

**รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)**

รหัสวิชา.....MKT ๑๔๐๒.....รายวิชา.....การตลาดบริการ.....

สาขาวิชา.. การตลาด.....คณะ/วิทยาลัย.....วิทยาการจัดการ.....มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา....๑.....ปีการศึกษา....๒๕๖๔.....

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**๑. รหัสและชื่อรายวิชา**

รหัสวิชา	MKT ๑๔๐๒
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การตลาดบริการ
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Service marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจ(การตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	กลุ่มวิชาเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.ชนิษฐา เศษคิมบง
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผศ.ดร.ชุติมา คล้ายสังข์ อาจารย์ ดร.ลดาพร พิทักษ์ อาจารย์ ดร.วชิราภรณ์ ณ พล อาจารย์ ดร.ชนิษฐา เศษคิมบง

๕. สถานที่ติดต่อ	ห้อง - คณะวิทยาการจัดการ / E – Mail
------------------	-------------------------------------

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	...๑/๒๕๖๔...../ ชั้นปีที่ ...๑.....
--------------------	-------------------------------------

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ.....๒๐๐.....คน
--

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี)	ไม่มี.....
---	-----------------

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี)	ไม่มี.....
--	-----------------

๙. สถานที่เรียน	...อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ.....
-----------------	------------------------------------

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง	วันที่...๙...เดือน.....กรกฎาคม.....พ.ศ. ...๒๕๖๔.....
-----------------------------	--

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดบริการ สามารถวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและส่วนประสมการตลาดบริการ รวมทั้งมีแนวคิดอย่างสร้างสรรค์ในการการกำหนดกลยุทธ์การบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๒.๑ เพื่อให้ นักศึกษามีความตระหนักในการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้นตลอดเวลาและต่อเนื่อง

๒.๒ เพื่อให้ นักศึกษาเห็นความสำคัญที่จะติดตามและตรวจสอบสถานการณ์สำหรับปรับตนเองให้สามารถอยู่รอดได้อย่างมีศักดิ์ศรี

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) แนวคิด ทฤษฎี โครงสร้างและลักษณะของตลาดบริการ ส่วนประสมการตลาดบริการ ความสำคัญของตลาดบริการ ประเภทของผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมของตลาดบริการ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่ง การวางแผนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการ การประเมินและปรับปรุงคุณภาพบริการและแนวโน้ม

(ภาษาอังกฤษ) Concept, theories, structure and characteristics of service marketing; Service marketing mix; Significance of service marketing; Types of entrepreneurs; Service business; Analysis of service marketing situation and environments; Market segmentation: Market targeting; Positioning; Service marketing strategy determination and planning; Service quality assessment and improvement; Service Marketing trends.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง ต่อภาค การศึกษา (๓ คาบX๑๕ สัปดาห์)	สอนเสริมเฉพาะ รายบุคคล	-----	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง ๕๖๓๑ ชั้น ๓ อาคาร ๕๖ คณะ/ วิทยาการจัดการ....

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข๐๔๐ - ๙/๕๓๔๙/๙/๙/.....

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ...kanittha.se@ssru.ac.th.....

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard)

การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาสัปดาห์ละ ๑ ชั่วโมง/คน

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริตและเสียสละ
- (๒) สามารถทำงานเป็นทีม รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- (๓) ใช้ดุลยพินิจ คำนึงม ความมีเหตุผลและกฎเกณฑ์ทางสังคม
- (๔) มีจิตสำนึก และมีนโยบายที่จะแยกความถูกต้อง ความดีและความชั่ว

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอดแทรกคุณสมบัติของการมีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต ให้กับนักศึกษาเพื่อการเป็นผู้ให้บริการที่ดีต่อไป
- (๒) ให้นักศึกษาร่วมกันอภิปรายถึงการมีคุณธรรม จริยธรรม ของผู้ทำหน้าที่ให้บริการว่าควรเป็นอย่างไร
- (๓) มอบหมายงานให้ทำงานเป็นกลุ่ม ให้รู้จักการแบ่งงานตามความสามารถ อาทิ วางแผนการให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละหน้าที่

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน
- (๒) ประเมินจากความรับผิดชอบในการทำงาน อาทิ ความร่วมมือ ความเอาใจใส่ การตรงต่อเวลา ความสำเร็จของงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) ประเมินจากพัฒนาการทางความคิด พฤติกรรมของนักศึกษาภายหลังการศึกษาเรื่องคุณธรรม จริยธรรม

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานต่อการดำเนินชีวิตและที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านบริหารธุรกิจ
- (๒) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ
- (๓) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน
- (๔) มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในกฎระเบียบ ข้อบังคับหรือสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานและศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มให้ศึกษากระบวนการให้บริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ เพื่อให้
เกิดการเรียนรู้ โดยเลือกประเภทบริการตามที่สนใจ
- (๒) ให้นักศึกษาสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ สถานประกอบการบริการ เกี่ยวกับให้บริการในปัจจุบัน และนำเสนอ
ในชั้นเรียน
- (๓) ให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบริการลูกค้า

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน
- (๒) ประเมินผลจากความถูกต้องในเนื้อหาที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า และการสัมภาษณ์
- (๓) ประเมินผลจากการให้ความร่วมมือ การช่วยเหลือกัน และความสามัคคีภายในกลุ่ม

๓.ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้และประสบการณ์ในสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศเพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- (๓) ใช้ทักษะทางวิชาการอย่างถ่องแท้ในการคิดค้น วิเคราะห์และตัดสินใจเลือกทางเลือกใหม่

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) แบ่งกลุ่มนักศึกษาให้ศึกษาระบบการส่งมอบการบริการสัก 1 ประเภท ตามที่สนใจ
ที่เหมาะสมกับเงื่อนไขของลูกค้า สถานประกอบการและกฎข้อบังคับ และนำเสนอในชั้นเรียน
- (๒) ให้นักศึกษาเลือกบริการที่สนใจ 1 ประเภท และวิเคราะห์ว่าบริการประเภทนั้น ต้องนำศาสตร์ความรู้
ลักษณะใดมาใช้บ้าง และใช้ในขั้นตอนใด

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน
- (๒) ประเมินผลจากความเป็นไปได้ของเนื้อหาที่นำเสนอ
- (๓) ประเมินผลจากการให้ความร่วมมือ การช่วยเหลือกัน ความสามัคคีและการแก้ปัญหาภายในกลุ่ม

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาตนเองและสังคม
- (๒) มีภาวะความเป็นผู้นำ และผู้ตามตามบทบาทที่เหมาะสมในการทำงาน
- (๓) มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้ศึกษาบทบาทหน้าที่ของหัวหน้าและพนักงานว่าแตกต่างและมีความสัมพันธ์กันอย่างไร และส่งผลต่อ
การส่งมอบบริการอย่างไร
- (๒) ฝึกบทบาทสมมุติทดลองเป็นตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจการทำงานของผู้อื่นได้ถูกต้อง
- (๓) สอดแทรกรูปแบบและวิธีการทำงานเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นพนักงานบริการมืออาชีพ

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน
- (๒) ประเมินผลจากความเข้าใจได้ของการวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอ
- (๓) ประเมินผลจากการให้ความร่วมมือ การช่วยเหลือกัน และความสามัคคีและบทบาทภายในกลุ่ม

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ
- (๒) เลือกและประยุกต์หลักคณิตศาสตร์และเทคนิคทางสถิติ
- (๓) ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายให้ค้นคว้าข้อมูลการตลาดบริการ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบต่าง ๆ
- (๒) ศึกษาการให้บริการประเภทต่าง ๆ ว่าได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการใดบ้าง และนำเสนอเปรียบเทียบกัน
- (๓) ยกตัวอย่างการสื่อสารและการจัดการการบริการ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถานบริการบางแห่งที่ประสบผลสำเร็จ สามารถเป็นต้นแบบที่ดีได้

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน
- (๒) ประเมินผลจากเนื้อหาที่นำเสนอในชั้นเรียน อาทิ เนื้อหาสมบูรณ์ ถูกต้อง
- (๓) ประเมินผลจากพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการศึกษา อาทิ การค้นคว้าข้อมูล การนำเสนอ และการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารด้านการบริหารที่ถูกต้อง

๖. ด้านอื่นๆ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	รูปแบบการเรียนการสอน	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
๑	แนะนำรายวิชาก่อนเข้าสู่บทเรียน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดบริการ - ความสำคัญของการบริการ	ผ่านระบบ Onsite ๑. ทดสอบความรู้ก่อนเรียน	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz

	- ความหมายของบริการ - การจำแนกประเภทของการบริการ - ลักษณะเฉพาะของการบริการ	๒. อภิปรายร่วมกัน ๓. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง			
๒	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ - องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ - การขยายส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์บริการ - ประเภทของบริการเสริม - ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อ - ประโยชน์ของการมีแบรนด์ - หลักการตั้งชื่อและเลือกชื่อที่ดี	ผ่านระบบ Onsite ๑. อภิปรายร่วมกัน ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๓	พฤติกรรมลูกค้าในตลาดบริการ - กระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ - บทบาทของลูกค้าที่เกี่ยวข้องในการบริการ	ผ่านระบบ Onsite ๑. อภิปรายร่วมกัน ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๔	กลยุทธ์ในการเลือกตลาด - รูปแบบของผู้บริโภค - การเลือกตลาดอย่างเหมาะสม - การแบ่งส่วนตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ - เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย - ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	Onsite ๑. บรรยายด้วย PowerPoint ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๕.	การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดบริการ - สิ่งแวดล้อมทางการตลาด - สิ่งแวดล้อมภายใน - สิ่งแวดล้อมภายนอก - การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค - การวางแผนการตลาด - การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	Onsite ๑. บรรยายด้วย PowerPoint ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๖-๗	การตั้งราคาบริการ - ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตั้งราคา - ความแตกต่างในการตั้งราคา - ค่าใช้จ่ายของผู้ให้บริการ - กลยุทธ์การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน - องค์ประกอบของการกำหนดราคา - วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา - ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา - นโยบายการกำหนดราคาบริการ - กลยุทธ์การตั้งราคา	ผ่านระบบ Online ๑. อภิปรายร่วมกัน ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Google Classroom	PowerPoint	Quiz

๔.	สัปดาห์สอบกลางภาค				
๙-๑๐	การสร้างและการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ - ธรรมชาติของตลาดบริการกับกลยุทธ์ตลาดบริการ - รูปแบบผลิตภัณฑ์บริการใหม่ - สาเหตุของการสร้างหรือพัฒนาบริการใหม่ - ขั้นตอนการสร้างและการพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการ - กระบวนการทำงานส่วนหน้าและส่วนหลังของการบริการ - การพัฒนากระบวนการไหลของบริการ - การปรับโครงสร้างและบทบาทของพนักงาน	Onsite ๑. บรรยายด้วย PowerPoint ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๑๑.	การส่งมอบบริการสำหรับธุรกิจบริการ - ท่าเลที่ตั้ง - การจัดเวลาการบริการ - ช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา
๑๒.	การส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารทางการตลาด - การส่งเสริมการตลาด - บุคลากร - กระบวนการผลิตงานบริการ - ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ - ผลิตภาพและคุณภาพ	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา
๑๓	การจัดการความพึงพอใจของลูกค้า - ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า - การจัดการความพึงพอใจของลูกค้า - ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงาน - ประโยชน์จากการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า - ความภักดี - ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความภักดีของลูกค้า - กลยุทธ์การสร้างความภักดี	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา
๑๔-๑๕	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) - ความหมายของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - ขั้นตอนการบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การใช้แนวคิด CRM เพื่อการเชื่อมต่อกับ	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา

	ทุนส่วนทางการตลาด - กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จเติบโต (Growth Strategy)				
๑๖	นำเสนองานกลุ่ม	Onsite นักศึกษาแนะนำเสนอตามหัวข้อ ที่ได้รับมอบหมาย	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๑๗.	สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑,๑.๒,๒.๔,๔.๑,๑.๔,๒.๑,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๔.๑,๔.๒	พฤติกรรม ความตั้งใจและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑,๒.๔,๔.๑,๔.๓,๔.๒	การแสวงหาความรู้ด้วยตนเองตามความสนใจและงานที่มอบหมาย	ทุกสัปดาห์	๑๐
๑.๒,๒.๑,๒.๔,๔.๓	งานกลุ่ม	๑๖	๒๐
๑.๒,๒.๑,๒.๔,๔.๓	สอบกลางภาค	๘	๓๐
๑.๒,๒.๑,๒.๔,๔.๓	สอบปลายภาค	๑๗	๓๐

หมวดที่ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ชีวีธร ชีววิญญูโรจน์.(๒๕๕๖).การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

๒) หนังสือ/ตำราวิชาการตลาดบริการอื่นๆ

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Fitzsimmons, M.J. (๒๐๐๘). **Service management : Operations,**

strategy, information technology. (๖th ed). New York,NY:Mc Graw-Hill.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (๒๐๐๙) . **Services marketing : Integrating**

customer focus across the firm. (๕th ed). New York, NY:McGraw-Hill.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

<http://www.slideshare.net/...airline-industry-marketing-p>

www.Thaiflight.com.../jobthailand/Tom412/AirlineReservation.PPT

www.thaijta.com/thaijta/Portals/O/filer/jta_tlealth.PPT

www.mis.nu.ac.th/sharing/Apichat...php

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑.กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา ๑.๑อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร ๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา ๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้
๒.กลยุทธ์การประเมินการสอน ๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อาทิความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ ๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนที่ผู้สอนกำหนดไว้ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา
๓.การปรับปรุงการสอน ๓.๑ จากผลการประเมินในข้อ ๒ ผู้สอนนำข้อเสนอแนะมารวบรวมประเด็นที่ต้องปรับปรุง อาทิ จุดด้อย อุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป ๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น ๓.๓ ศึกษาเทคนิคการสอนใหม่ๆที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์
๔.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา ๔.๑ พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่นำเสนอในชั้นเรียน ตลอดภาคเรียน ๔.๒ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างบนหลักการทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชาอาทิกิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา
๕.การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา ๕.๑ จากข้อมูล ๑-๔ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้น ๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยนำมาปรับเพิ่มในเนื้อหาให้มีความทันสมัย ๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา นำสิ่งที่ปรับปรุงไปใช้ นำกลับมาทบทวน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข		
	●ความรับผิดชอบหลัก				○ความรับผิดชอบรอง												
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑.๑ ใช้ดุลยพินิจ ค่านิยม	๑.๒ มีวินัย มีความซื่อสัตย์	๑.๓ มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่ถูกต้อง	๑.๔ สามารถทำงานเป็นทีม	๒.๑ มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	๒.๒ มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าของศาสตร์และสังคมโลก	๒.๓ มีความรู้ความเข้าใจและสามารถบูรณาการความรู้จากศาสตร์ต่างๆ	๒.๔ มีความรู้และความเข้าใจในธรรมชาติและสังคมยุคใหม่	๓.๑ สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ	๓.๒ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๓.๓ ใช้ทักษะทางวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ	๔.๑ มีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้	๔.๒ มีความคิดริเริ่มในการแสวงหาความรู้ใหม่	๔.๓ มีความรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเองและสังคม	๕.๑ เลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	๕.๒ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ	๕.๓ ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้เหมาะสม
รหัสวิชา MKT ๑๔๐๒ ชื่อรายวิชา การตลาดบริการ Service marketing	○	●	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	●	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ