

มคอ 3

รหัสวิชา 5073333
การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing)

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1	4
ข้อมูลทั่วไป <ol style="list-style-type: none"> 1. รหัสและชื่อรายวิชา 2. จำนวนหน่วยกิต 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) 8. สถานที่เรียน 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 	
หมวด 2	4
จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ <ol style="list-style-type: none"> 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา 	
หมวด 3	5
ลักษณะและการดำเนินการ <ol style="list-style-type: none"> 1. คำอธิบายรายวิชา 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 	
หมวด 4	6
การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา <ol style="list-style-type: none"> 1. คุณธรรม จริยธรรม 2. ความรู้ 3. ทักษะทางปัญญา 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 	
หมวด 5	8
แผนการสอนและการประเมินผล <ol style="list-style-type: none"> 1. แผนการสอน 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้ 	
หมวด 6	11
ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารและตำราหลัก 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ 	

หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12
	1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา	
	2. กลยุทธ์การประเมินการสอน	
	3. การปรับปรุงการสอน	
	4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา	
	5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา	

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา โรงเรียนการเรือน

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
5073333 การตลาดธุรกิจบริการ
2. จำนวนหน่วยกิต
3(3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
รายวิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้สอน อาจารย์รติญา นนธิราช
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ Summer/2563
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
เมษายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 1. เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ทฤษฎี บทบาท หน้าที่ องค์ประกอบของการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
 2. เพื่อให้ทราบถึงหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การกำหนดเป้าหมาย ในธุรกิจบริการ
 3. เพื่อให้ทราบถึงการจัดการอุปสงค์ที่สัมพันธ์กับศักยภาพในการบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ การกำหนดราคา การส่งเสริมบริการ การส่งเสริมการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ
 4. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์แผนการตลาดของธุรกิจบริการได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีฐานความรู้ที่เป็นรูปธรรมในการศึกษาวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการนำความรู้ไปใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านการบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาลักษณะพื้นฐานของธุรกิจบริการ และสภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้รับบริการ การแบ่ง กลุ่มตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด การวิเคราะห์และวางแผนเพื่อพัฒนากลยุทธ์และส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการ รวมถึงการอภิปรายในกรณีศึกษาและประเด็นที่เกี่ยวข้อง

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45	เฉพาะกรณีที่นักศึกษาต้องการ	-	90

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมง เฉพาะกรณีที่นักศึกษาต้องการ

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

ความมีวินัย ซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อการเรียน การปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทและการประพฤติตนต่อสังคมทุกระดับด้วยความสม่ำเสมอ

1.2 วิธีการสอน

- สอดแทรกตัวอย่างและนำเสนอแนวคิดผ่านการเรียนการสอน
- ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างและสังเกตพฤติกรรมที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งจัดทำบันทึก
- ผู้เรียนและผู้สอนร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็น

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากพัฒนาการของผู้เรียนในด้านความมีวินัย ความซื่อสัตย์และรับผิดชอบตามหน้าที่และบทบาท รวมถึงพัฒนาการของพฤติกรรมที่แสดงออก
- ประเมินจากลักษณะเจตคติ และพัฒนาการทางความคิดที่นำเสนอ การมีส่วนร่วม

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- ความรู้ด้านทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการและหน้าที่งานในการประกอบธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ
- ความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการองค์การธุรกิจ
- ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ สภาพแวดล้อม เทคโนโลยีใหม่ๆ และนวัตกรรมของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

2.2 วิธีการสอน

- บรรยาย และให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการอภิปราย หรือแสดงบทบาทสมมติ
- การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ
- การจัดทำโครงการ หรือ วิเคราะห์กรณีศึกษา/ประเด็นปัญหาทางธุรกิจ

2.3 วิธีการประเมินผล

- การทดสอบ
- บันทึกการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น หรือวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินคุณภาพงานที่ได้รับมอบหมาย

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ทักษะในการเรียนรู้ เข้าใจ และวิเคราะห์ในการคิดแก้ไขปัญหาและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้บริหารองค์การธุรกิจ

3.2 วิธีการสอน

- การบรรยาย อภิปราย การทดสอบ และฝึกให้นักศึกษาหัดคิดเชิงวิเคราะห์ คิดเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาด้านการคิดและตัดสินใจผ่านกรณีศึกษาหรือโครงการที่ทำ

3.3 วิธีการประเมินผล

- การทดสอบ
- บันทึกการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น หรือวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินคุณภาพงานที่ได้รับมอบหมาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ทักษะในการทำงานเป็นทีมที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 วิธีการสอน

- สอดแทรกแนวคิดที่สำคัญในการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ และมอบหมายงานกลุ่ม
- สังเกตพฤติกรรมการทำงานร่วมกันของผู้เรียน และจดบันทึกผล

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากพฤติกรรมที่สังเกตได้
- ประเมินจากคุณภาพงานที่นำเสนอ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ทักษะการวิเคราะห์ด้านงบการเงิน เช่น งบดุล งบกำไรขาดทุน งบประมาณต่างๆ
- ทักษะในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน การนำเสนอ การประสานงานกลุ่ม
- ทักษะในการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อการสืบค้นข้อมูลประกอบการเรียน การใช้โปรแกรม

ประยุกต์ในการนำเสนองาน หรือจัดทำรายงาน หรือการคำนวณตัวเลขต่างๆ

5.2 วิธีการสอน

- การบรรยาย การฝึกปฏิบัติ และการมอบหมายงานเพื่อให้เกิดการปฏิบัติจริง

5.3 วิธีการประเมินผล

- การทดสอบ
- การสังเกตพฤติกรรม
- คุณภาพงานที่นำเสนอ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดบริการ - การบริการในระบบเศรษฐกิจ - ความหมายของการบริการ - ประเภทของการบริการ	3	1. แนะนำการเรียนการสอน 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. สื่อออนไลน์	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร. กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์ มนัส
2-	บทบาทของการตลาดบริการ - ส่วนประสมการตลาดบริการ - การตลาดสายสัมพันธ์ - กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์และความภักดีของลูกค้าต่อธุรกิจบริการ	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. สื่อออนไลน์	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร. กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์ มนัส
3	สภาวะแวดล้อมการตลาดบริการ - ความหมายและความสำคัญของสภาวะแวดล้อมทางการตลาด	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร. กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์ มนัส

	<p>บริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลกระทบของสภาวะแวดล้อมที่มีต่อกระบวนการตลาดบริการ - การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดธุรกิจบริการ 		จากกรณีศึกษา	
4	<p>การกำหนดภารกิจหลักที่มีประสิทธิผลสำหรับธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของภารกิจหลัก - การกำหนดภารกิจหลักที่มีประสิทธิภาพ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT จากกรณีศึกษา 	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
5	<p>การตลาดเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดตำแหน่งบริการ - การสร้างความแตกต่าง - การสร้างตราบริการ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
6	<p>ผลิตภัณฑ์บริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของผลิตภัณฑ์บริการ - การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
7	<p>การกำหนดราคาสำหรับธุรกิจบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของราคา - การกำหนดวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
8	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	3	นักศึกษานำเสนอเดี่ยวเกี่ยวกับประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
9	ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ (ต่อ)	3	นักศึกษานำเสนอเดี่ยวเกี่ยวกับประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ (ต่อ)	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส
10	<p>การจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ</p> <p>การสื่อสารทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ 	ดร.วิทยา ศิริพันธ์ วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส

	<p>ความสำคัญการสื่อสาร</p> <p>การตลาดแบบครบวงจร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนการสื่อสารทางการตลาด - สาเหตุที่ต้องใช้การสื่อสารแบบครบวงจร - ส่วนประสมการสื่อสารแบบครบเครื่อง 		<p>สาระการเรียนรู้</p>	
11	<p>การจัดการด้านทรัพยากรบุคคลและลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของบุคคลในการบริการ <p>การจัดการการมีส่วนร่วมในการบริการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<p>ดร.วิทยา ศิริพันธ์</p> <p>วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส</p>
12	<p>กระบวนการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของกระบวนการ - การสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตและการบริการ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษา ร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<p>ดร.วิทยา ศิริพันธ์</p> <p>วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส</p>
13	<p>หลักฐานทางกายภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดการภูมิทัศน์บริการ - กลยุทธ์หลักฐานทางกายภาพ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<p>ดร.วิทยา ศิริพันธ์</p> <p>วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส</p>
14	<p>การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญในการบริการลูกค้า -คุณภาพในการ บริการ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<p>ดร.วิทยา ศิริพันธ์</p> <p>วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส</p>
15	<p>การจัดการอุปสงค์และการผลิตบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาในการผลิตบริการ <p>การจัดการกำลังการผลิตบริการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันทบทวนเนื้อหาที่สำคัญในวิชา 	<p>ดร.วิทยา ศิริพันธ์</p> <p>วัฒนา และ ผศ.ดร.กรวิรินทร์ เขมะพันธุ์มนัส</p>
16	<p>สอบปลายภาค</p>			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1, 2, 3, 4, 5	- พฤติกรรมในการเรียน	ทุกสัปดาห์	10%
		- นำเสนอเดี่ยว	8, 9	20%
		- สอบปลายภาค	16	30%
2	1, 2, 3, 4, 5	- ทักษะและการมีส่วนร่วมในการนำเสนอ	15	20%
3	1, 2, 3, 4, 5	- Assignment ความรับผิดชอบในการส่งงานและคุณภาพงาน	4,7,10,13	20%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์. (2556). เอกสารประกอบการสอนวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์.(2547).การตลาดธุรกิจบริการ.กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ฉัตรภาพร เสมอใจ.(2547).การจัดการและการตลาดบริการ.กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา.(2549). การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2547). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มไซเท็กซ์.

ฉัตรภาพร เสมอใจ. (2551). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. (2006). **Marketing Management.** New Jersey : Pearson Education.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา
 - โดยการประเมินผลอาจารย์ผู้สอนรายวิชาประจำภาคเรียน ที่ฝ่ายวิชาการจัดให้มีทุกภาคเรียน
2. กลยุทธ์การประเมินการสอน
 - พิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา
 - ประเมินพฤติกรรมกรรมการพัฒนาคุณภาพงาน และพฤติกรรมในชั้นเรียน
 - นำผลการประเมินทุกด้านมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอนต่อไป
3. การปรับปรุงการสอน
 - นำข้อเสนอแนะจากการประเมินผลผู้สอนและการประเมินผลนักศึกษามาหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมและเพื่อคุณภาพการเรียนการสอนที่ดีขึ้น
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา
 - พิจารณาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและรับฟังข้อคิดเห็นรวมถึงข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้สอนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานที่กำหนด
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
 - จัดให้มีการประชุมระดมสมองของอาจารย์ผู้สอนเพื่อให้เกิดการบูรณาการทางด้านเนื้อหาและวิธีการสอนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน