



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

รหัสวิชา 3644501 ชื่อรายวิชา การตลาดเชิงกิจกรรม
Event Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) รหัสวิชา 3644501 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรมในการจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม และมีการฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

รายละเอียดรายวิชานี้แสดงให้เห็นแนวทางในการเรียนรู้ทั้งทางการเรียนรู้ในชั้นเรียน ด้วยการบรรยายแบบมีส่วนร่วม การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการทำงานกลุ่มโดยจัดโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม ผู้เรียนเรียนรู้ทฤษฎีจากสื่อการสอน สถานการณ์ธุรกิจที่เกิดขึ้นจริง กรณีศึกษา การติดตามข่าวจากสื่อ การประยุกต์ทฤษฎีในการทำกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกชั้นเรียน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าด้วยตนเองและการดำเนินงานโครงการ เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

ผู้จัดทำ

พฤศจิกายน 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	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	17

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3644501 ชื่อรายวิชา การตลาดเชิงกิจกรรม
 Event Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3(3-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

3.2 ประเภทวิชา หมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤศจิกายน 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

1. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรม
2. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม
3. เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลว
4. เพื่อฝึกวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในการจัดทำโครงการ
5. เพื่อฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาฝึกวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดในการจัดทำโครงการ
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจากห้องสมุด องค์กร หน่วยงาน และอินเทอร์เน็ต และสามารถใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจจริยธรรม จรรยาบรรณในการตลาด
- 3.2 นักศึกษาต้องหาข้อมูลและทำงานด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษาต้องมีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความสำคัญและหน้าที่ของการตลาดเชิงกิจกรรมในการจัดการทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม และการฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

Importance and roles of event marketing in marketing management. Consumer behavior and marketing environmental analysis. Strategies and tactics in event marketing. Factors influencing success and failure in event marketing. Plus, practical event marketing projects.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	1. เพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ 2. เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นตามที่คุณเรียนร้องขอ	30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเฟสบุ๊กของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ (เฉพาะรายที่ต้องการ) โดยไม่จำกัดเวลา นักศึกษาสามารถนัดหมายทางออนไลน์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการสร้างภูมิคุ้มกัน
- 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

- 1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- 1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.2.3 มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- 1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- 1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- 1.3.4 ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

- 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- 2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point และวีดิทัศน์พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- 2.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- 2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน
- 2.2.5 มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- 2.3.2 ประเมินจากการสะสมงานการตลาดเชิงกิจกรรมบน Pinterest
- 2.3.3 ประเมินจากรายงานและนำเสนอ เรื่อง “การสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดี”
- 2.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- 2.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- 2.3.6 ประเมินจากโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม “Marketing Fair” ซึ่งประกอบด้วยการจัดนิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม
- 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชา และประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ
- 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

- 3.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- 3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- 3.2.3 กำหนดให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเพื่อทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย
- 3.2.4 กำหนดให้ใช้สื่อทางสังคม Pinterest เพื่อสืบค้นงานทางการตลาด และนำเสนอใน Pinterest ของตนเอง
- 3.2.5 มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

- 3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- 3.3.2 ประเมินจากการสะสมงานการตลาดเชิงกิจกรรมบน Pinterest
- 3.3.3 ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “การสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดี”
- 3.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- 3.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- 3.3.6 ประเมินจากโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม “Marketing Fair” ซึ่งประกอบด้วยการจัดนิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

- 4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- 4.2.2 มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

- 4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การเข้าเรียน บุคลิกภาพและการวางตัว การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม การส่งงาน และการจัดโครงการ
- 4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ/ รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำผู้ตามในการอภิปราย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด
- 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

- 5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- 5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.2.3 มอบหมายการสะสมงานบนสื่อทางสังคม Pinterest เพื่อฝึกการสืบค้นและการใช้ภาษา

5.2.4 ทดสอบศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

5.3.2 ประเมินจากการสะสมงานการตลาดเชิงกิจกรรมบน Pinterest

5.3.3 ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “การสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดี”

5.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

5.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

5.3.6 ประเมินจากโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม “Marketing Fair” ซึ่งประกอบด้วยการจัดนิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ และความรู้พื้นฐานของการตลาดเชิงกิจกรรม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเข้าใจแนวทางการเรียนรู้ รูปแบบโครงการที่ต้องจัดทำ และแนวทางการวัดผล และประเมินผล อธิบายความหมาย ความสำคัญ และหลักการในการตลาดเชิงกิจกรรม	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แหล่งข้อมูล 2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
2	การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ผ่านการสร้างสรรค์ประสบการณ์และการจัดกิจกรรม Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและประยุกต์ใช้การตลาดเชิงกิจกรรม สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ ต้นทุน ความคุ้มค่าในการลงทุน และกลยุทธ์และยุทธวิธีในการสร้างความสำเร็จ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายโครงการกิจกรรม นักศึกษา กำหนดแนวทางตามกระแสสังคมเพื่อผลสำเร็จในการสื่อสาร และประยุกต์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยในการจัดกิจกรรม 5. ทดสอบย่อย	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน PPT 3. กรณีศึกษา 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
3	การตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในความนิยม กลยุทธ์และยุทธวิธี ธุรกิจรับจัดกิจกรรม ปัญหาและความล้มเหลวของการตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. นำเสนอโครงการ	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
4	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนเข้าใจความต้องการเพื่อการออกแบบและจัดการโครงการ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท 5. นำเสนอรายงาน “การสร้างสรรค์ ประสพการณ์ที่ดี”	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
5	กิจกรรมเชิงการขาย Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานแสดงสินค้า งานเทศกาล การประกวด การแข่งขัน การแนะนำสินค้าใหม่ งานสำหรับลูกค้าพิเศษ และงานสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ทดสอบย่อย 6. ติดตามโครงการงาน	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
6	กิจกรรมที่เน้นการให้ความรู้ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบการประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม งานนิทรรศการ และการจัดประกวดผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และสื่อโฆษณา	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ทดสอบย่อย 6. ติดตามโครงการงาน	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
7	กิจกรรมที่เน้นการให้ข่าวสารองค์กร Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานแถลงข่าว การเยี่ยมชมกิจการ วันเปิดและครบรอบ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ติดตามโครงการงาน	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
8	กิจกรรมที่เน้นการแสดงความสามารถรับผิดชอบต่อสังคม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานการกุศล งานทำบุญ และงานรณรงค์เพื่อส่วนรวม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ทดสอบย่อย 5. ติดตามโครงการ	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
9	กิจกรรมที่เน้นการแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมส่วนรวม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเทศกาลระดับประเทศ งานในชุมชน และงานของภาครัฐ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ติดตามโครงการ	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
10	กิจกรรมที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเลี้ยงตอบแทนลูกค้า/ พนักงาน/ผู้ถือหุ้น งานปีใหม่ งานพักร้อนประจำปี	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ทดสอบย่อย 5. ติดตามโครงการ	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
11	กิจกรรมที่เน้นความบันเทิง Learning Outcome ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเลี้ยง แรลลี่ การแข่งกีฬา และคอนเสิร์ต	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
12	กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเลือกสื่อ รูปแบบกิจกรรม ต้นทุน และผลทางการตลาด	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
13	การดำเนินโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถจัด “Marketing Fair” ประกอบด้วย งานนิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair	3	1. การทำโครงการ	1. นักศึกษาจัดทำ	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
14	การควบคุมและวัดผลการตลาดเชิงกิจกรรม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถอธิบายเทคนิคและเครื่องมือในการ ควบคุมและวัดผล การนำเสนอความสำเร็จและ ความล้มเหลว	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน 4. สรุปผลโครงการ 5. ทดสอบย่อย	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
15	ประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเชิง กิจกรรม การสรุปเนื้อหาที่เรียนรู้ทั้งหมด และการ เน้นย้ำแนวทางการวัดผลและประเมินผลการ เรียนรู้ Learning Outcome ผู้เรียนเข้าใจความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมใน การตลาดเชิงกิจกรรม และเข้าใจการวัดผล	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย 2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	1. สื่อการสอน PPT 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	(1.1) (1.3)	1. พิจารณาการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน และมารยาทในชั้นเรียน 2. พิจารณาการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	1-15	5%
2. กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย ให้ทำในชั้นเรียน - ตอบคำถาม/ มีส่วนร่วม - นำเสนอรายงาน “การสร้างสรรค์ ประสพการณ์ที่ดี” - นำเสนองานสะสม “การตลาดเชิงกิจกรรม” ใน Pinterest	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. พิจารณางาน / กิจกรรมฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. พิจารณาการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. พิจารณาพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	20% 5% 5% 10%
3. ทดสอบย่อย - องค์ความรู้ - ภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (5.1) (5.2)	1. พิจารณาผลทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	2-15	10%
4. จัดโครงการ “Marketing Fair”	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (3.1) (3.2) (4.1) (4.2) (5.1) (5.3) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. พิจารณาความสมบูรณ์ของงาน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. พิจารณาการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหา 6. พิจารณาเทคนิคการสืบค้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม	1-14 15	35%
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2)	1. พิจารณาผลการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	30%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). Event Marketing. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Bernd Schmitt. (2010). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), 55–112.

2.2 Ken Kaser & Dotty Boen Oelkers (2008). *Sports and entertainment marketing*. USA: Thomson South-Western

2.3 Sven Damm. (2010). *Best practices in Event Management*. New Zealand: Unitec.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 หนังสือ/วารสารทั้งออนและออฟไลน์เช่น www.marketeer.co.th, www.brandage.com

3.2 นิตยสาร BusinessWeek, Fortune, Times, Forbes, PBS, etc.

3.3 เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น Coca-Cola, Pepsi, McDonald's, Nike, Home Depot, etc.

3.4 เว็บไซต์ธุรกิจที่จัดการตลาดเชิงกิจกรรม เช่น <http://newsignature.com/wp-content/uploads/2011/03/New-Signature-Event-Management-Planning.pdf>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ