.4 เน้นถึงศาสตร์และศิลป์ รวมถึงรูปแบบในการนำเสนอผลงาน และให้นักศึกษาได้มีการนำเสนอผลงานจริง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการนำเสนอโครงการ รายงานการวิจัย อภิปรายกรณีศึกษา

3.3.2 ประเมินจากการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ โดยออกข้อสอบที่ให้นักศึกษาแก้ปัญหา อธิบายแนวคิดการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหาโดยการประยุกต์ความรู้ที่เรียนมา ซึ่งจะต้องหลีกเลี่ยงข้อสอบที่เป็นการเลือกตอบที่ถูกมาคำตอบเดียวจากกลุ่มคำตอบที่ให้มา

3.3.3 ประเมินจากผลงานและการปฏิบัติงานของนักศึกษา

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการ

●4.1.1ความสามารถในการปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสมรวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 มอบหมายงานที่ต้องใช้การติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่น ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถาบันการศึกษา

4.2.2 มีการมอบหมายงานที่ต้องใช้ทักษะด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งภายในสถาบันการศึกษาและภายนอกสถาบันการศึกษา

4.2.3 มีการมอบหมายงานที่ต้องใช้การระดมความคิดและร่วมกันทำงาน

4.2.4 มีกิจกรรมส่งเสริมมนุษยสัมพันธ์ เช่น ยกย่องชมเชยนักศึกษาที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีเด่น

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในการทำกิจกรรมระหว่างนักศึกษาในกลุ่ม

4.3.2 ประเมินจากผลงานของนักศึกษาทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม

4.3.3 มีการร่วมประเมินทั้งอาจารย์และนักศึกษา

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

๐5.1.1 มีความสามารถในการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการฟังการพูดการอ่านการเขียนและการสรุปประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๐5.1.3 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสารรู้จักเลือก รูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับเรื่องและผู้ฟังที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลองหรือสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาที่เหมาะสม

5.2.2 ให้นักศึกษาได้เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

5.2.3 มีการนำเสนอผลงานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการอธิบายหลักการเข้าถึงข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3.2 ประเมินจากการสรุปและอภิปรายงานที่ได้รับมอบหมายร่วมกัน

5.3.3 ประเมินจากผลงานและการนำเสนอผลงานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3.4 ประเมินจากการทดสอบ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน	จำนวนชั่วโมง	วิธีการจัดการเรียนการสอน/สื่อการสอน	ผู้สอน
1-2	ทฤษฎี	6	กิจกรรม	อ.ธนิษฐ์ สังขดวง



ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน	จำนวน ชั่วโมง	วิธีการจัดการเรียนการสอน /สื่อการสอน	ผู้สอน
	<p>หน่วยที่ 1 ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>1.1 ความหมายของการตลาด</p> <p>1.2 องค์ประกอบของการตลาด</p> <p>1.3 วิวัฒนาการของการแลกเปลี่ยน</p> <p>1.4 ความสำคัญของการตลาด</p> <p>1.5 แนวทางการศึกษาวิชาการตลาด</p> <p>1.6 แนวความคิดการบริหารการตลาด</p>		<p>- อธิบายภาพรวมการเรียนการสอนของวิชานักศึกษา</p> <p>- แบบฟอร์มกรอกประวัติ</p> <p>- แบบทดสอบก่อนเรียน</p> <p>- การบรรยาย</p> <p>- ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <p>-โปรแกรมนำเสนอ</p>	
3-5	<p><b>ทฤษฎี</b></p> <p>หน่วยที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดและระบบการตลาด</p> <p>2.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>2.2 องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>2.3 ระบบการตลาด</p> <p>2.4 สภาพแวดล้อมธุรกิจ</p> <p>2.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ</p>	9	<p><b>กิจกรรม</b></p> <p>- การบรรยาย</p> <p>- ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น</p> <p>- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง</p> <p>- ทดสอบย่อยครั้งที่ 1</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <p>-โปรแกรมนำเสนอ</p>	อ.ธนิษฐ์สังขดวง
6-8	<p><b>ทฤษฎี</b></p> <p>หน่วยที่ 3 ตลาดผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>3.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>3.2 ลักษณะเฉพาะที่กระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>3.3 ประเภทพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ</p> <p>3.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อ</p> <p>3.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>3.6 พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามเขตแดนระหว่างประเทศ</p>	9	<p><b>กิจกรรม</b></p> <p>- การบรรยาย</p> <p>- ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น</p> <p>- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <p>-โปรแกรมนำเสนอ</p>	อ.ธนิษฐ์สังขดวง
9	สอบกลางภาคตามตารางสอบมหาวิทยาลัย	3		

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน	จำนวน ชั่วโมง	วิธีการจัดการเรียนการสอน /สื่อการสอน	ผู้สอน
10-11	<b>ทฤษฎี</b> หน่วยที่ 4 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาดทางการท่องเที่ยวและบริการ 4.1 การแบ่งส่วนตลาด 4.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย 4.3 การวางตำแหน่งเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	6	<b>กิจกรรม</b> - การบรรยาย - ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น - มอบหมายงานให้ศึกษาด้วยตนเอง <b>สื่อการสอน</b> -โปรแกรมนำเสนอ	อ.ธนินทร์สังขดวง
12-13	<b>ทฤษฎี</b> หน่วยที่ 5 การตลาดบริการ กับ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ 5.1 การตลาดบริการ 5.2 ลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะของตลาดบริการ 5.3 การโฆษณา 5.4 การส่งเสริมการขาย 5.5 การประชาสัมพันธ์	6	<b>กิจกรรม</b> - การบรรยาย - ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น - มอบหมายงานให้ศึกษาด้วยตนเอง - ทดสอบย่อยครั้งที่ 2 <b>สื่อการสอน</b> -โปรแกรมนำเสนอ	อ.ธนินทร์สังขดวง
14-16	<b>ทฤษฎี</b> หน่วยที่ 6 การตลาดและสังคม : ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยศาสตร์ทางการตลาด 6.1 ข้อวิพากษ์ วิจารณ์ของสังคมที่มีต่อการตลาด 6.2 การกระทำของประชาชนและรัฐเพื่อควบคุมการตลาด 6.3 การกระทำทางธุรกิจเพื่อนำไปสู่การตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม 6.4 จรรยาบรรณนักการตลาดไทย ในธุรกิจการท่องเที่ยว	9	<b>กิจกรรม</b> - การบรรยาย - ให้นักศึกษาซักถามแสดงความคิดเห็น - มอบหมายงานให้ศึกษาด้วยตนเอง <b>สื่อการสอน</b> -โปรแกรมนำเสนอ	อ.ธนินทร์สังขดวง
17	สอบปลายภาคตามตารางสอบมหาวิทยาลัย	3		
	<b>รวมชั่วโมงสอน</b>	45		

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	คุณธรรม จริยธรรม	- การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาค การศึกษา	10%
2	ความรู้	- ทดสอบย่อยครั้งที่ 1 - สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	4 9 17	5% 25% 25%
3	ทักษะทางปัญญา	- ทดสอบย่อยครั้งที่ 2	12	15%
4	ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	- วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความการส่งงาน ตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
5	ทักษะวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	- การเข้าถึงสื่อการสอน อิเล็กทรอนิกส์	ตลอดภาค การศึกษา	10%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

Philip Kotler. 2550. Marketing Management. 11<sup>th</sup> ed. New Jersey :Prentice-Hall International.

Philip Kotler and Gary Armstrong. 2010. Principles of Marketing. 13<sup>th</sup> ed. New Jersey :Prentice-Hall International.

Philip Kotler. 2002. Principles of Marketing (วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

ศิริ ภูพงษ์วัฒนา. 2549. การจัดการช่องทางการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์แสงดาว จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2543. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนธัชการพิมพ์ จำกัด.

อัจจิมา เศรษฐบุตร. 2549. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### 2. เอกสารข้อมูลสำคัญ

ไม่มี

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อในประมวลรายวิชา เช่น

ข้อมูลเกี่ยวกับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ : <http://thaicsr.blogspot.com>

ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจและการตลาดของไทย : <http://www.businessthailand.org>

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการเรียนรู้
- การสังเกตบรรยากาศการเรียนการสอนในชั้นเรียน

### 3. การปรับปรุงการสอน

- การหารือร่วมกันระหว่างอาจารย์ผู้สอน
- ทบทวนผลการประเมินประสิทธิผลการสอนและปรับปรุงทันทีที่พบปัญหา
- นำเนื้อหาวิชาการตลาดมาบูรณาการร่วมกับโครงการแข่งขันเขียนแผนธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวในวันวิชาการ

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ประเมินโครงการสอนและข้อสอบ จากการสอบถามนักศึกษา การตรวจชิ้นงานของนักศึกษา และผลการเรียนของนักศึกษา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

นำข้อมูลที่ได้จากการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา(ข้อ 4) มาหาแนวทางหรือวางแผนปรับปรุงรายวิชาในภาคเรียนถัดไป