



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจค้าปลีก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

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

อาจารย์ผู้สอน

ดร.นุสรุ 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

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 | 22 |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 22 |

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 3642401 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
(ภาษาอังกฤษ) Marketing for Service Industry
2. จำนวนหน่วยกิต
3 (3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
 - 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.นุสรา ลาภภูวนารถ
 - 4.2 อาจารย์ผู้สอน อ.นุสรา ลาภภูวนารถ ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2/2561 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
 - 9.1 วันที่จัดทำ 8 สิงหาคม 2559
 - 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 16 พฤศจิกายน 2561

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. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง

- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร อาทิเช่น Line Facebook เป็นต้น

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

● 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น และมีความรับผิดชอบต่องาน 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 ที่เกี่ยวข้องกับความรู้อันจัดการธุรกิจค้าปลีก 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 พร้อมวิเคราะห์ประเด็นที่เรียนมานำเสนอหน้าชั้นเรียน

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 มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางด้านวิชาการตลาด 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 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ 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
- 5.2.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 5.3.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- 5.3.4 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

| ลำดับ ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|--------------|--|------------------|--|---|---|------------------------|
| 1 | <p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของภาคธุรกิจบริการ - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของภาคธุรกิจบริการ - คุณลักษณะของการบริการ - การประสานงานร่วมกันภายในองค์กรธุรกิจบริการ - กิจกรรมทางการตลาดบริการที่สำคัญในธุรกิจบริการ <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของธุรกิจบริการ และสามารถเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการ และบทบาทของการบริการในองค์กรธุรกิจ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำตัวและอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล การแนะนำหนังสือประกอบการเรียน 2. เริ่มการเรียนการสอนโดยการตั้งคำถามผ่านเกมส์ การระบุระดับของการจับต้องได้ของสินค้าและบริการ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของวิชา 3. บรรยายประกอบ Power point 4. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นมีผลอย่างไรกับธุรกิจบริการ 5. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การเขียนด้วยมือและลงสี | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “ทิศทางการบริการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย” | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1 | ดร.นุสรุ ลาภภูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|--------------|--|---|---|--------------------|
| 2 | <p>การจัดประเภทธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์บริการ - การจัดประเภทธุรกิจบริการ - การจัดแบ่งกระบวนการให้บริการ -การจัดประเภทตามลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ -การนำมาประยุกต์ใช้ทางการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ การจัดแบ่งกระบวนการ และลักษณะเฉพาะของการบริการแต่ละประเภท โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อเกริ่นนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การจัดประเภทธุรกิจบริการ 3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจบริการประเภทต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบัน 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้เครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา ธุรกิจบริการ ประเภทต่างๆ ที่น่าสนใจในปัจจุบัน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2 | ดร.นุสรลาภานวนารณ |
| 3 | <p>พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค -กระบวนการซื้อบริการ ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า และต้นทุนผู้บริโภค -การประเมินคุณภาพในการบริการ | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการที่น่าสนใจ ในปัจจุบัน | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจ | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2 | ดร.นุสรลาภานวนารณ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|--------------|---|--|--|----------------------|
| | <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรม ผู้บริโภคและประโยชน์ของการวิเคราะห์พฤติกรรม โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p> | | 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน Mind Map โดยใช้การ เครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ | บริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน | | |
| 4 | <p>ผลิตภัณฑ์บริการ -ความหมายของผลิตภัณฑ์บริการ -องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ -การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ -การพัฒนาบริการใหม่ -บริการเสริมเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลัก</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p> | 3 | 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจาก สัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ผลิตภัณฑ์บริการ 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการที่ น่าสนใจในปัจจุบัน | 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจ บริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการที่น่าสนใจ ในปัจจุบัน 4. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “Service Design” จากศูนย์ ความรู้ด้านการ ออกแบบ และ ความคิด สร้างสรรค์ | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3 | ดร.นุสรลา ลาภภูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|--------------|--|--|---|------------------------|
| 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 | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. อภิปรายกลุ่ม กลยุทธ์ราคา | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3 | ดร.นุสรา ลาภภูวนารถ |
| 6 | <p>ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของการจัดจำหน่าย -ความสำคัญของการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ -การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ -การตัดสินใจด้านคนกลางในการให้บริการ -รูปแบบของคนกลางในช่องทาง -รูปแบบการติดต่อระหว่างลูกค้ากับธุรกิจบริการ -การตัดสินใจในการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายในธุรกิจบริการที่น่าสนใจ ในปัจจุบัน | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษา <p>ช่องทางการจำหน่ายในธุรกิจบริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน</p> | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3 | ดร.นุสรา ลาภภูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|--------------|---|--|--|--------------------|
| | <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเนื้อหา</p> | | | | | |
| 7 | <p>การสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ -การกำหนดวัตถุประสงค์ของสื่อสารทางการตลาด -กระบวนการติดต่อสื่อสาร -ลักษณะเฉพาะของบริการที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสารการตลาด -การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด -ส่วนประสมในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 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 การสื่อสารทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ 4. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการโฆษณา | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3.แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ 4. คลิปโฆษณาธุรกิจบริการที่น่าสนใจในปัจจุบัน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3 | ดร.นุสรลาภานวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|--------------|---|--|--|-------------------------|
| 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 เรื่อง กระบวนการบริการ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริการของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ โดยการเขียนพิมพ์เขียวบริการและนำเสนอหน้าชั้นเรียน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริการของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3 | ดร.นุสรลา ลาภภูวนารถ |
| 9 | <p>หลักฐานทางกายภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของหลักฐานทางกายภาพ -ประเภทของหลักฐานทางกายภาพ -องค์ประกอบของหลักฐานทางกายภาพ -รูปแบบของสถานบริการ -บทบาทและความสำคัญของสถานบริการ | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง หลักฐานทางกายภาพ 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับหลักฐานทางกายภาพของธุรกิจบริการที่น่าสนใจ | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3, 4 | ดร.นุสรลา ลาภภูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|--------------|--|--|---|--------------------|
| | <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในหลักฐานทางกายภาพ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p> | | | | | |
| 10 | <p>การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>-ความหมายของทรัพยากรมนุษย์</p> <p>-การตลาดภายใน</p> <p>-กิจกรรมทางด้านการตลาดภายใน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการโดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p> | 3 | <p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>3. วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ ที่น่าสนใจ</p> | <p>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</p> <p>2. Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ ที่น่าสนใจ</p> | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3, 4 | ดร.นุสรลาภานวนารถ |
| 11 | <p>การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</p> <p>-ความหมายของการจัดการอุปสงค์ และการจัดการกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</p> <p>กำลังการผลิตบริการ การจัดการอุปสงค์</p> <p>การปรับอุปสงค์โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด</p> | 3 | <p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ</p> | <p>1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ</p> | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3, 4 | ดร.นุสรลาภานวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|--------------|---|--|--|----------------------|
| | <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการการสร้าง ความสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตใน ธุรกิจบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p> | | 3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ของการตัดสินใจ ซึ่งจากการการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ | 2. Power point การสร้าง ความสมดุลระหว่างอุปสงค์ และกำลังการผลิตในธุรกิจบริการ | | |
| 12 | <p>การจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า องค์ประกอบของแถวรอคอย ระบบจองล่วงหน้า</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p> | 3 | 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจาก สัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่ น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่องการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้าที่น่าสนใจการบริการลูกค้าอย่างมีระดับของ ศูนย์บริการเลขสี่สามอินทรา | 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การจัดการระบบแถวรอคอยและระบบจองล่วงหน้า 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง การบริการลูกค้าอย่างมีระดับของ ศูนย์บริการเลขสี่สามอินทรา | กิจกรรมที่ 1, 2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3, 4 | ดร.นุสรุรา ลากูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|--------------|--|--|--|-------------------------|
| 13 | <p>การให้บริการอย่างมีคุณภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของคุณภาพในการบริการ -การประเมินคุณภาพบริการ -การสร้าง ความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพ และคุณค่าในงานบริการ -การรับรู้ถึงการบริการที่ได้รับของลูกค้า <p>Learning Outcome 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. วิเคราะห์กรณีศึกษาการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ที่น่าสนใจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การให้บริการอย่างมีคุณภาพ 3.กรณีศึกษาการให้บริการอย่างมีคุณภาพ ที่น่าสนใจ | กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3, 4 | ดร.นุสรลา ลาภภูวนารถ |
| 14 | <p>การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -แนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ -ความภักดีของลูกค้า -ประโยชน์จากการรักษาลูกค้า -กลยุทธ์การรักษาลูกค้าเก่า | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า 3. วิเคราะห์กรณีศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่น่าสนใจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า | กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3, 4 | ดร.นุสรลา ลาภภูวนารถ |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|---|--|---|--------------------|
| | Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น | | | 3. กรณีศึกษาการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าที่น่าสนใจ | | |
| 15 | กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ -กฎหมาย -จริยธรรม -จรรยาบรรณ -ความรับผิดชอบต่อสังคม | 3 | 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. บรรยายประกอบ Power point กฎหมาย จริยธรรม จรรยา และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ 3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ | 1.ตำรา การตลาด สำหรับธุรกิจบริการ 2. Power point กฎหมาย จริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมในธุรกิจบริการ 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง จริยธรรมในการแข่งขันทางการตลาด | กิจกรรมที่ 1,2, 3 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา ข้อ 3, 4 | ดร.นุสรา ลากวนารณ |

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 ร่วม ในการ แสดง 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 | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนการประเมินผล |
|-------------------------|------------------------------|--|-------------------|---------------------|
| | | <p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจาก ความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถามตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม</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. (2561). *การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ มสส.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 อธิปไตย นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2557). *การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- 3.2 อรรถจันทร์ ศรีโชติ. (2556). *การตลาดบริการ : Service Marketing*. กรุงเทพฯ: นำศิลป์โฆษณา
- 3.3 วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2556). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

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