



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3644201 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing for Service Industry

อาจารย์ผู้สอน

อ. นุสรุลา ลาภภูวนารถ

## คำนำ

เอกสารรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ของรายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing for Service Industry) รหัสวิชา 3644201 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าว ให้มีความเป็นมาตรฐาน ครบถ้วน และถูกต้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี บทบาท หน้าที่ องค์ประกอบของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมาย การจัดการ อุปสงค์ที่สัมพันธ์กับศักยภาพในการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ การกำหนดราคา การส่งเสริมบริการ การส่งเสริมการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจ

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
กรกฎาคม 2561

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	27
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	27

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
คณะ    วิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา 3642401      ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย)      การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing for Service Industry
- จำนวนหน่วยกิต  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
  - ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือก
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา      อ. นุสรรา ลาภภูวนารถ  
อาจารย์ผู้สอน                              อ. นุสรรา ลาภภูวนารถ      ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1/2561 ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- สถานที่เรียน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
  - วันที่จัดทำ    8 สิงหาคม 2559
  - วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด              14 กรกฎาคม 2560

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี บทบาท หน้าที่ องค์ประกอบของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
2. เพื่อให้ทราบถึงหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดตลาดเป้าหมายในธุรกิจบริการ
3. เพื่อให้ทราบถึงการจัดการอุปสงค์ที่สัมพันธ์กับศักยภาพในการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ การกำหนดราคาบริการ การจัดจำหน่ายและการส่งมอบบริการ การสื่อสารการตลาดในธุรกิจบริการ กระบวนการบริการ หลักฐานทางกายภาพ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ
4. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการได้

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหาที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการปรับปรุงความถูกต้องของเนื้อหา

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎี บทบาท หน้าที่ องค์ประกอบของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดตลาดเป้าหมาย การจัดการอุปสงค์ที่สัมพันธ์กับศักยภาพในการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ การกำหนดราคา การส่งมอบบริการ การส่งเสริมการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ

Concepts, theories, roles, responsibilities, components of marketing for service industry. Marketing environmental analysis, consumer behavior analysis. Targeting, demand management in response to service potential. Service development, pricing, service delivery, promotion. Creation of customer satisfaction and relationships in service industry.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	-	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

#### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสมและกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียนโดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น และมีความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
- 1.1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### 1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- (2) ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- (4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ของศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

○ 2.1.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

○ 2.1.4 สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพทางด้านจัดการธุรกิจค้าปลีก ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

## 2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบพร้อมยกตัวอย่างประกอบการแก้ปัญหาของธุรกิจบริการ

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น การมอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากสื่อต่างๆ แบบรายงานเฉพาะบุคคลหรือรายงานกลุ่ม พร้อมวิเคราะห์ประเด็นที่เรียนมนำเสนอหน้าชั้นเรียน

## 2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/อัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

○ 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

● 3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม

### 3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาหลักการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางด้านการตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ได้รับมอบหมาย

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/อัตนัย
- (2) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการตลาด สำหรับธุรกิจบริการได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม
- 4.1.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทสมาชิกของกลุ่ม
- 4.1.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเอง และทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

### 4.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- (2) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- 5.1.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 5.1.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- 5.1.4 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม



## 5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website และการทำรายงาน โดยมี การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและ เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

## 5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/ข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

(3) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ/ รายงาน (กลุ่ม)

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<b>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการ</b> - ความหมายและความสำคัญของภาคธุรกิจบริการ - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของภาคธุรกิจบริการ - คุณลักษณะของการบริการ - การประสานงานร่วมกันภายในองค์กรธุรกิจบริการ - กิจกรรมทางการตลาดบริการที่สำคัญในธุรกิจบริการ	3	1. แนะนำตัวและอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล การแนะนำหนังสือประกอบการเรียน 2. เริ่มการเรียนการสอนโดยการตั้งคำถามผ่านเกมส์ การระบุระดับของการจับต้องได้ของสินค้าและบริการ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของวิชา 3. บรรยายประกอบ Power point 4. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นมีผลอย่างไรกับธุรกิจบริการ 5. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเขียนด้วยมือและลงสี	1. ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “ทิศทางการบริการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย”	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1	อ.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของธุรกิจบริการ และสามารถเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการและบทบาทของการบริการในองค์กรธุรกิจ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>					
2	<p><b>การจัดประเภทธุรกิจบริการ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์บริการ</li> <li>- การจัดประเภทธุรกิจบริการ</li> <li>- การจัดแบ่งกระบวนการให้บริการ</li> <li>-การจัดประเภทตามลักษณะเฉพาะของ</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อเกริ่นนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การจัดประเภทธุรกิจบริการ</li> <li>3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจบริการประเภทต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบัน</li> <li>4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา ธุรกิจบริการประเภทต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบัน</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	อ.นุสรุ ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผลิตภัณท์ -การนำมาประยุกต์ใช้ ทางการตลาด  <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในผลิตภัณท์บริการ การจัดแบ่งกระบวนการบริการ และลักษณะเฉพาะของการ บริการแต่ละประเภท โดย สามารถนำเสนอข้อสรุป โดยใช้ Mind Map เป็น เครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็นจาก กรณีศึกษา					
3	<b>พฤติกรรมผู้บริโภคใน ธุรกิจบริการ</b> -ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค -กระบวนการซื้อบริการ ความต้องการ และความ คาดหวังของลูกค้า และ	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อ นำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการที่น่าสนใจ ใน ปัจจุบัน 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเครื่องมือการจัดทำอย่าง อิสระ	1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. ก ร ณี คี ก ข า พฤติกรรมผู้บริโภคใน ธุรกิจบริการที่ น่าสนใจ ในปัจจุบัน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 1, 2	อ.นุสรรา ลาภสุวรรณธ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ต้นทุนผู้บริโภค</p> <p>-การประเมินคุณภาพในการบริการ</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและประโยชน์ของการวิเคราะห์พฤติกรรม โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>					
4	<p><b>ผลิตภัณฑ์บริการ</b></p> <p>-ความหมายของผลิตภัณฑ์บริการ</p> <p>-องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์</p> <p>-การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ผลิตภัณฑ์บริการ</li> <li>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point</li> <li>3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน</li> <li>4. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3	อ.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-การพัฒนาบริการใหม่ -บริการเสริมเพิ่มคุณค่า ให้กับผลิตภัณฑ์หลัก</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ โดยสามารถนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็นจาก กรณีศึกษา</p>			“Service Design” จากศูนย์ความรู้ด้าน การออกแบบ และ ความคิดสร้างสรรค์		
5	<p><b>ราคาสำหรับธุรกิจบริการ</b> -ราคาและคุณค่า -ความแตกต่างในการ กำหนดราคาระหว่างสินค้า และบริการ -วัตถุประสงค์ในการ กำหนดราคาบริการ -การกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์การกำหนด ราคาในธุรกิจบริการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา)</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ราคาสำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อกลยุทธ์ราคาในรูปแบบต่างๆ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point</li> <li>3. อภิปรายกลุ่มกลยุทธ์ราคา</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชาข้อ 3	อ.นุสรลา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	-การตัดสินใจในการ กำหนดกลยุทธ์ราคา สำหรับธุรกิจบริการ  Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในราคา โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็น					
6	<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย ในธุรกิจบริการ</b> -ความหมายของการจัด จำหน่าย -ความสำคัญของการจัด จำหน่ายในธุรกิจบริการ -การตัดสินใจเกี่ยวกับการ จัดจำหน่ายบริการ -การตัดสินใจด้านคนกลาง ในการให้บริการ -รูปแบบของคนกลางใน ช่องทาง	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อ นำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ใน กลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายในธุรกิจบริการที่น่าสนใจ ใน ปัจจุบัน	1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษาช่องทาง การจำหน่ายในธุรกิจ บริการที่น่าสนใจ ใน ปัจจุบัน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 3	อ.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุนาม)
	-รูปแบบการติดต่อระหว่าง ลูกค้ากับธุรกิจบริการ -การตัดสินใจในการจัดจา หน่ายในธุรกิจบริการ Learning Outcome  ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในช่องทางการจัด จำหน่าย โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็นในการ เนื้อหา					
7	<b>การสื่อสารทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</b> -การกำหนดวัตถุประสงค์ ของสื่อสารทางการตลาด -กระบวนการติดต่อสื่อสาร -ลักษณะเฉพาะของบริการ ที่ส่งผลต่อ กลยุทธ์การ สื่อสารการตลาด	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อ นำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ใน กลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ 3. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็น เครื่องมือ 4. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการโฆษณา	1. ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3 .แบบ บ จ า ล อ ง กระบวนการสื่อสาร เป็นเครื่องมือ 4. คลิปโฆษณา ธุรกิจ บริการที่น่าสนใจใน ปัจจุบัน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 3	อ.นุสรรา ลาภภูวนารถ



สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-การวางแผนการสื่อสาร ทางการตลาด</p> <p>-ส่วนประสมในการสื่อสาร ทางการตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในการสื่อสารทาง การตลาดสำหรับธุรกิจ บริการ โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็นในการ เนื้อหา</p>					
8	<p><b>กระบวนการบริการ</b></p> <p>-ความหมายของ กระบวนการ</p> <p>-ความสำคัญของ กระบวนการบริการ</p> <p>-การออกแบบกระบวนการ ให้บริการ</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง กระบวนการบริการ</p> <p>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริการของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ โดยการเขียนพิมพ์เขียวบริการและนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>	<p>1. ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>2. Power point</p> <p>3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการบริการ ของธุรกิจบริการที่ น่าสนใจ</p>	<p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ3</p>	อ.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุดำดับ)
	<p>-ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับกระบวนการ</p> <p>-ช่วงเวลาเผชิญหน้ากับบริการ</p> <p>-ระบบการปฏิบัติการผลิตบริการ</p> <p>-ระบบการตลาดบริการ</p> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหาโดยการเขียนพิมพ์เขียวบริการได้</p>					
9	<p><b>หลักฐานทางกายภาพ</b></p> <p>-ความหมายของหลักฐานทางกายภาพ</p> <p>-ประเภทของหลักฐานทางกายภาพ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง หลักฐานทางกายภาพ</li> <li>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	อ.นุสรลา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-องค์ประกอบของหลักฐานทางกายภาพ</p> <p>-รูปแบบของสถานบริการ</p> <p>-บทบาทและความสำคัญของสถานบริการ</p> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในหลักฐานทางกายภาพ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>			3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ	ข้อ 3, 4	
10	<p><b>การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ</b></p> <p>-ความหมายของทรัพยากรมนุษย์</p> <p>-การตลาดภายใน</p> <p>-กิจกรรมทางการตลาดภายใน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา)</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ ที่น่าสนใจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point</li> <li>3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ ที่น่าสนใจ</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3, 4	อ.นุสรลา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b>            ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการโดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>					
11	<p><b>การสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</b>            -ความหมายของการจัดการอุปสงค์ และการจัดการกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ            กำลังการผลิตบริการ การจัดการอุปสงค์            การปรับอุปสงค์โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</li> <li>3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของการตัดสินใจซื้อจากการสร้างสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power pointการสร้าง ความ สมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3, 4	อ.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในการการสร้าง สมดุลระหว่างอุปสงค์ และ กำลังการผลิตในธุรกิจ บริการ โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถ แสดงความคิดเห็นในการ เสนอเนื้อหา					
12	<b>การจัดการระบบแถวรอ คอยและระบบจอง ล่วงหน้า</b> องค์ประกอบของแถวรอ คอย ระบบจองล่วงหน้า	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อ นำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ใน กลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่องการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจอง ล่วงหน้า 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้าที่น่าสนใจ การบริการลูกค้าอย่างมีระดับของศูนย์บริการเลขสี่สรามอินทรา	1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การ จัดการระบบแถวรอ คอยและระบบจอง ล่วงหน้า 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง การบริการลูกค้าอย่าง มี ระดับ ข อ ง ศูนย์บริการเลขสี่ส รามอินทรา	กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 3, 4	อ.นุสรุ ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b>            ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการระบบแถวรอยคอกและระบบจองล่องหน้า โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>					
13	<p><b>การให้บริการอย่างมีคุณภาพ</b>            -ความหมายของคุณภาพในการบริการ            -การประเมินคุณภาพบริการ            -การสร้างภาพประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพ และคุณค่าในงานบริการ            -การรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับของลูกค้า</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point การให้บริการอย่างมีคุณภาพ</li> <li>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ที่น่าสนใจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power pointการให้บริการอย่างมีคุณภาพ</li> <li>3.กรณีศึกษาการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ที่น่าสนใจ</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3, 4	อ.นุสรุลา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>					
14	<p><b>การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</b> -ความหมายของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -แนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -ความภักดีของลูกค้า -ประโยชน์จากการรักษาลูกค้า -กลยุทธ์การรักษาลูกค้าเก่า</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่น่าสนใจ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</li> <li>2. Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>3. กรณีศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่น่าสนใจ</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3, 4	อ.นุสรา ลาภวนารถ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความ เข้าใจในการการบริหาร ความสัมพันธ์กับลูกค้า โดย นำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือ ในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น					
15	<b>กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความ รับผิดชอบต่อสังคมใน ธุรกิจบริการ</b> -กฎหมาย -จริยธรรม -จรรยาบรรณ -ความรับผิดชอบต่อสังคม	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อ นำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ใน กลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อ สังคมในธุรกิจบริการ 3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ	1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และ ความรับผิดชอบต่อ สังคมในธุรกิจบริการ 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง จริยธรรมในการ แข่งขันทางการตลาด	กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 3, 4	อ.นุสรา ลาภวนารถ



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
1. กิจกรรมในชั้นเรียน จิตพิสัย การมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน ความ รับผิดชอบของงานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.2, 1.1.3 2.1.2, 3.1.3 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและ บุคคล	1-15	10%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.2, 1.1.3 2.1.2, 3.1.3 4.1.1, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมิน จาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและ บุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์ กรณีศึกษา/การเขียนสรุป Mind Map เพื่อวัด ความ เข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการแสดง ความ คิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมใน ห้องเรียน เช่น การมีส่วน ร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	20%
4. รายงานและการ นำเสนอ	1.1.2, 1.1.3 2.1.2, 3.1.3 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย	1-14 15	30%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
		<p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจาก ความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้อย่างเหมาะสม</p>		
4. การทดสอบวัดผลความรู้	1.1.2, 1.1.3 2.1.2, 2.1.3	ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/อัตนัย	16	40%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์. (2560). *การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ มสค.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. Power Point ประจำบทเรียน
2. VDO Clips, Websites, กรณีศึกษาประจำบท

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)  
 ฉัตรพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)  
 อธิรติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2549). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนประเมินรายวิชาผ่านระบบฯ ของมหาวิทยาลัย

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์ผู้สอน เช่น สุ่มตรวจผลงานนักศึกษา ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

### 3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของนักศึกษาวิธีการให้คะแนนสอบและการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ