

แผนบริหารการสอนประจำวิชา

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3574502

วิชากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารเร่งด่วน

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ รัชชนก บุญเจือ

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1/2555 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์ในมหาวิทยาลัย

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันศุกร์ที่ 11 พฤศจิกายน 2554

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงแนวคิด หลักการ และประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยการกำหนดกลยุทธ์และประยุกต์ใช้และผสมผสานกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายหรือการตลาดทางตรง เป็นต้น เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร เร่งด่วนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาหลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ แขนงธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร เร่งด่วน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มีองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาแนวคิด หลักการและประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยการกำหนดกลยุทธ์และประยุกต์ใช้และผสมผสานกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร เร่งด่วน ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
45	0	0	9

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 6 ชั่วโมง

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1) มีทัศนคติที่ดีในการทำงานด้านธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารเร่งด่วน
- 2) มีจริยธรรมในการทำงาน

1.2 วิธีการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

1.3 วิธีการประเมินผล

วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจด้านการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารเร่งด่วน

2.2 วิธีการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

2.3 วิธีการประเมินผล

วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำทเรียน และการสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

กิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด

3.2 วิธีการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

3.3 วิธีการประเมินผล

วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำทเรียน และการสอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 1) สามารถทำงานเป็นทีมได้
- 2) สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

4.2 วิธีการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

4.3 วิธีการประเมินผล

วัดและประเมินผลการเรียนรู้จากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำบทเรียน และการสอบปลายภาค

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

สามารถสืบค้นข้อมูลจากสื่อสารสนเทศได้

5.2 วิธีการสอน

- 1) จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง
- 2) จัดการศึกษาในห้องเรียนให้นักศึกษาจำนวน 9 ชั่วโมง

5.3 วิธีการประเมินผล

วัดและประเมินผลการเรียนรู้จากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำบทเรียน และการสอบปลายภาค

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1 - 2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	6	- เอกสารประกอบการสอน - Power point	ชญชนก บุญเจือ
3	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภัตตาคารและร้านอาหาร เร่งด่วน	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point	ชญชนก บุญเจือ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
4 – 7	การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	12	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - กิจกรรมการเรียนรู้การสอน (เปรียบเทียบวางแผน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการระหว่าง 2 บริษัท)	ชัยชนก บุญเจือ
8 - 11	ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด: เครื่องมือของการสื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณาการ	12	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนรู้การสอน (Radio Advertising และ Print Advertising)	ชัยชนก บุญเจือ
12 – 13	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในตลาดระหว่างประเทศ	6	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนรู้การสอน (Case Study การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่างประเทศ)	ชัยชนก บุญเจือ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
14-15	สิ่งแวดล้อม, ปัญหา, และ อุปสรรคของการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการ	6	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study ด้าน Crisis Communication Management)	ชญชนก บุญเจือ

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1.	ข้อ 1.1, 1.3, 3.2, 3.3	กิจกรรมในชั้นเรียน	3, 6, 9, 12	20 %
2.	ข้อ 2.1, 2.3, 3.2, 4.1, 4.3, 5.1	รายงานเดี่ยว	5, 8	20 %
3.	ข้อ 2.1, 2.3, 3.3, 4.1	Case Study	11, 14	20 %
4.	ข้อ 1.2, 2.1, 2.3 3.3, 4.1, 5.1, 5.3	รายงานกลุ่ม	15	10 %
5.	ข้อ 3.3	ข้อสอบปลายภาค	16	30 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารประกอบการสอนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจภัตตาคาร และร้านอาหารเร่งด่วน

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 The new marketing paradigm: Integrated Marketing Communications

2.2 Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications

2.3 กลยุทธ์สื่อสารการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 Reid, Robert D. and Bojanic, David C. 2010. *Hospitality Marketing Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.

3.2 Kotler, Philip & Bowen, John T. and Makens, James C. 2006. *Marketing for Hospitality and Tourism*. NJ: Pearson Education, Inc

3.2 Strategic IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

จัดทำแบบประเมินการสอน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

รายงานวิจัยในชั้นเรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลการประเมินผู้สอนมาปรับปรุงตนเองในแต่ละด้าน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

นำผลรายงานวิจัยในชั้นเรียนมาประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดทำแบบประเมินเอกสารประกอบการสอนเพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหา