



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2/2562

รหัสวิชา 3644604 รายวิชา การตลาดเชิงกิจกรรม

Event Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) รหัสวิชา 3644604 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญ บทบาทของการตลาดเชิงกิจกรรมในการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมทางการตลาด วัตถุประสงค์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม การจัดการการตลาดเชิงประสบการณ์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม การฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

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

ผู้จัดทำ

พฤศจิกายน 2562

## 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                | 16   |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 16   |

## รายละเอียดของรายวิชา

|                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา  | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา | คณะวิทยาการจัดการ   |

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา 3644604 ชื่อรายวิชา การตลาดเชิงกิจกรรม  
Event Marketing
- จำนวนหน่วยกิต  
3(3-2-5) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
  - สาขาวิชาการตลาด
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)  
ไม่มี
- สถานที่เรียน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
ตุลาคม 2562

## 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 และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องได้

#### 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

ความสำคัญ บทบาทของการตลาดเชิงกิจกรรมในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมทางการตลาด วัตถุประสงค์ กลยุทธ์และยุทธวิธีในการตลาดเชิงกิจกรรม การจัดการการตลาดเชิงประสบการณ์ ปัจจัยแห่งความสำเร็จและความล้มเหลวในการตลาดเชิงกิจกรรม การฝึกปฏิบัติโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม

Importance, roles of event marketing in integrated marketing communications; consumer behavior and marketing environmental analysis; objectives, strategies, and tactics in event marketing; experiential marketing management; factors influencing success and failure in event marketing; practical event marketing projects

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย                   | สอนเสริม   | ฝึกปฏิบัติ               | การศึกษาด้วยตนเอง        |
|--------------------------|--|--------------------------|--------------------------|
| 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา | 1. เพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่มีการสอน<br>2. เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นตามที่ผู้เรียนร้องขอ | 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา | 90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา |

## 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเฟสบุ๊คของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ (เฉพาะรายที่ต้องการ) โดยไม่จำกัดเวลา นักศึกษาสามารถนัดหมายทางออนไลน์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง 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 พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- 2.2.5 มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- 2.3.2 ประเมินจากการสะสมงานการตลาดเชิงกิจกรรมบน Pinterest
- 2.3.3 ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ 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 รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผล จากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

### 3.2 วิธีการสอน

- 3.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- 3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและ เสริมสร้างความรู้ใหม่ 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 ประเมินจากรายงานและนำเสนอ เรื่อง “การสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดี”
- 3.3.4 ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- 3.3.5 ประเมินจากพฤติกรรม บุคลิกภาพ และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- 3.3.6 ประเมินจากโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม “Marketing Fair” ซึ่งประกอบด้วยการจัด นิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับ ผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่าง เหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

### 4.2 วิธีการสอน

- 4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- 4.2.2 มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้น เรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่าง เหมาะสมตามสถานการณ์



#### 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 โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ
- 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<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถเข้าใจแนวทางการเรียนรู้ รูปแบบโครงงานที่ต้องจัดทำ และแนวทางการวัดผล และประเมินผล<br>อธิบายความหมาย ความสำคัญ และหลักการในการตลาดเชิงกิจกรรม            | 3             | <b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b><br>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แหล่งข้อมูล<br>2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>4. อธิบายโครงงานการกุศลที่ต้องทำ<br>5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท | 1. เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน PPT<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 2        | การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ผ่านการสร้างสรรคประสมการณ์และการจัดกิจกรรม<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจและประยุกต์ใช้การตลาดเชิงกิจกรรม สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ ต้นทุน ความคุ้มค่าในการลงทุน และกลยุทธ์และยุทธวิธีในการสร้างความสำเร็จ | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายโครงงานกิจกรรม นักศึกษา กำหนดแนวทางตามกระแสสังคมเพื่อผลสำเร็จในการสื่อสาร และประยุกต์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยในการจัดกิจกรรม<br>5. ทดสอบย่อย                            | 1. เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน PPT<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 3        | การตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย<br><b>Learning Outcome</b>  | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย   | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา  | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)                               | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome  | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา  | ผู้สอน (ระบุลำดับ)            |
|----------|--|---------------|--|---|---|-------------------------------|
|          | ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจในความนิยม กลยุทธ์และ ยุทธวิธี ธุรกิจบริหารจัดการกิจกรรม ปัญหาและความ ล้มเหลวของการตลาดเชิงกิจกรรมในประเทศไทย   |               | 3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน<br>5. นำเสนอโครงการ  | 3. วิดีทัศน์                                      | (4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4)  |                               |
| 4        | <b>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและ สภาพแวดล้อมการตลาด</b><br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนเข้าใจความต้องการเพื่อการออกแบบและ จัดการโครงการ  | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>5. นำเสนอรายงาน “การสร้างสรรค์ ประสพการณ์ที่ดี” | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 5        | <b>กิจกรรมเชิงการขาย</b><br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานแสดงสินค้า งาน เทศกาล การประกวด การแข่งขัน การแนะนำสินค้า ใหม่ งานสำหรับลูกค้าพิเศษ และงานสร้าง ความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน<br>5. ทดสอบย่อย<br>6. ติดตามโครงการ           | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 6        | <b>กิจกรรมที่เน้นการให้ความรู้</b><br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถออกแบบการประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม งานนิทรรศการ และการจัดประกวด ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และสื่อโฆษณา                           | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน<br>5. ทดสอบย่อย<br>6. ติดตามโครงการ           | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา  | ผู้สอน (ระบุลำดับ)            |
|----------|---|---------------|--|---|---|-------------------------------|
| 7        | กิจกรรมที่เน้นการให้ข่าวสารองค์กร<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานแถลงข่าว การเยี่ยมชม<br>กิจการ วันเปิดและครบรอบ                         | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน<br>5. ติดตามโครงการ | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 8        | กิจกรรมที่เน้นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานการกุศล งานทำบุญ<br>และงานรณรงค์เพื่อส่วนรวม                   | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. ทดสอบย่อย<br>5. ติดตามโครงการ                  | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 9        | กิจกรรมที่เน้นการแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของ<br>สังคมส่วนรวม<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเทศกาลระดับประเทศ<br>งานในชุมชน และงานของภาครัฐ | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน<br>5. ติดตามโครงการ | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 10       | กิจกรรมที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเลี้ยงตอบแทนลูกค้า/<br>พนักงาน/ผู้ถือหุ้น งานปีใหม่ งานพักผ่อนประจำปี  | 3             | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. ทดสอบย่อย<br>5. ติดตามโครงการ                  | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีศึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน   | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน (ระบุลำดับ)            |
|----------|---|--------------|---|---|---|-------------------------------|
| 11       | กิจกรรมที่เน้นความบันเทิง<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถออกแบบงานเลี้ยง แรลลี่ การแข่งกีฬา และคอนเสิร์ต  | 3            | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน                | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีสึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2) (5.1) (5.4)    | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 12       | กิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถเลือกสื่อ รูปแบบกิจกรรม ต้นทุน และผลทางการตลาด                             | 3            | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท                     | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีสึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2) (5.1) (5.4)    | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 13       | การดำเนินโครงการการตลาดเชิงกิจกรรม<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถจัด “Marketing Fair” ประกอบด้วยงานนิทรรศการ การสัมมนาวิชาการ และ Product Fair   | 3            | 1. การทำโครงการการกุศล “เพื่อเพื่อนร่วมโลก ❤️”  | 1. นักศึกษาจัดทำ                                  | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 14       | การควบคุมและวัดผลการตลาดเชิงกิจกรรม<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนสามารถอธิบายเทคนิคและเครื่องมือในการควบคุมและวัดผล การนำเสนอความสำเร็จและความล้มเหลว | 3            | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย<br>3. ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน<br>4. สรุปผลการดำเนินงานโครงการ<br>5. ทดสอบย่อย | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีสึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)<br>(4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 15       | ประเด็นทางคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเชิงกิจกรรม การสรุปเนื้อหาที่เรียนรู้ทั้งหมด และการเน้นย้ำแนวทางการวัดผลและประเมินผลการ                               | 3            | 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย<br>2. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย   | 1. สื่อการสอน PPT<br>2. กรณีสึกษา<br>3. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) (3.3)                               | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------|---|--------------|-----------------------|------------|-------------------------------|--------------------|
|          | เรียนรู้<br>Learning Outcome<br>ผู้เรียนเข้าใจความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมในการตลาดเชิงกิจกรรม และเข้าใจการวัดผล |              |                       |            | (4.1) (4.2)<br>(5.1) (5.4)    |                    |

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

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

| กิจกรรมที่    | ผลการเรียนรู้                             | วิธีการประเมินผล  | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนการประเมินผล |
|---------------|---|---|-------------------|---------------------|
|               |   | 6. พิจารณาเทคนิคการสืบค้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม |                   |                     |
| 7. สอบปลายภาค | (2.1) (2.2)<br>(2.3) (2.4)<br>(3.1) (3.2) | 1. พิจารณาผลการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย               | 16                | 30%                 |

## หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

### 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](http://www.marketeer.co.th), [www.brandage.com](http://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
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรูู้



### 3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปรายรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ