

รายละเอียดของรายวิชา(มคอ.3)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์/ภาควิชาสังคมศาสตร์/สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา THM 2303 การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ
2. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน ผศ.ฉันทิช วรรณถนอม ประธานหลักสูตร อาจารย์ธีระ อินทรเรือง, อ.ดร. ภรณ์นภัส เบ็นท์ อาจารย์ผู้สอน
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 1/2564
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
8. สถานที่เรียน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 15 พ.ย. 64

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1.จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมด้านตลาดเพื่อนำมาใช้ในการเขียนแผนการตลาดได้โดยยึดหลักประสิทธิภาพและจริยธรรมทางธุรกิจ
--

2.วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- เพื่อให้ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้
- เพื่อให้ศึกษาเขียนแผนการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้
- เพื่อให้ศึกษาได้มีทักษะในการวางแผนและดำเนินงานตามแผนตามแผนการตลาดที่นักศึกษาจัดทำขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

การประชาสัมพันธ์ เทคนิค การดำเนินงานด้านการตลาดของหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การดำเนินงานด้านการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการการแบ่งส่วนตลาด พฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยว ส่วนประสมของการตลาดการท่องเที่ยว หลักการและกระบวนการในการวางแผน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำตลาด เทคนิคและกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ แนวทางและเทคนิคการเขียนแผนงานการตลาด

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ให้การปรึกษาตลอด 24 ชั่วโมง ทาง อีเมลล์ และเฟสบุ๊ก

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 ให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าปฏิบัติตามข้อสัญญา และ/หรือ การโฆษณาและคำมั่นถึงสิ่งแวดล้อม
- 1.1.2 ให้มีความรับผิดชอบต่อนักศึกษาที่มีวินัยมีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม

<p>1.2 วิธีการสอน</p> <p>1.2.1 อภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน</p> <p>1.2.2 สอดแทรกกรณีศึกษาจากสถานการณ์จริงและอภิปรายในชั้นเรียน</p> <p>1.2.3 ฝึกปฏิบัติ ดำเนินงานโดยยึดความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม</p> <p>1.2.4 จัดตั้งบริษัทจำลอง ขายบริการการนำเที่ยว แก่บุคคลทั่วไป</p>
<p>1.3 วิธีการประเมินผล</p> <p>1.3.1 ประเมินจากการอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน</p> <p>1.3.2 ประเมินจากการมีวินัยในการส่งงานและความสนใจเรียน</p> <p>1.3.3 ประเมินจากแผนการตลาดและฝึกปฏิบัติ</p>
<p>2. ความรู้</p>
<p>2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ</p> <p>2.1.1 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวและบริการ</p> <p>2.1.2 นักศึกษามีความรู้ด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ</p> <p>2.1.3 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดท่องเที่ยวได้และเขียนแผนการตลาดได้</p>
<p>2.2 วิธีการสอน</p> <p>2.2.1 บรรยายและให้นักศึกษาศึกษา Model พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>2.2.2 ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดและ SWOT Analysis</p> <p>2.2.3 ให้นักศึกษาเขียนแผนการตลาด</p> <p>2.2.4 ให้นักศึกษาปฏิบัติตามแผนที่นักศึกษาจัดทำขึ้น</p> <p>2.2.5 ให้แสดงบทบาทสมมติเป็น Sale ขายรายการนำเที่ยว</p>
<p>2.3 วิธีการประเมินผล</p> <p>2.3.1 ประเมินจากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของนักศึกษา</p> <p>2.3.2 ประเมินจากแผนการตลาดของนักศึกษา</p> <p>2.3.3 ประเมินผลจากผลการปฏิบัติงานของนักศึกษา</p> <p>2.3.4 ประเมินผลจากการทดสอบให้เขียน Model พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>
<p>3. ทักษะทางปัญญา</p>
<p>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</p> <p>3.1.1 สามารถใช้ความรู้ทางการตลาดวิเคราะห์ประเด็นปัญหาได้อย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ ณ เวลานั้น</p> <p>3.1.2 สามารถจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลที่เป็นประโยชน์</p> <p>3.1.3 สามารถอ่านงานวิจัยและนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์</p> <p>3.1.4 คิดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวได้</p>
<p>3.2 วิธีการสอน</p> <p>3.2.1 ใช้กรณีศึกษาจากสถานการณ์จริงและให้นักศึกษาศึกษาข้อมูลค้นคว้าข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์</p>

<p>3.2.2 เขียนแผนการตลาดวิเคราะห์ SWOT</p> <p>3.2.3 สังเกตงานไทยเที่ยวไทยเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว</p> <p>3.2.4 ศึกษาตัวอย่างงานวิจัยด้านการตลาด</p>
<p>3.3วิธีการประเมินผล</p> <p>3.3.1 ประเมินจากรายงานประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าชมงานไทยเที่ยวไทย</p> <p>3.3.2 ประเมินจากการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาดของนักศึกษา</p> <p>3.3.3 ประเมินจากการสอบวัดผล</p>
<p>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p>
<p>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</p> <p>4.1.1 สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสมและมีความมุ่งมั่นให้งานกลุ่มมีประสิทธิภาพ</p> <p>4.1.2 สามารถทำงานโดยการบริหารงานให้สอดคล้องกับคุณสมบัติของสมาชิก โดยสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม</p> <p>4.1.3 สามารถเข้าใจและปฏิบัติได้จริงเรื่อง Team Spirit</p>
<p>4.2 วิธีการสอน</p> <p>4.2.1 อภิปรายในชั้นเรียนเรื่องโครงสร้างการบริหารงานตามแผน</p> <p>4.2.2 ทำงานกลุ่มและอภิปรายความสอดคล้องการประสานงานแต่ละตำแหน่ง</p> <p>4.2.3 เล่ากรณีศึกษา งานกลุ่ม, ความภาคภูมิใจและสิ่งที่จะต้องทำได้ดีกว่าเดิม</p>
<p>4.3 วิธีการประเมินผล</p> <p>4.3.1 ประเมินผลสำเร็จของงาน</p> <p>4.3.2 สังเกตการณ์มีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม</p> <p>4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินสมาชิกในกลุ่มทุกคน</p>

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน(TRM 2102การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว)Tourism Marketing

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ความหมายและความสำคัญของการตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว	3	บรรยาย อภิปรายในชั้นเรียน กรณีศึกษา	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์ภัส เป็นท์
2	สินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	3	บรรยาย อภิปราย แบ่งกลุ่ม อภิปราย	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์ภัส เป็นท์
3	สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	6	ตัวอย่างแผนการตลาด ตัวอย่าง การนำเสนอผลงานตัวอย่าง อภิปรายกลุ่ม	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์ภัส เป็นท์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
4	การแบ่งส่วนตลาดและตลาดเป้าหมาย	3	บรรยาย การอภิปราย PowerPoint	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
5-6	การเขียนแผนการตลาดและการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งทางการตลาด	3	นำเสนอแผนการตลาดและอภิปรายองค์ประกอบของแผนการตลาดของกลุ่มนักศึกษา	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
7	นำเสนอแผนการตลาด	3	ชมตัวอย่าง งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
8	สอบกลางภาค	3	สอบกลางภาค	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
9	Model รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค	3	บทบาทสมมุติ การบรรยาย	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
10	กลยุทธ์ราคาและการกำหนดราคาพร้อมตรวจสอบความคืบหน้าของแผนการตลาด	3	บรรยาย	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
11-12	การกระจายสินค้าและการส่งเสริมการตลาด	6	บรรยาย เอกสารประกอบการบรรยาย Sale kit amenity แบ่งกลุ่มแสดง	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
13	ฝึกปฏิบัติตามแผนการตลาด	3	ออกร้านขายสินค้า บริเวณมหาวิทยาลัยและนำเที่ยว	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
14	จริยธรรมทางธุรกิจและสรุปสาระสำคัญของแผนการตลาด การปรับปรุงพัฒนา	3	บรรยาย นักศึกษาแต่ละบริษัทนำเสนอผลการปฏิบัติงาน -ประเมิน ฝึกปฏิบัติ ดำเนินงานโดยยึดความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
15	นำเสนอผลสรุปของแผนการตลาดของนักศึกษาทุกกลุ่ม (ปฏิบัติ)	3	Presentation ในรูปแบบของ Power Point VDO ภาพ เสียง ทีม ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ ที่จัดทำจำหน่ายและประเมินผลสำเร็จ	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
16	นำเสนอผลสรุปของแผนการตลาดของนักศึกษาทุกกลุ่ม (ปฏิบัติ)	3	Presentation ในรูปแบบของ Power Point VDO ภาพ เสียง ทีม ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ ที่จัดทำจำหน่ายและประเมินผลสำเร็จ	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์
17	ทดสอบปลายภาค	3	ทดสอบปลายภาค แบบอัตนัย	อ.ธีระ อินทรเรือง อ.ดร. ภรณ์นภัส เป็นท์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
1	2.1.1 , 2.1.2 , 2.1.3 , 3.1.1 , 3.1.2, 3.1.3 ,3.1.4	- สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	8,17	20 30
2	1.1.1, 1.1.2 , 4.1.1, 4.1.2,4.1.3	-การมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียน -การเข้าเรียน คำนคว้าด้วยตนเอง -การเขียนแผนการตลาด (กลุ่ม) -การฝึกปฏิบัติตามแผนที่เขียนไว้	1,2,3,4,14 1-17 6,10 15-16	10 10 20 10

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<p>1. เอกสารและตำราหลัก สมวงศ์ พงศ์สถาพร Service Marketing นัทธิพลับบลิว 2546, กรุงเทพฯ</p>
<p>2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แผนการตลาด 2555-2558 จุดสสารการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วารสารธุรกิจท่องเที่ยว นิตยสาร Marketeer, ผู้จัดการ สิริวรรณ เสรีรัตน์ 2550, การบริหารการตลาด กรุงเทพฯ</p>
<p>3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ เว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับหัวข้อในที่เป็นข้อมูล ตัวอย่างเบื้องต้นในการวางแผนจัดรายการนำเที่ยวเช่น http://www.siaminfobiz.com http://www.sme.go.th http://www.Tourism.go.th http://www.tourism.org</p>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

<p>1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้นักศึกษาประเมินความคาดหวังโดยการเขียนความคาดหวังและการรับรู้และนำมาเปรียบเทียบปลายภาคเรียน หลังจากทราบแนวการสอน
<p>2. กลยุทธ์การประเมินการสอน</p>

<ul style="list-style-type: none"> - อาจารย์ผู้สอนประเมินการให้ความสนใจกับเนื้อหาและการฝึกปฏิบัติของนักศึกษา จากการมีวินัยในการส่งงาน , ผลสอบย่อย ทำรายงานเพื่อปรับปรุง
3. การปรับปรุงการสอน <ul style="list-style-type: none"> - สรุปการประเมินการสอนจากความคิดเห็นของนักศึกษา นำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงการสอน
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา <ul style="list-style-type: none"> - สรุปผลคะแนนภาคปฏิบัติของนักศึกษาทุกกลุ่มโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบเดียวกันหรือ พิจารณาจากใบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา <ul style="list-style-type: none"> - นำผลสรุปจากข้อ 1 และข้อ 2 มาเปรียบเทียบเพื่อให้ใช้ในการพัฒนาต่อไป