



รายละเอียดของรายวิชา

รายวิชา การตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจนำเที่ยว
Integrated Marketing for Travel agency
รหัสวิชา 3572215

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2560

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	3
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวดที่ 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	15
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	16

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3572215 การตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจนำเที่ยว
 Integrated Marketing for Travel agency

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต 3(3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยว
 3.2 ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์
 4.2 อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ ตอนเรียน A1 และ B1
 อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ ตอนเรียน C1
 อาจารย์ธนะวิทย์ เพียรดี ตอนเรียน TA

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2560 / ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต และ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ตรัง

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 17 พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความหมาย แนวคิด และความสำคัญของการตลาดโดยประยุกต์ใช้กับธุรกิจท่องเที่ยว สามารถวิเคราะห์สถานการณ์และภาวะแวดล้อมทางการแข่งขัน วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจ สามารถจัดวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย นำเสนอกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ กลยุทธ์ครองใจลูกค้า แข่งขันในตลาดได้จริง และมีสำนึกของการทำธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับเนื้อหาการสอนให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ เช่น Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน หรือ Active Learning โดยใช้กรณีศึกษาเป็นฐานซึ่งผู้สอนจะเลือกวิธีการสอนให้สอดคล้องและเหมาะสมกับเนื้อหาวิชาเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และช่วยเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในเนื้อหาของรายวิชาได้มากยิ่งขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย แนวคิด และความสำคัญของการตลาด การจัดลำดับความสำคัญของตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์สถานการณ์และภาวะแวดล้อมทางการแข่งขัน พฤติกรรมของผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การจัดการส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดในตราสินค้า การสร้างการสัมผัสกับตราสินค้าโดยประสบการณ์โดยตรง การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการใช้เครื่องมือการตลาดหลายๆตัวที่สอดคล้องหรือสอดคล้องประสานกัน ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้สำหรับธุรกิจนำเที่ยว

Study of the meaning and importance of marketing concepts, the priorities of the target market, analysis of the situation and competitive environment, consumer behavior, market segmentation, selecting a target market, management of the marketing mix, the concept of branding, exposure to brand-building experience, Corporate Social Responsibility, and the use of several marketing tools that are consistent or harmonized together in the same direction in order to apply to travel agency.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยายการฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ วิธีการสื่อสาร นักศึกษาโทรศัพท์ติดต่อด่วนหน้า พบอาจารย์ประจำรายวิชา เป็นกลุ่มหรือรายบุคคลตามเวลานัดหมาย ช่องทางการสื่อสาร อาทิ โทรศัพท์ อีเมล เป็นต้น

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1. มีความซื่อสัตย์ สุจริต และสามารถจัดการปัญหาความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ
- 2. มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ และแสดงออกซึ่งคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและการปฏิบัติตนต่อผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ
- 3. มีความรับผิดชอบในหน้าที่ เป็นสมาชิกที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนา มีภาวะผู้นำ และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น
- 4. มีวินัยในการทำงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอน

1. มีสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมความซื่อสัตย์สุจริต จรรยาบรรณของธุรกิจ
2. มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในรายวิชา ส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักคิดพิจารณาวิเคราะห์ แยกแยะอย่างเป็นเหตุเป็นผล
3. ให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม ระดมสมอง คิดวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผลภายใต้กรอบคุณธรรม จริยธรรม

1.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินผลจากการสังเกตจากพฤติกรรมระหว่างการเรียนการสอน
2. ประเมินผลจากการทำงานกลุ่มและการออกปฏิบัติงาน
3. ประเมินผลจากการทำงานหรือกิจกรรมตามที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 1. มีความรู้ในสาขาวิชาการท่องเที่ยว ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติอย่างกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก
- 2. มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3. มีความรู้ในกระบวนการและเทคนิคการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานอาชีพ

2.2 วิธีการสอน

1. บรรยายในชั้นเรียน และมีการถาม-ตอบ
2. มอบหมายงานโดยศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และทำรายงาน
3. ศึกษาเอกสารที่กับสถานประกอบการจริงและการฝึกการใช้เทคนิคการพูด

2.3 วิธีการประเมินผล

1. ทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ
2. ประเมินจากรายงานที่ค้นคว้าและทำงานหรือทำกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมาย
3. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมระหว่างการเรียนรู้การสอน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 1. มีความสามารถประมวลและศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและความขัดแย้ง รวมทั้งหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก
- 2. มีความสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปสู่การฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม
- 3. มีความสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจ และจากศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล

3.2 วิธีการสอน

1. มีการสอนเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดต่างๆ มีการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลและหาแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ยกตัวอย่างข่าว กรณีศึกษา
2. การสอนภาคทฤษฎีโดยมีการมอบหมายงานทั้งเดี่ยวและกลุ่มและนักศึกษาทำกิจกรรมให้นักศึกษาทดลองปฏิบัติระหว่างการเรียนการสอน
3. การประยุกต์และการบูรณาการจากศาสตร์อื่นๆ และองค์ความรู้จากภาคธุรกิจ มาร่วมกับการเรียนการสอน รวมทั้งมีการฝึกปฏิบัติงานทั้งเดี่ยวและกลุ่ม

3.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่มอบหมาย
2. ประเมินจากการสอบข้อเขียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 1. มีความสามารถในการปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหาในกลุ่ม
- 2. มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและตรงตามมาตรฐานสากล

4.2 วิธีการสอน

1. มีการเรียนการสอนประกอบกิจกรรม โดยนักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามเนื้อหาของรายวิชาที่ได้รับมอบหมาย

2. มีการมอบหมายงานและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อฝึกให้นักศึกษามีความรับผิดชอบตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

4.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินผลจากงานที่ได้มอบหมาย
2. ประเมินผลจากการสังเกตจากพฤติกรรมในการเรียน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 1. มีความสามารถในการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียนและการสรุปประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 2. มีความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และวัฒนธรรม

● 3. มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร รู้จักเลือกรูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับเรื่อง และผู้ฟังที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิธีการสอน

1. สอนศัพท์เทคนิคทางการตลาดทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่นักศึกษาจำเป็นต้องรู้
2. มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ
3. มีการนำเสนอรายงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

1. ประเมินผลโดยการสอบข้อเขียน
2. ประเมินผลจากการที่นักศึกษาทำงานหรือทำกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมาย
3. ประเมินผลจากการนำเสนอรายงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
1	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะรายวิชา - วัตถุประสงค์ของรายวิชา - แนวการสอนและภาพรวมของเนื้อหาที่สอนในแต่ละสัปดาห์ - การวัดและการประเมินผล - ข้อตกลงในการเรียนและการเข้าชั้นเรียน - นักศึกษาแบ่งกลุ่ม - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดพอสังเขป 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย 2. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน <p>สื่อการเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site 	<p>อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์</p> <p>อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์</p> <p>อาจารย์ ธนะวิทย์ เพียรดี</p>
2	<ul style="list-style-type: none"> -ระบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการตลาด - ลักษณะตลาดบริการและตลาดท่องเที่ยว - บทบาทความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยว - สถานการณ์ตลาดธุรกิจนำเที่ยวในปัจจุบัน 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย 2. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน <p>สื่อการเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site 	<p>อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์</p> <p>อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์</p> <p>อาจารย์ ธนะวิทย์ เพียรดี</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดการตลาด - ส่วนประสมการตลาด - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (วิเคราะห์SWOT) (ครั้งที่ 1) 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน และกรณีศึกษาเป็นฐาน 	<p>อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์</p> <p>อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
			สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site	อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี
4	- แนวคิดการตลาด - ส่วนประสมการตลาด - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (วิเคราะห์SWOT) (ครั้งที่ 2)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน และกรณีศึกษาเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี
5	- แนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน - ปัจจัยที่ทำให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกัน - ความหมาย ความสำคัญของอุปทาน	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
6	- พฤติกรรมนักท่องเที่ยว - การใช้เครื่องมือในการวิจัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบ ระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำ ให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมี เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนวิทย์ เพียรดี
7	- การแบ่งส่วนการตลาด (Market Segmentation) - การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target Market) - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Market Positioning) - ส่วนถือครองทางการตลาดหรือ ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบ ระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำ ให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมี เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับ เนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนวิทย์ เพียรดี
8	องค์ประกอบทางการตลาด (Marketing mix 4P's, 8P's และ 10P's ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ครั้งที่ 1)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบ ระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
			สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ธนวิทย์ เพียรดี
9	องค์ประกอบทางการตลาด (Marketing mix 4P's, 8P's และ 10P's ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ครั้งที่ 2))	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนวิทย์ เพียรดี
10	องค์ประกอบทางการตลาด (Marketing mix 4P's, 8P's และ 10P's ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ครั้งที่ 3))	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD การท่องเที่ยว 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนวิทย์ เพียรดี

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
11	แนวคิดการตลาดยุคใหม่การตลาด เชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำ ให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมี เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับ เนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนะวิทย์ เพียรดี
12	การสร้างแบรนด์ (ตราสินค้า)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบ ระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐาน สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำ ให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมี เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับ เนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนะวิทย์ เพียรดี
13	- การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า CRM (Customer Relation Management) CEM (Customer Experience Management) - ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อ สังคม Corporate Social Responsibility (CSR)		กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์แบบ ระดมสมอง 3. การเรียนรู้แบบ Active Learning โดยใช้คำถามเป็นฐานและกรณีศึกษา เป็นฐาน	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
			สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี
14	- การแบ่งส่วนการตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (วิเคราะห์SWOT) - กลยุทธ์ทางการตลาด (ครั้งที่ 1)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษานำเสนอรายงานกลุ่มจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจริง (ครั้งที่ 1) 3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมอภิปรายให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง 2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหา 3. Web Site	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี
15	- การแบ่งส่วนการตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (วิเคราะห์SWOT) - กลยุทธ์ทางการตลาด (ครั้งที่ 2)	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. บรรยาย 2. นักศึกษานำเสนอรายงานกลุ่มจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจริง (ครั้งที่ 2) 3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมอภิปรายให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สื่อการเรียน 1. PowerPoint เป็นไฟล์หรือจัดทำให้เป็นในรูปแบบเอกสาร รวมถึงอาจจะมีเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธานีวิทย์ เพียรดี

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ ผู้สอน
			2. คลิปVCD ที่สอดคล้องหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหา 3. Web Site	
16	สอบปลายภาคในตารางของทางมหาวิทยาลัย (ข้อสอบอัตนัย)	1.30	การสอบปลายภาค (40 คะแนน)	อาจารย์ ดร.กนกพร ศิริโรจน์ อาจารย์ ดร.ศุภพิชญ์ กิตติณัฐพงศ์ อาจารย์ ธนะวิทย์ เพียรดี

หมายเหตุ ตารางข้างต้นผู้สอนสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมโดยขึ้นอยู่กับผู้เรียนเป็นสำคัญ

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.2, 2.2, 3.2, 4.2 และ 5.2	นักศึกษามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนที่ได้รับมอบหมาย สามารถนำหลักการและทฤษฎีมาใช้กับการจัดกลุ่มทำกิจกรรม/ธุรกิจที่สมมุติได้	ทุกสัปดาห์	40%
2	2.3	ศึกษานำเสนอรายงานหรือกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายหน้าชั้นเป็นงานกลุ่มหรืองานเดี่ยวและอาจารย์ผู้สอนประจำรายวิชามีการให้ข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อการปรับปรุงต่อไป	14-15	20%

3	3.3	การสอบปลายภาค (ข้อสอบอัตนัย) ประเมินผล การสอบ อิงเกณฑ์ของทาง มหาวิทยาลัย	16	40%
---	-----	---	----	-----

การประเมินผล

การวัดผลและการประเมินผลการศึกษาเป็นไปตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ว่าด้วยการประเมินผลการศึกษาในระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 (ภาคผนวก ข)

การประเมินผลการเรียนรู้โดยใช้คะแนนอิงเกณฑ์ของทางมหาวิทยาลัย คะแนนเก็บรวม 60 คะแนน และคะแนนสอบปลายภาค 40 คะแนน รวมคะแนนทั้งหมด 100 คะแนน

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2560). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
หมายเหตุ ผู้สอนจะปรับเพิ่มเนื้อหาสถิติและข้อมูลที่ทันสมัยจากเว็บไซต์ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT Intelligence center) ที่ <http://tatic.tourismthailand.org/> หรือ ดาวน์โหลด TATIC Mobile Application

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1	จิตร ติณทเสถียร และคณะ. (2556). สรรสร้าง แปรนต์ สร้างสรรค์. ปทุมธานี: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม.
2	ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดบุ๊ค จำกัด.
3	ดำรงค์ พิณคุณ. (2556). CREATIVE MARKETING. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ เรสเทอ์บุ๊ค.
4	เอกสารอื่นๆ ที่ผู้สอนแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาและสถานการณ์ปัจจุบัน

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1	เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (ข่าวสารสถานการณ์ท่องเที่ยวโลก - ไทยปัจจุบัน) ที่ http://tatic.tourismthailand.org/
2	เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวออนไลน์ ที่ http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-top-home
3	เว็บไซต์องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ World Tourism Organization UNWTO ที่ http://www2.unwto.org/
4	เว็บไซต์ https://www.youtube.com/
5	เว็บไซต์อื่นๆ ที่ผู้สอนแนะนำเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาและสถานการณ์ปัจจุบัน

หมวดที่ 7 การประเมินและการปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 ชั่วโมงแรกของการเรียนการสอนอาจารย์ผู้สอนอธิบายให้นักศึกษาเข้าใจถึงการปรับปรุงรายวิชานี้จากการเรียนการสอนในภาคการศึกษาที่ผ่านมาและประโยชน์จากข้อคิดเห็นของนักศึกษาต่อการพัฒนารายวิชาพร้อมให้นักศึกษาเสนอแนะกิจกรรมการเรียนการสอนที่นักศึกษาสนใจหรือเนื้อหาที่นักศึกษาคาดหวังที่จะได้เรียนจากรายวิชานี้

1.2 สังเกต สัมภาษณ์ พูดคุย ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็น อาจารย์ทวนถามสิ่งที่ได้เรียนทำย ชั่วโมงนักศึกษาสรุปบรรยายข้อความรู้ที่ได้รับทำย ชั่วโมง

1.3 ส่งเสริมให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นต่อการเรียนการสอนและการพัฒนารายวิชาโดยนักศึกษาจากการสอบถามจากนักศึกษาโดยตรงและจากการที่นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนของอาจารย์เป็นรายบุคคลผ่านระบบออนไลน์ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

อาจารย์ผู้สอนประเมินการสอนของตนเอง ดูผลการเรียนของนักศึกษา และศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขหรือการเปลี่ยนแปลง/ปรับปรุงรายวิชา

3. การปรับปรุงการสอน

3.1 การประเมินการสอนของตนเองและสรุปปัญหา อุปสรรค แนวทางแก้ไขเมื่อสิ้นสุดการสอน เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงรายวิชาในภาคการศึกษาต่อไปรวมทั้งปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

3.2 การประเมินจากงานและประมวลความคิดเห็นของนักศึกษาและสรุปปัญหาอุปสรรคแนวทางแก้ไขเมื่อสิ้นสุดการสอนเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงรายวิชาในภาคการศึกษาต่อไป

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

4.1 ตั้งคณะกรรมการทวนสอบรายวิชา ตามความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายวิชาและแผนการสอน

4.2 พิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบรายวิชา ตามผลการเรียนรู้ วัตถุประสงค์และคำอธิบายรายวิชา

4.3 ติดตามและตรวจสอบผลการเรียนของนักศึกษาทั้งในภาพรวมและรายบุคคล

4.4 ประชุมเพื่อรับรองผลคะแนนของนักศึกษา ในแต่ละรายวิชาของภาคการศึกษานั้นๆ

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนประจำวิชาทบทวนผลการประเมินจากนักศึกษาในวิชาที่รับผิดชอบในระหว่างภาคการศึกษาและปรับปรุงทันทีเมื่อสามารถดำเนินการได้ ทั้งนี้เมื่อจบภาคการศึกษามีการนำข้อมูลที่ได้จากข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอนประจำวิชาและนักศึกษามาประมวลเพื่อพัฒนาปรับปรุงรายวิชานี้ในภาคเรียนต่อไป