

มคอ. 3

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ
(แขนงวิชาธุรกิจท่องเที่ยว)

3574206

วิชากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ
สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว
(Integrated Marketing Communication
Strategy for Tourism Business)

สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ (แขนงวิชาธุรกิจท่องเที่ยว)
Tourism and Hospitality Industry (Tourism Business)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง
SUAN DUSIT RAJABHAT UNIVERSITY



คำนำ

เอกสารแบบ มคอ.3 รายวิชากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว (Integrated Marketing Communication Strategy for Tourism Business) รหัสวิชา 3574206 มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงแนวคิด หลักการ และประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยการกำหนดกลยุทธ์และประยุกต์ใช้และผสมผสานกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายหรือการตลาดทางตรง เป็นต้น เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจท่องเที่ยวไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทั้งนี้เพื่อให้นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ แขนงธุรกิจท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มีองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ในการทำงาน

คณะกรรมการบริหารหลักสูตร

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ แขนงธุรกิจท่องเที่ยว

ตุลาคม 2556

สารบัญ

หมวด	หน้า
1 ข้อมูลทั่วไป	3
2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
5 แผนการสอนและการประเมินผล	7
6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11
7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

คณะ

โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ตรัง

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3574206 รายวิชากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว
(Seminar in Business Computer)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ แขนงธุรกิจท่องเที่ยว
- 3.2 ประเภทรายวิชาเลือกแขนง

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ธนะวิทย์ เพียรดี
- 4.2 อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ธนะวิทย์ เพียรดี และอาจารย์อินทิรา ไพรัตน์

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/ 2556 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง ตรัง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ห้อง RD24

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 15 ตุลาคม 2556
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 25 ตุลาคม 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงแนวคิด หลักการ และประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยการกำหนดกลยุทธ์และประยุกต์ใช้และผสมผสานกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เช่นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายหรือการตลาดทางตรง เป็นต้น เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจท่องเที่ยวไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษาหลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ แขนงธุรกิจท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มีองค์ความรู้ด้านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาแนวคิด หลักการและประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ โดยการกำหนด กลยุทธ์ และประยุกต์ใช้และผสมผสานกิจกรรมการสื่อสารทางการตลาดต่างๆ เพื่อสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารเร่งด่วน ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา	ตามความต้องการของนักศึกษา	นักศึกษาต้องศึกษาด้วยตนเองตามที่อาจารย์มอบหมายงานให้

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ คือ 6 ชั่วโมง/สัปดาห์
- อาจารย์ประจำรายวิชาจัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียนโดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องการ

1.1.1 มีทัศนคติที่ดีในการทำงานด้านธุรกิจท่องเที่ยว

1.1.2 มีจริยธรรมในการทำงาน

1.2 วิธีสอน

1.2.1 จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจด้านการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว

2.2 วิธีสอน

2.2.1 จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำบทเรียน และการสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องการพัฒนา

3.1.1 กิจกรรมการสื่อสารทางการตลาด

3.2 วิธีสอน

3.2.1 จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำทเรียน และการสอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการ

4.1.1 สามารถทำงานเป็นทีมได้

4.1.2 สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำทเรียน และการสอบปลายภาค

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถสืบค้นข้อมูลจากสื่อสารสนเทศได้

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดการเรียนการสอนโดยการสอนตรงจำนวน 15 ครั้ง

5.2.2 จัดการศึกษานอกห้องเรียนให้นักศึกษาจำนวน 9 ชั่วโมง

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 วัดและประเมินผลการเรียนจากแบบฝึกปฏิบัติ กิจกรรมประจำทเรียน และการสอบปลายภาค

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	แนะนำรายวิชาและอธิบายการประเมินผลการเรียนรู้	3	- แนะนำวิธีการเรียนการสอน รายละเอียดของรายวิชา หนังสือที่เกี่ยวข้อง - ชี้แจงวัตถุประสงค์และขอบเขตของเนื้อหา - บรรยายความรู้พื้นฐาน	อ.ธนะวิทย์ เพ็ชรดี อ.อินทิรา ไพรัตน์
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point	อ.ธนะวิทย์ เพ็ชรดี
2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับท่องเที่ยว	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - กิจกรรมการเรียนการสอน (เปรียบเทียบวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการระหว่าง 2 บริษัท)	อ.ธนะวิทย์ เพ็ชรดี
3	การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว 8 ขั้นตอน	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - หนังสือการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว)	อ.อินทิรา ไพรัตน์
4	การจัดการเชิงกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว 8 ขั้นตอน (ต่อ)	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - หนังสือการจัดการเชิงกล	อ.อินทิรา ไพรัตน์

			ยุทธ์ทางการท่องเที่ยว - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การจัดการ เชิงกลยุทธ์ทางการ ท่องเที่ยว)	
5	การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการ	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - หนังสือการจัดการเชิงกล ยุทธ์ทางการท่องเที่ยว - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การจัดการ เชิงกลยุทธ์ทางการ ท่องเที่ยว)	อ.ธนະวิทย์ เพ็ชรดี
6	การวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการ (ต่อ)	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - หนังสือการจัดการเชิงกล ยุทธ์ทางการท่องเที่ยว - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การจัดการ เชิงกลยุทธ์ทางการ ท่องเที่ยว)	อ.ธนະวิทย์ เพ็ชรดี
7	ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด: เครื่องมือของการ สื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณา การ	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Radio Advertising และ Print Advertising)	อ.ธนະวิทย์ เพ็ชรดี
8	ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด: เครื่องมือของการ สื่อสารทางการตลาดเชิงบูรณา การ (ต่อ)	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Radio Advertising และ Print Advertising)	อ.ธนະวิทย์ เพ็ชรดี
9	สอบกลางภาค	3	-	อ.ธนະวิทย์ เพ็ชรดี

10	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในตลาดระหว่างประเทศ	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่างประเทศ)	อ.อินทิรา ไพรัตน์
11	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในตลาดระหว่างประเทศ (ต่อ)	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่างประเทศ)	อ.อินทิรา ไพรัตน์
12	สิ่งแวดล้อม, ปัญหา, และอุปสรรคของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจากหนังสือพิมพ์ - บทความจาก Website - กิจกรรมการเรียนการสอน (Case Study ด้าน Crisis Communication Management)	อ.อินทิรา ไพรัตน์
13	คำตอบแทนและการประเมินผล	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - บทความจาก Website	อ.อินทิรา ไพรัตน์
14	สรุปกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว	3	- เอกสารประกอบการสอน - Power point - รายงาน/วิจัยของนักศึกษา	อ.ธนะวิทย์ เพ็ชรดี
15	นำเสนอรายงาน/วิจัย	3	- Power point - VDO multimedia - รายงาน/วิจัยของนักศึกษา	อ.ธนะวิทย์ เพ็ชรดี อ.อินทิรา ไพรัตน์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	การทดสอบกลางภาค	การทดสอบกลางภาค	30 %
2	การทดสอบปลายภาค	การทดสอบปลายภาค	30 %
3	กิจกรรมค้นคว้ารายงาน/ รายงานเดี่ยว/วิจัย	การรายงาน	10 %
4	การเข้าร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน	การมีส่วนร่วมในการทำ กิจกรรมในชั้นเรียน	20 %
5	Case Study	การทดสอบในชั้นเรียน	10 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ธัญชนก บุญเจือ. (2555). เอกสารประกอบการสอนวิชาการกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเอกสารประกอบการสอนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

น้ำผึ้ง ไชว์พันธ์. (2554). เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ฐิรัชญา มณีเนตร. (2552). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยว. ขอนแก่น : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 The new marketing paradigm: Integrated Marketing Communications

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

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

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

3.2 Strategic IMC กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- จัดทำแบบประเมินการสอน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- รายงานวิจัยในชั้นเรียน

3. การปรับปรุงการสอน

- นำผลการประเมินผู้สอนมาปรับปรุงตนเองในแต่ละด้าน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- นำผลรายงานวิจัยในชั้นเรียนมาประเมินผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- จัดทำแบบประเมินเอกสารประกอบการสอนเพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหา

ลงชื่ออาจารย์ผู้สอน

1. อาจารย์ธนะวิทย์ เพียรดี
2. อาจารย์อินทิรา ไพรัตน์

ลงชื่อประธานผู้รับผิดชอบหลักสูตรฯ/ประธานหลักสูตร

1. อาจารย์ธนาธิป บุญยรัตน์