

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา
3574413 การตลาดในธุรกิจการบิน
Marketing in Airline Business
- จำนวนหน่วยกิต
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการบิน หมวดวิชาเฉพาะบังคับ กลุ่มวิชาธุรกิจการบิน
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : อาจารย์นายนิพนธ์ ระวียัน
อาจารย์ผู้สอน : อาจารย์ดุษฎี สมุทรโคจร ตอนเรียน A1, B1 และ C1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1/2561 / ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
- สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
เดือนกรกฎาคม 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะและเอกลักษณ์ของสินค้าในธุรกิจการบิน
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดการบิน

3. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจการบินและการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องเนื่องในธุรกิจบริการได้

4. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด และสามารถวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจการบินได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
2. เพื่อนำไปประกอบการทำเอกสารและตำรา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาระบบการตลาดและการขายของธุรกิจการบินโดยเน้นกลไกการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างสายการบิน บริษัทท่องเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร ระบบการตลาด การวางแผนการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา การบริหารรายได้ และการตลาดแบบออนไลน์

Study marketing and sale system of airline business focus on the coordination of airlines, travel agents and ticketing agent, marketing system, marketing planning, advertising, sales promotion, public relations, pricing income management and e-marketing.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง / ภาคการศึกษา	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง / ภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนดวันและเวลาในการให้คำปรึกษาด้านวิชาการแก่ผู้เรียนสัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง โดยมีภาระงานให้ผู้เรียนทราบในห้องเรียน

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีคุณธรรมและจริยธรรมตามคุณสมบัติ ดังนี้

1) มีความซื่อสัตย์ สุจริต และสามารถจัดการปัญหาความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

2) มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพและแสดงออกซึ่งคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและการปฏิบัติตนต่อผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ

● 3) มีความรับผิดชอบในหน้าที่ เป็นสมาชิกที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนา มีภาวะผู้นำ และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น

4) มีวินัยในการทำงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบ ตลอดจนข้อบังคับขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอน

- จัดการเรียนการสอนโดยกระบวนการกลุ่ม
- บรรยายและอธิบายเนื้อหา

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนหรือในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในธุรกิจสายการบิน โดยสังเกตจากความตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียน ความมีน้ำใจและส่งรายงาน รวมทั้งการมีสัมมาคารวะต่อผู้อาวุโสและอาจารย์

- ประเมินจากบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับเพื่อนในชั้นเรียน
- ประเมินจากผลการแสดงความคิดเห็นในกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณทางความรู้ในการเป็นนักการตลาดที่ดี
- ประเมินจากรายงานที่นำเสนอและการอ้างอิงแหล่งที่มาของเอกสารต่างๆ ที่นำมาใช้ในการทำรายงานได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

1) มีความรู้ในสาขาวิชาธุรกิจการบิน ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวาง เป็นระบบ เป็นสากล และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก

● 2) มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) มีความรู้ในกระบวนการ เพื่อแก้ไขปัญหาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานอาชีพ

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การทำรายงานเดี่ยวและรายงานกลุ่ม การอภิปราย การวิเคราะห์กรณีศึกษา การมอบหมายให้สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วารสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ โดยนำมาสรุปและนำเสนอในชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการทดสอบย่อย
- ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม

- ประเมินจากผลการอภิปราย และการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 1) มีความสามารถประมวลและศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและความขัดแย้ง ตลอดจนหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก

2) มีความสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปใช้ประโยชน์ในการฝึกประสบการณ์ภาคสนาม และการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

3) มีความสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจและจากศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

3.2 วิธีการสอน

- การอธิบาย
- การมอบหมายงาน นำเสนอและ อภิปรายกลุ่ม โดยการศึกษากิจกรรมการศึกษาของธุรกิจสายการบิน
ต่าง
- การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่ม โดยเน้นการสืบค้นข้อมูล วิเคราะห์ปัญหา สังเคราะห์
แนวทางแก้ไขปัญหา และนำเสนอในชั้นเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบอัตนัยที่มีการประยุกต์ความรู้และทักษะกับการ
แก้ไขปัญหาด้านการบริหารการตลาดแบบบูรณาการ
- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 1) มีความสามารถในการปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตรงหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม

2) มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและตรงตามมาตรฐานสากล

4.2 วิธีการสอน

- การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่ม
- การอภิปรายกลุ่มในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน
- การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยเน้น Group Discussion ให้ผู้เรียนมีกระบวนการกลุ่มร่วมกันวางแผนและแก้ปัญหาในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับเพื่อนทั้งในและนอกกลุ่ม
- ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 1) มีความสามารถในการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการสรุปประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์และวัฒนธรรม
- 3) มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร รู้จักเลือกรูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับเรื่อง และผู้ฟังที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) มีความสามารถในการใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปล ความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้นักศึกษาทำรายงานเดี่ยวและกลุ่มที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล
- การวิเคราะห์กรณีศึกษาในประเด็นที่อาจารย์กำหนด โดยการสืบค้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การนำเสนอในชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารพร้อมส่งรูปเล่มรายงานและนำเสนอด้วยวาจาและบันทึกด้วยแผ่น CD ในการส่งผลงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- ประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงานด้วยเอกสาร การนำเสนอด้วยวาจา และการบรรยายประกอบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อการ เรียนรู้/ แหล่งการ เรียนรู้	ชิ้นงาน	ประเมิน การเรียนรู้
1	- แนะนำการเรียน การสอน - อธิบาย วัตถุประสงค์ราย วิชา	3	- อธิบายให้ผู้เรียน ทราบถึงสาระการ เรียนรู้ กิจกรรม การเรียนการสอน เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล และ เอก สารประกอบ การเรียน	Course Syllabus และเอกสาร ประกอบการ สอน		
2	ความรู้ทั่วไป เกี่ยวกับการ ตลาดในธุรกิจสาย การบิน	3	- ศึกษาความหมาย ของการ ตลาด ความสำคัญของ การ ตลาดในธุรกิจ สายการบิน - ลักษณะของ ตลาดในธุรกิจการ บิน	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
3	- การแบ่งส่วน การตลาด - การกำหนด ตลาดเป้าหมาย - การกำหนด ตำแหน่งผลิต ภัณฑ์	3	- ศึกษาความสำคัญ ของการแบ่งส่วน การตลาดเป้าหมาย - ศึกษาผลิตภัณฑ์ ของสายการบิน และการวาง ตำแหน่งของ ผลิตภัณฑ์และ บริการ	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
4	ส่วนประสมทาง	3	- ศึกษาส่วนประ	เอกสาร	เอกสารรายงาน	ประเมินผล

	การตลาดในธุรกิจการบิน		<p>สมการ ตลาดในธุรกิจการบิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing Mix 7Ps - นักศึกษาจับกลุ่มที่อภิปรายหน้าชั้นเรียน เกี่ยวกับสาขาการบิน 	<p>ประกอบการสอนและ PowerPoint</p>	<p>Marketing Mix 7Ps ของแต่ละสายการบิน</p>	<p>งานและการทำงานเป็นทีม</p>
5	<p>การบริหารอุปสงค์และขีดความสามารถในการให้บริการ</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาอุปสงค์และอุปทานในธุรกิจการบิน และการบริหารขีดความสามารถในการให้บริการเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด 	<p>เอกสารประกอบการสอนและ PowerPoint</p>		
6	<ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจการบิน - พันธมิตรการบิน - สายการบินต้นทุนต่ำ 	3	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษารูปแบบของกลยุทธ์พื้นฐานในการทำธุรกิจการบิน - อรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการรวมกลุ่มพันธมิตรการบิน - รูปแบบการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำ 	<p>เอกสารประกอบการสอนและ PowerPoint</p>		
7	<p>การบริหารรายได้ของธุรกิจสายการบิน</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษารายได้และรายจ่ายในธุรกิจการบิน - ศึกษาความสำคัญ 	<p>เอกสารประกอบการสอนและ PowerPoint</p>		

			ของราคา และ วัตถุประสงค์ในการ ตั้งราคา ปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อ ตัดสินใจด้านราคา			
8	สอบกลางภาค					
9	สภาพแวดล้อม ทางการตลาดการ บิน	3	- ปัจจัยภายนอก และภายในที่มี อิทธิพลต่อการขาย ในธุรกิจสายการบิน - มอบหมายให้ นักศึกษาจับกลุ่ม ร่วมกัน อภิปราย ปัจจัยที่มีผลต่อ ยอดขาย หน้าชั้น เรียน	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint	เอกสารรายงาน ปัจจัยที่มีผลต่อ ยอดขาย	ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ จาก รายงานที่ นักศึกษา จัดทำ
10	การส่งเสริม การตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์	3	- ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการขาย กระบวนการติดต่อ สื่อสาร ส่วนประ สมการส่งเสริม การตลาด และกล ยุทธ์การส่งเสริม ตลาด	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint และวิดีโอ โฆษณา ตัวอย่าง		
11	- จริยธรรมใน การตลาดและ ความรับผิดชอบต่อสังคมและ องค์กร - การบริหาร ความพึงพอใจ ของลูกค้า	3	- ศึกษารูปแบบการ ดำเนินงานของ สายการบินที่แสดง ความรับผิดชอบต่อ สังคม CSR - ศึกษากลยุทธ์การ บริหาร ความสัมพันธ์กับ ลูกค้าในธุรกิจสาย	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		

			การบิน CRM			
12	การวางแผน การตลาดเชิง กล ยุทธ์สำหรับธุรกิจ การบิน (Promotions)	3	- ศึกษาการส่งเสริม การตลาด โดยใช้ กลยุทธ์การส่งเสริมการขายใน ธุรกิจสายการบิน	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
13	การวางแผน การตลาดเชิง กล ยุทธ์สำหรับธุรกิจ สายการบิน (Public Relations)	3	- ศึกษาการส่งเสริม การตลาดโดยใช้ กลยุทธ์การโฆษณา ประชาสัมพันธ์	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint และวิดีโอ โฆษณา ตัวอย่าง		
14	แนวโน้มน การตลาดการบิน ในอนาคต	3	- นำเสนองานราย กลุ่มและอภิปราย แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับผลงาน ร่วมกัน		เอกสารรายงาน ที่อภิปราย	ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ จากการ อภิปราย ชั้นเรียน
15	แนวโน้มน การตลาดการบิน ในอนาคต	3	- นำเสนองานราย กลุ่มและอภิปราย แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับผลงาน ร่วมกัน		เอกสารรายงาน ที่อภิปราย	ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ จากการ อภิปราย ชั้นเรียน
16	สอบปลายภาค					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัดส่วนที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1, 1.2, 1.3, 1.4	การมีส่วนร่วม	ตลอดภาคเรียน	30%

	2.1, 2.2, 3.1, 3.2 4.1	กิจกรรมในชั้นเรียน ทำแบบฝึกหัดและ แบบทดสอบย่อย		
2	1.2, 1.3, 1.4, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 3.3, 4.1, 5.1, 5.3	การนำเสนอรายงาน	14-15	10%
3	1.1, 1.4, 2.1, 2.2 2.3, 3.1, 3.2, 3.3	สอบกลางภาค	8	30%
4	1.1, 1.4, 2.1, 2.2 2.3, 3.1, 3.2, 3.3	สอบปลายภาค	16	30%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารประกอบการสอนรายวิชา 3573414 การตลาดและการขายในธุรกิจการบิน โดยอาจารย์ธัญยพัฒน์ อินทรทัฬห์

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

International Civil Aviation Organization, 2001, Annex 1 - 18, ICAO Publications.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

www.bangkok.icao.int/

www.icao.int/

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ จัดทำโดยให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึงวิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชาด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

มีการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน โดยใช้ผลการเรียนและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้อ

3. การปรับปรุงการสอน

นำที่ได้จากการประเมินการสอนในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนโดยสัมมนาการจัดการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ระหว่างการเรียนรู้การสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้รายวิชา โดยสอบถามนักศึกษา พิจารณาจากผลการทดสอบ

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

นำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบประเมินมาใช้ปรับปรุงแผนการสอน นำผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชาเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนทุกปี