

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา
3573414 การตลาดและการขายในธุรกิจการบิน
Marketing in Airline Business
- จำนวนหน่วยกิต
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการบิน หมวดวิชาเฉพาะบังคับ กลุ่มวิชาธุรกิจการบิน
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : อาจารย์นิพนธ์ ระเบียบ
อาจารย์ผู้สอน : อาจารย์ดุชนันท์ 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
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจการบินและการบริหารห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องเนื่องในธุรกิจบริการได้
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด และสามารถวิเคราะห์ วางแผนกลยุทธ์ในธุรกิจการบินได้
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
 - เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
 - 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/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง / ภาคการศึกษา	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง / ภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนดวันและเวลาในการให้คำปรึกษาด้านวิชาการแก่ผู้เรียนสัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง โดยมีการแจ้งให้ผู้เรียนทราบในห้องเรียน

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 โดยการศึกษาจากกรณีศึกษาของธุรกิจสายการบินต่าง
- การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่ม โดยเน้นการสืบค้นข้อมูล วิเคราะห์ปัญหา สังเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา และนำเสนอในชั้นเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบอัตนัยที่มีการประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาด้านการบริหารการตลาดแบบบูรณาการ
- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- ประเมินจากความสมบูรณ์ของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 1) มีความสามารถในการปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตรงหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหาในกลุ่ม
- 2) มีความสามารถในการพัฒนาตนเอง และพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและตรงตามมาตรฐานสากล

4.2 วิธีการสอน

- การมอบหมายรายงานแบบเดี่ยวและกลุ่ม
- การอภิปรายกลุ่มในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาด้วยกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน
- การวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยเน้น Group Discussion ให้ผู้เรียนมีกระบวนการกลุ่มร่วมกันวางแผนและแก้ปัญหาในประเด็นที่อาจารย์และนักศึกษาด้วยกันกำหนดและนำเสนอในชั้นเรียน

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 การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายให้นักศึกษาทำรายงานเดี่ยวและกลุ่มที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูล
- การวิเคราะห์กรณีศึกษาในประเด็นที่อาจารย์กำหนด โดยการสืบค้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การนำเสนอในชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารพร้อมส่งรูปเล่มรายงานและนำเสนอด้วยวาจาและบันทึกด้วยแผ่น CD ในการส่งผลงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากความสำเร็จของรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม
- ประเมินจากรูปแบบการนำเสนอรายงานด้วยเอกสาร การนำเสนอด้วยวาจา และการบรรยายประกอบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อการ เรียนรู้/ แหล่งการ เรียนรู้	ชั้นงาน	ประเมิน การเรียนรู้
1	- แนะนำการเรียน การสอน - อธิบาย วัตถุประสงค์ราย วิชา	3	- อธิบายให้ผู้เรียน ทราบถึงสาระการ เรียนรู้ กิจกรรม การเรียนการสอน เกณฑ์การวัดและ ประเมินผล และ เอกสารประกอบ 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	3	- ศึกษาความสำคัญ ของการแบ่งส่วน การตลาดเป้าหมาย - ศึกษาผลิตภัณฑ์ ของสายการบิน และการวาง	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		

	ภัณฑ์		ตำแหน่งของ ผลิตภัณฑ์และ บริการ			
4	ส่วนประสมทาง การตลาดในธุรกิจ การบิน	3	- ศึกษาส่วนประ สมการ ตลาดใน ธุรกิจการบิน - Marketing Mix 7Ps - นักศึกษาจับกลุ่ม ที่อภิปรายหน้าชั้น เรียน เกี่ยวกับ สาขาการบิน	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint	เอกสารรายงาน Marketing Mix 7Ps ของ แต่ละสายการ บิน	ประเมินผล งานและ การทำงาน เป็นทีม
5	การบริหารอุป สงค์และขีด ความสามารถใน การให้บริการ	3	- ศึกษาอุปสงค์และ อุปทานในธุรกิจ การบิน และการ บริหารขีด ความสามารถใน การให้บริการเพื่อ ก่อให้เกิด ผลประโยชน์สูงสุด	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
6	- กลยุทธ์ทาง การตลาดในธุรกิจ การบิน - พันธมิตรการบิน - สายการบิน ต้นทุนต่ำ	3	- ศึกษารูปแบบของ กลยุทธ์พื้นฐานใน การทำธุรกิจการ บิน - อรรถประโยชน์ที่ ได้รับจากการ รวมกลุ่มพันธมิตร การบิน - รูปแบบการ ดำเนินงานของสาย การบินต้นทุนต่ำ	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
7	การบริหารรายได้ ของธุรกิจสายการ บิน	3	- ศึกษารายได้และ รายจ่ายในธุรกิจ การบิน - ศึกษาความสำคัญ ของราคา และ	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		

			วัตถุประสงค์ในการ ตั้งราคา ปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อการ 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 สื่อ สาร 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 การบิน CRM	เอกสาร ประกอบการ สอนและ PowerPoint		
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	แนวโน้ม การตลาดการบิน ในอนาคต	3	- นำเสนองานราย กลุ่มและอภิปราย แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับผลงาน ร่วมกัน		เอกสารรายงาน ที่อภิปราย	ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ จากการ อภิปราย ชั้นเรียน
15	แนวโน้ม การตลาดการบิน ในอนาคต	3	- นำเสนองานราย กลุ่มและอภิปราย แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับผลงาน ร่วมกัน		เอกสารรายงาน ที่อภิปราย	ประเมิน ความรู้ ความเข้าใจ จากการ อภิปราย ชั้นเรียน
16	สอบปลายภาค					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1, 1.2, 1.3, 1.4 2.1, 2.2, 3.1, 3.2 4.1	การมีส่วนร่วม กิจกรรมในชั้นเรียน ทำแบบฝึกหัดและ แบบทดสอบย่อย	ตลอดภาคเรียน	30%
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 โดยอาจารย์ธัญพัฒน์ 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 โดยใช้ผลการเรียนและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

นำที่ได้จากการประเมินการสอนในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนโดยสัมมนาการจัดการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ระหว่างการเรียนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้รายวิชา โดยสอบถามนักศึกษา พิจารณาจากผลการทดสอบ

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

นำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบประเมินมาใช้ปรับปรุงแผนการสอน นำผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนทุกปี