



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3644201 ชื่อรายวิชา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
Marketing for Service Industry

อาจารย์ผู้สอน

ผศ. ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing for Service Industry) รหัสวิชา 3642401 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “แนวคิด ทฤษฎี บทบาท หน้าที่ องค์ประกอบของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมาย การจัดการ อุปสงค์ที่สัมพันธ์กับศักยภาพในการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ การกำหนดราคา การส่งมอบบริการ การส่งเสริมการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจ”

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันได้

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

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา**
รหัสวิชา 3642401 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
(ภาษาอังกฤษ) Marketing for Service Industry
- จำนวนหน่วยกิต**
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ อาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน**
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 2
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)**
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)**
ไม่มี
- สถานที่เรียน**
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**
1 สิงหาคม 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

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

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ปรับปรุงรูปแบบกระบวนการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา

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 ช.ม. ต่อภาคการศึกษา	ไม่มี	-	6 ช.ม. ต่อสัปดาห์

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 เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ 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 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำ และการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวม และมีจิตสาธารณะ

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. การเรียนการสอนโดยการมอบหมายงานที่เป็นการวิเคราะห์กระบวนการบริหารการตลาดซึ่งประกอบด้านการวิเคราะห์ 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 ต่อยอดกรอบความรู้เดิม 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 เพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา 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	<p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของภาคธุรกิจบริการ - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของภาคธุรกิจบริการ - คุณลักษณะของการบริการ - การประสานงานร่วมกันภายในองค์กรธุรกิจบริการ - กิจกรรมทางการตลาดบริการที่สำคัญในธุรกิจบริการ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของธุรกิจบริการ และสามารถเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการ และบทบาทของการบริการในองค์กรธุรกิจ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำตัวและอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล การแนะนำหนังสือประกอบการเรียน 2. เริ่มการเรียนการสอนโดยการตั้งคำถามผ่านเกมส์ การระบุนะดับของการจับต้องได้ของสินค้าและบริการ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของวิชา 3. บรรยายประกอบ Power point 4. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นมีผลอย่างไรกับธุรกิจบริการ 5. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเขียนด้วยมือและลงสี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “ทิศทาง การบริการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย” 	กิจกรรมที่ 1 2 3 4 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

<p>2</p>	<p>การจัดประเภทธุรกิจบริการ - ผลิตภัณฑ์บริการ - การจัดประเภทธุรกิจบริการ - การจัดแบ่งกระบวนการให้บริการ -การจัดประเภทตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ -การนำมาประยุกต์ใช้ทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ การจัดแบ่งกระบวนการบริการ และลักษณะเฉพาะของการบริการแต่ละประเภท โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>	<p>3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อกรีนนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การจัดประเภทธุรกิจบริการ 3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ กรณีศึกษา ที่ 2.1 แกรมมีปุพรม 70 ซิงเกิล- และคอนเสิร์ตต้นธุรกิจเพลง กรณีศึกษาที่ 2.2 ธุรกิจสัตว์เลี้ยง ธุรกิจน่าสนใจท่ามกลางสภาวะความเหงาของคนเมือง กรณีศึกษาที่ 2.3: สแกนธุรกิจวิจัยไทย โตสวนเศรษฐกิจ ลุ้นเออีซีหนุน 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา ที่ 2.1 แกรมมีปุพรม 70 ซิงเกิล- และคอนเสิร์ตต้นธุรกิจเพลง กรณีศึกษาที่ 2.2 ธุรกิจสัตว์เลี้ยง ธุรกิจน่าสนใจท่ามกลางสภาวะความเหงาของคนเมือง กรณีศึกษาที่ 2.3: สแกนธุรกิจวิจัยไทย โตสวนเศรษฐกิจ ลุ้นเออีซีหนุน 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
<p>3</p>	<p>พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ -ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค -กระบวนการซื้อบริการ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า และต้นทุนผู้บริโภค -การประเมินคุณภาพในการบริการ</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและประโยชน์ของการวิเคราะห์พฤติกรรม โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>	<p>3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจบำรุงรักษารถยนต์ 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจบำรุงรักษารถยนต์ 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

4	<p>ผลิตภัณฑ์บริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของผลิตภัณฑ์บริการ -องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ -การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ -การพัฒนาบริการใหม่ -บริการเสริมเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลัก <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ผลิตภัณฑ์บริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา Zipcar ไอเดียธุรกิจรถเช่าที่ไม่เหมือนใคร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา Zipcar ไอเดียธุรกิจรถเช่าที่ไม่เหมือนใคร 4. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “Service Design” จากศูนย์ความรู้ด้านการออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
5	<p>ราคาสำหรับธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ราคาและคุณค่า -ความแตกต่างในการกำหนดราคาระหว่างสินค้าและบริการ -วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาบริการ -การกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์การกำหนดราคาในธุรกิจบริการ -การตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ราคาสำหรับธุรกิจบริการ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในราคา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ราคาสำหรับธุรกิจบริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อกลยุทธ์ราคาในรูปแบบต่างๆ และโหวดความชอบของกลยุทธ์ราคา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. เกมสักลยุทธ์ราคา 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

6	<p>ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของการจัดจำหน่าย -ความสำคัญของการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ -การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ -การตัดสินใจด้านคนกลางในการให้บริการ -รูปแบบของคนกลางในช่องทาง -รูปแบบการติดต่อระหว่างลูกค้ากับธุรกิจบริการ -การตัดสินใจในการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเนื้อหา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา เซเว่น อีเลฟเว่น ทำเลที่ตั้ง ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา เซเว่น อีเลฟเว่น ทำเลที่ตั้ง ปัจจัยแห่งความสำเร็จ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
7	<p>การสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -การกำหนดวัตถุประสงค์ของสื่อสารทางการตลาด -กระบวนการติดต่อสื่อสาร -ลักษณะเฉพาะของบริการที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด -การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด -ส่วนประสมในการสื่อสารทางการตลาด 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ 4. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ 4. คริปโฆษณา ธุรกิจบริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน 	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	<p>สำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเนื้อหา</p>					
8	<p>กระบวนการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของกระบวนการ -ความสำคัญของกระบวนการบริการ -การออกแบบกระบวนการให้บริการ -ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับกระบวนการ -ช่วงเวลาเผชิญหน้ากับบริการ -ระบบการปฏิบัติการผลิตบริการ -ระบบการตลาดบริการ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหาโดยการเขียนพิมพ์เขียวบริการได้</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่องกระบวนการบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาโรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมาการจัดทำโครงการพัฒนาระบบทรัพยากรภาพเอกสารทางการแพทย์ร่วมกับบริษัท ไบนารี กราฟิก จำกัด โดยการเขียนพิมพ์เขียวบริการและนำเสนอหน้าชั้นเรียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษาโรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมาการจัดทำโครงการพัฒนาระบบทรัพยากรภาพเอกสารทางการแพทย์ร่วมกับบริษัท ไบนารี กราฟิก จำกัด 	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

9	<p>หลักฐานทางกายภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของหลักฐานทางกายภาพ -ประเภทของหลักฐานทางกายภาพ -องค์ประกอบของหลักฐานทางกายภาพ -รูปแบบของสถานบริการ -บทบาทและความสำคัญของสถานบริการ <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในหลักฐานทางกายภาพ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง หลักฐานทางกายภาพ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา BU Diamond อาคารไอคอนสร้างสรรค์นานาชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา BU Diamond อาคารไอคอนสร้างสรรค์นานาชาติ 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
10	<p>การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของทรัพยากรมนุษย์ -การตลาดภายใน -กิจกรรมทางการตลาดภายใน <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา กรณีศึกษา ชลิตาภรณ์ แแบงเกอร์หญิง ผู้พลิกภาพ SCB 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา ชลิตาภรณ์ แแบงเกอร์หญิง ผู้พลิกภาพ SCB 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

<p>11</p>	<p>การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และ กำลังการผลิตในธุรกิจบริการ ความหมายของการจัดการอุปสงค์ และการจัดการกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ การจัดการผลิตบริการ การจัดการอุปสงค์ การปรับอุปสงค์โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>	<p>3</p>	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ 3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของการตัดสินใจซื้อจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</p>	<p>1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power pointการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
<p>12</p>	<p>การจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า องค์ประกอบของแถวรอคอย ระบบจองล่วงหน้า Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>	<p>3</p>	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่องการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการบริการลูกค้าอย่างมีระดับของศูนย์บริการเลขสี่สรามอินทรา</p>	<p>1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง การบริการลูกค้าอย่างมีระดับของศูนย์บริการเลขสี่สรามอินทรา</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

13	<p>การให้บริการอย่างมีคุณภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของคุณภาพในการบริการ -การประเมินคุณภาพบริการ -การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพ และคุณค่าในงานบริการ -การรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับของลูกค้า <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการให้บริการอย่างมีคุณภาพ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point การให้บริการอย่างมีคุณภาพ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา ปตท.การปรับปรุงงานโดยใช้เครื่องมือคุณภาพ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การให้บริการอย่างมีคุณภาพ 3.กรณีศึกษา ปตท.การปรับปรุงงานโดยใช้เครื่องมือคุณภาพ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
14	<p>การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -แนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -ความภักดีของลูกค้า -ประโยชน์จากการรักษาลูกค้า -กลยุทธ์การรักษาลูกค้าเก่า <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 3. วิเคราะห์กรณีศึกษากลุ่มทรูทูมกว่า 1,200 ล้าน ปันระบบ CRM มิติใหม่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 3. กรณีศึกษากลุ่มทรูทูมกว่า 1,200 ล้าน ปันระบบ CRM มิติใหม่ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

<p>15</p>	<p>กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ -กฎหมาย -จริยธรรม -จรรยาบรรณ -ความรับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>3</p>	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. บรรยายประกอบ Power point กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ 3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ</p>	<p>1.ตำรา การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power pointกฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ 3. 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง จริยธรรมในการแข่งขันทางการตลาด</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ 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, 1.1.3 2.1.1,2.1.2,3.1.2, 3.1.3,4.1.1 5.1.3	1. นักศึกษาเข้าเรียนสม่ำเสมอ 2. นักศึกษาแต่งกายถูกระเบียบของ มหาวิทยาลัย 3. นักศึกษามีส่วนร่วมในการออกความ คิดเห็น 4. นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรง เวลา	ทุกสัปดาห์	10%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.4, 2.1.3, 3.1.2, 4.1.1, 4.1.2, 5.1.3	วิเคราะห์กรณีศึกษางานเดี่ยวและงานกลุ่ม และการนำเสนอแผนผังความคิด	ทุกสัปดาห์	20%
3. การจัดทำโครงงาน ผลงานและการ นำเสนอ	1.1.1, 2.1.2, 2.1.3 3.1.3, 4.1.3 5.1.2,5.1.3	การนำเสนองานกลุ่ม	ทุกสัปดาห์	30%
4. การทดสอบวัดผล ความรู้	1.1.4 2.1.2, 2.1.3	การทดสอบ - ทดสอบย่อย - สอบปลายภาค	7,16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์. (2559).*การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและ
สิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ มสค.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. PowerPoint ประจำบทเรียน
2. VDO Clips, Websites , กรณีศึกษาประจำบท

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์.(2547).*การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ฉัตรภาพร เสมอใจ.(2547).*การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ธีรฤทธิ นวรัตน์ ณ อยุธยา.(2549). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ประเมินจากแนวคิดและการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา โดย การสนทนา และการแสดงความคิดเห็นแบบคิดวิเคราะห์

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชา

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการพิจารณาคุณภาพของผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น