



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2560

รหัสวิชา 3644501 ชื่อรายวิชา การตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผศ. ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) รหัสวิชา 3644501 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรมในการจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม และมีการฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

รายละเอียดรายวิชานี้แสดงให้เห็นแนวทางในการเรียนรู้ทั้งทางด้านการเรียนรู้ชั้นเรียน ด้วยการบรรยายแบบมีส่วนร่วม การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการทำงานกลุ่มโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม ผู้เรียนเรียนรู้ทฤษฎีจากเอกสารประกอบการสอน สถานการณ์ธุรกิจที่เกิดขึ้นจริงจากกรณีศึกษา การติดตามข่าวจากสื่อ การประยุกต์ทฤษฎีในการทำกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกชั้นเรียน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

ผู้จัดทำ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

21 พฤศจิกายน 2560

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	18
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	19

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรม
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลว
4. เพื่อฝึกวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในการจัดทำโครงการ
5. เพื่อฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ปรับปรุงรูปแบบกระบวนการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรมในการจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม และการฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

Importance and roles of event marketing in marketing management. Consumer behavior and marketing environmental analysis. Strategies and tactics in event marketing. Factors influencing success and failure in event marketing. Plus, practical event marketing projects.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนด วัน เวลาในการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และประกาศให้ผู้เรียนทราบ

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

○ 2.2.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● 2.2.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.2.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 กระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

2.2.2 กระบวนการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นให้เห็นความสัมพันธ์ของศาสตร์บริหารธุรกิจ การตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงานเพื่อให้เห็นภาพและความเชื่อมโยงกันการรายวิชา

2.2.3. การเรียนการสอนโดยการมอบหมายงานที่เป็นการวิเคราะห์กระบวนการบริหารการตลาดซึ่งประกอบด้วยด้านการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินงาน จากกรณีศึกษา

2.2.4 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากข่าวและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นโดยชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การสังเกตจากการอภิปรายในชั้นเรียน การรับฟังและการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และการทดสอบ

2.3.2 การสังเกตจากการแสดงความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์ของศาสตร์การตลาดและการเชื่อมโยงไปในศาสตร์อื่นๆของการบริหารธุรกิจ และการสอบกลางภาค

2.3.3 การทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

2.3.4 การแสดงความคิดเห็นในกรณีศึกษา และการทดสอบโดยข้อสอบกลางภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบ เพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญหาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องาน

4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.2.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.2.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.2.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.3.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง

● 5.3.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาโดยการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ตัวเลขแนวโน้มทางการตลาดเพื่อนำไปใช้ในการคิดวิเคราะห์ โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและจัดทำรายงาน

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 พิจารณาจากรายงานที่ได้มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.2 พิจารณาจากผลงานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนอย่างทันสมัย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ และความรู้ พื้นฐานของการตลาดเชิงกิจกรรม แนว ทางการเรียนรู้ รูปแบบโครงการที่ต้องจัดทำ แนวทางการวัดผลและประเมินผล ความหมาย ความสำคัญ และหลักการใน การตลาดเชิงกิจกรรม Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ พื้นฐานของการตลาดเชิงกิจกรรม แนว ทางการจัดการเรียนการสอน โดย สามารถนำเสนอรูปแบบการเรียนการสอนที่ สอดคล้องกับนักศึกษา เพื่อให้เกิดข้อตกลง ร่วมกัน	3	1. แนะนำตัวและอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและ ประเมินผล การแนะนำหนังสือประกอบการ เรียน 2. เริ่มการเรียนการสอนโดยการตั้งคำถามผ่านเกมส์ 3. บรรยายประกอบ Power point 4. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ การตลาดเชิงกิจกรรมที่นักศึกษาเคยสัมผัสมา 5. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map หรือ Infographic	1. เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน 2. Power point 3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “การตลาด 4.0”	กิจกรรมที่ 1 2 3 4 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
2	การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ผ่านการสร้างสรรค์ประสบการณ์และการ จัดกิจกรรม การสื่อสารการตลาด การ สร้างสรรค์ประสบการณ์ และการตลาดเชิง กิจกรรม วัตถุประสงค์ ต้นทุน และความ คุ้มค่าในการลงทุน กลยุทธ์และยุทธวิธีใน การสร้างความสำเร็จ โดยสามารถอธิบาย ผ่าน In Infographic	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อเกริ่นนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป 2. การสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน ผ่านการสร้างสรรค์ประสบการณ์และการจัด กิจกรรม ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง นำความรู้ไปใช้ เป็นประโยชน์ต่อตนเองได้ เน้นกระบวนการเรียนรู้ ร่วมกัน โดยสามารถคิดวิเคราะห์ นักศึกษาจะเรียน	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1,2	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	<p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน การสร้างประสบการณ์จากการจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic</p>		<p>อย่างมีความสุข มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ 3. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map หรือ Infographic</p>			
3	<p>การตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย ความนิยม กลยุทธ์และยุทธวิธี ธุรกิจจับจัดกิจกรรม ปัญหาและความล้มเหลว Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม ในการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธี และเข้าใจรูปแบบของการจัดกิจกรรมพิเศษของบริษัทที่รับจัดงานโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่องการตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาที่ 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยการใช้เครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ</p>	<p>1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
4	<p>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมการตลาด การศึกษาความต้องการเพื่อการออกแบบและจัดการโครงการ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อม</p>		<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่นำเสนอใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมการตลาดการศึกษาความต้องการเพื่อการออกแบบ</p>	<p>1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

	การตลาดโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic		และจัดการโครงการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา			
5	กิจกรรมเชิงการขายงานแสดงสินค้า งานเทศกาล การประกวด การแข่งขัน การแนะนำสินค้าใหม่ งานสำหรับลูกค้าพิเศษ และงานสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเชิงการขายงานแสดงสินค้า งานเทศกาล การประกวด การแข่งขัน การแนะนำสินค้าใหม่ งานสำหรับลูกค้าพิเศษ และงานสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point กิจกรรมเชิงการขายงานแสดงสินค้า งานเทศกาล การประกวด การแข่งขัน การแนะนำสินค้าใหม่ งานสำหรับลูกค้าพิเศษ และงานสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อกิจกรรมที่เคยสัมผัส วิเคราะห์อย่างมีส่วนร่วม	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
6	กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการให้ความรู้ การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม งานนิทรรศการ และการจัดประกวดผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และสื่อโฆษณา Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการให้ความรู้ การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม งาน	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point การโฆษณา 3. วิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัดของเครื่องมือหรือโฆษณาแต่ละเครื่องมือ 4. กรณีศึกษา ถอดรหัส อินฟลูเอนเซอร์ มาร์เก็ตติ้ง ผู้ทรงอิทธิพลในโลกโฆษณา	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	นิทรรศการ และการจัดประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และสื่อโฆษณาโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic					
7	กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการให้ข่าวสารองค์กรงานแถลงข่าว การเยี่ยมชมกิจการ วันเปิดและครบรอบ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการให้ข่าวสารองค์กรงานแถลงข่าว การเยี่ยมชมกิจการ วันเปิดและครบรอบ โดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point 3. วิเคราะห์กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการให้ข่าวสารองค์กร	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
8	กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม งานการกุศล งานทำบุญ และ งานรณรงค์เพื่อส่วนรวม Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม งานการกุศล งานทำบุญ และ งานรณรงค์เพื่อส่วนรวมโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic		1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม งานการกุศล งานทำบุญ และ งานรณรงค์เพื่อส่วนรวม	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
9	กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมส่วนรวม งานเทศกาลระดับประเทศ งานในชุมชน	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	<p>และงานของภาครัฐ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมส่วนรวมงานเทศกาลระดับประเทศ งานในชุมชน และงานของภาครัฐโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic</p>		<p>นำเสนอใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point</p> <p>3. วิเคราะห์กรณีศึกษา กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมส่วนรวม งานเทศกาลระดับประเทศ งานในชุมชน และงานของภาครัฐ</p>	3. กรณีศึกษา	ข้อ3,4	
10	<p>กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์งานเลี้ยงตอบแทนลูกค้ำพนักงาน และผู้ถือหุ้น งานปีใหม่ งานพักผ่อน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์งานเลี้ยงตอบแทนลูกค้ำ พนักงาน และผู้ถือหุ้น งานปีใหม่ งานพักผ่อนโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Mapหรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่นำเสนอใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point</p>	<p>1. Power point</p> <p>2. Mind Map หรือ Infographic</p> <p>3. กรณีศึกษา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> <p>ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>
11	<p>กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นความบันเทิงงานเลี้ยง แรลลี่ การแข่งกีฬา และคอนเสิร์ต</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กิจกรรมเชิง</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่นำเสนอใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การ</p>	<p>1. Power point</p> <p>2. Mind Map หรือ Infographic</p> <p>3. กรณีศึกษา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> <p>ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>

	ประชาสัมพันธ์ที่กิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นความบันเทิงงานเลี้ยง แรลลี่ การแข่งกีฬา และคอนเสิร์ตโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic		ประชาสัมพันธ์ 3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์งานเลี้ยงตอบแทนลูกค้า พนักงาน และผู้ถือหุ้นงานปีใหม่ งานพักผ่อนกิจกรรมเชิงประชาสัมพันธ์ที่เน้นความบันเทิงงานเลี้ยง แรลลี่ การแข่งกีฬา และคอนเสิร์ต			
12	การตลาดเชิงกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือการเลือกสื่อ รูปแบบกิจกรรม ต้นทุน และผลทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้การตลาดเชิงกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือการเลือกสื่อ รูปแบบกิจกรรม ต้นทุน และผลทางการตลาดโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map หรือ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้ว เพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point 3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือการเลือกสื่อ รูปแบบกิจกรรม ต้นทุน และผลทางการตลาด	1. Power point 2. Mind Map หรือ Infographic 3. กรณีศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
13	การดำเนินโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม “Marketing Fair” ประกอบด้วยงาน นิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair Learning Outcome ผู้เรียนได้ประสบการณ์ตรงจากการเป็นผู้จัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด เพื่อนำความรู้ที่ได้รับสู่การปฏิบัติจริง	3	1. มอบหมายให้นักศึกษาจัดงาน Event โดยการวิเคราะห์วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของงาน และกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์	1. การจัดกิจกรรมทางการตลาด	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
14	การควบคุมและวัดผลการตลาดเชิงกิจกรรม เทคนิคและเครื่องมือในการควบคุมและ	3	1. นำเสนอผลของการจัดกิจกรรม วิเคราะห์ความสำเร็จและข้อผิดพลาดจากการจัดกิจกรรม	1. Power point 2. สื่อที่ใช้ในการจัด	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	<p>วัดผลการนำเสนอความสำเร็จและความล้มเหลว</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้การควบคุมและวัดผลการตลาดเชิงกิจกรรม</p> <p>เทคนิคและเครื่องมือในการควบคุมและวัดผลการนำเสนอความสำเร็จและความล้มเหลวโดยสามารถอธิบายผ่าน In Infographic และประสบการณ์ที่ได้จากการจัดกิจกรรม</p>		ทางการตลาด	กิจกรรมและผลจากการเข้าร่วมงานของกลุ่มเป้าหมาย	จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	
15	<p>ประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเชิงกิจกรรม การสรุปเนื้อหาที่เรียนรู้ทั้งหมดและการเน้นย้ำแนวทางการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้ และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเชิงกิจกรรม</p>	3	<p>1. บรรยายประกอบ Power point จริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน</p> <p>2. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจริยธรรมและความรับผิดชอบในการตลาดเชิงกิจกรรม</p>	<p>1. Power point</p> <p>2. Mind Map หรือ Infographic</p> <p>3. กรณีศึกษา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. กิจกรรมในชั้นเรียน จิตพิสัย การมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน ความ รับผิดชอบของงานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.1,1.1.2 2.1.1,2.1.2,2.1.4, 3.1.1,3.1.2,3.1.3 4.1.1 5.1.3	1. นักศึกษาเข้าเรียน สม่ำเสมอ 2. นักศึกษาแต่งกายถูก ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. นักศึกษามีส่วนร่วมใน การออกความคิดเห็น 4. นักศึกษาส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลา	ทุกสัปดาห์	10%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.4, 2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.2, 4.1.1,4.2.2 5.1.1,5.1.3	วิเคราะห์กรณีศึกษางาน เดี่ยวและงานกลุ่ม และการ นำเสนอแผนผังความคิด	ทุกสัปดาห์	20%
3. การจัดทำโครงงาน ผลงานและการ นำเสนอ	1.1.1,1.1.4 2.1.2,2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.3 4.1.1 5.1.1,5.1.3	การนำเสนองานกลุ่ม	ทุกสัปดาห์	30%
4. การทดสอบวัดผล ความรู้	1.1.4 2.1.2, 2.1.3	การทดสอบ - ทดสอบย่อย - สอบปลายภาค	7,16	40%

หมวดที่ 6 ทฤษฎีประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). Event Marketing. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นชกฤต วันตะเมธ. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

น้ำผึ้ง ไชว์พันธ์. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนดุสิต.

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. (2555). การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bernd Schmitt. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer
Insights. Foundations and Trends in Marketing, 5(2), 55–112.

Ken Kaser & Dotty Boen Oelkers (2008). Sports and entertainment marketing. USA: Thomson South-Western

Sven Damm. (2010). Best practices in Event Management. New Zealand: Unitec.

Tony Bhe, et al. (2004). Event Management and Best Practices. USA: International Business Machines Corporation.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หนังสือ/วารสารทางการตลาด

วารสารทางการตลาดออนไลน์ เช่น www.marketeer.co.th, www.brandage.com

นิตยสาร BusinessWeek, Fortune, Times, Forbes, PBS, etc.

เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น Coca-Cola, Pepsi, McDonald's, Nike, Starbucks, Home Depot, Wal-Mart, Tiffany, Gucci, Toyota, BMW, VW, Nokia, Apple, etc.

เว็บไซต์ธุรกิจที่จัดการตลาดเชิงกิจกรรม เช่น <http://newsignature.com/wp-content/uploads/2011/03/New-Signature-Event-Management-Planning.pdf>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ประเมินจากแนวคิดและการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา โดยการสนทนา และการแสดงความคิดเห็นแบบคิดวิเคราะห์

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชา

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการพิจารณาคุณภาพของผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น