



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

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

สาขาวิชา.. การตลาด.....คณะวิทยาลัย.....วิทยาการจัดการ.....มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

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

ดร.จินห์จุฑา ศรีเหรา

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน

ดร.จินห์จุฑา ศรีเหรา

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้อง ๕๗๒๑ คณะวิทยาการจัดการ / E – Mail Jinjutha.sr@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่

...๑/๒๕๖๔...../ ชั้นปีที่.....๑.....

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ประมาณ.....๒๐๐.....คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี)

.....ไม่มี.....

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี)

.....ไม่มี.....

๙. สถานที่เรียน

...อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ.....

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่..๑๔...เดือน.....กรกฎาคม.....พ.ศ. ...๒๕๖๔.....

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดบริการ สามารถวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและส่วนประสมการตลาดบริการ รวมทั้งมีแนวคิดอย่างสร้างสรรค์ในการกำหนดกลยุทธ์การบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้

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)	การศึกษด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง ต่อภาค การศึกษา (๓ คาบX๑๕ สัปดาห์)	สอนเสริมเฉพาะ รายบุคคล	-----	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาดด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง ๕๗/๒๑ ชั้น ๒ อาคาร .๕๗.. คณะวิทยาการจัดการ....

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข๐๙๓-๙๕๖๕๖๖๑.....

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ... Jinjutha.sr@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 รวมทั้งการพินิจคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- (๓) ใช้ดุลยพินิจ คำนึงมโนธรรม ความมีเหตุผลและกฎเกณฑ์ทางสังคม
- (๔) มีจิตสำนึก และมีนโยบายที่จะแยกความถูกต้อง ความดีและความชั่ว

๑.๒ วิธีการสอน

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

๑.๓ วิธีการประเมินผล

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

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ที่สนับสนุนต่อการดำเนินชีวิตและที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านบริหารธุรกิจ
- (๒) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ
- (๓) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน
- (๔) มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในกฎระเบียบ ข้อบังคับหรือสาระสำคัญของศาสตร์ที่สนับสนุนและศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มให้ศึกษากระบวนการให้บริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ โดยเลือกประเภทบริการตามที่สนใจ
- (๒) ให้นักศึกษาสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ สถานประกอบการบริการ เกี่ยวกับให้บริการในปัจจุบัน และนำเสนอในชั้นเรียน
- (๓) ให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบริการลูกค้า

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน การตอบคำถาม การนำเสนองาน

- (๒) ประเมินผลจากความถูกต้องในเนื้อหาที่ได้ออกจากการศึกษา 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
ที่ที่เหมาะสมกับเงื่อนไขของลูกค้า สถานประกอบการและกฎข้อบังคับ และนำเสนอในชั้นเรียน
- (๒) ให้นักศึกษาเลือกบริการที่สนใจ 1 ประเภท และวิเคราะห์ว่าบริการประเภทนั้น ต้องนำศาสตร์ความรู้
ลักษณะใดมาใช้บ้าง และใช้ในขั้นตอนใด

๓.๓ วิธีการประเมินผล

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

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

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

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้ศึกษบทบาทหน้าที่ของหัวหน้าและพนักงานว่าแตกต่างและมีความสัมพันธ์กันอย่างไร และส่งผลต่อการส่งมอบบริการอย่างไร
- (๒) ฝึกบทบาทสมมุติทดลองเป็นตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจการทำงานของผู้อื่นได้ถูกต้อง
- (๓) สอดแทรกรูปแบบและวิธีการทำงานเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นพนักงานบริการมืออาชีพ

๔.๓ วิธีการประเมินผล

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

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

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

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายให้ค้นคว้าข้อมูลการตลาดบริการ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบต่าง ๆ
- (๒) ศึกษาการให้บริการประเภทต่าง ๆ ว่าได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงาน และนำเสนอเปรียบเทียบกัน
- (๓) ยกตัวอย่างการสืบเสาะและการจัดการบริการ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถานบริการบางแห่งที่ประสบความสำเร็จ 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 - ความหมายของการบริการ - การจำแนกประเภทของการบริการ - ลักษณะเฉพาะของการบริการ	ผ่านระบบ Onsite ๑. ทดสอบความรู้ก่อนเรียน ๒. อภิปรายร่วมกัน ๓. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๒	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ - องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ - การขยายส่วนเพิ่มของผลิตภัณฑ์บริการ - ประเภทของบริการส่วนเสริม - ตราผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อ - ประโยชน์ของการมีแบรนด์ - หลักการตั้งชื่อและเลือกชื่อที่ดี	ผ่านระบบ Onsite ๑. อภิปรายร่วมกัน ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๓	พฤติกรรมลูกค้าในตลาดบริการ - กระบวนการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ - บทบาทของลูกค้าที่มีผลต่อการบริการ	ผ่านระบบ Onsite ๑. อภิปรายร่วมกัน ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๔	กลยุทธ์ในการเลือกตลาด - รูปแบบของผู้บริโภค - การเลือกตลาดอย่างเหมาะสม - การแบ่งส่วนตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ - เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด	Onsite ๑. บรรยายด้วย PowerPoint ๒. แบบฝึกหัดท้ายชั่วโมง ๓. ถาม-ตอบ	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz

	- การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย - ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย				
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
๘.	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 - ทำเลที่ตั้ง - 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	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา

	- ประโยชน์จากการจัดการความพึงพอใจของลูกค้า - ความภักดี - ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความภักดีของลูกค้า - กลยุทธ์การสร้างความภักดี				
๑๔-๑๕	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) - ความหมายของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - ขั้นตอนการบริการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การใช้แนวคิด CRM เพื่อการเชื่อมต่อกับหุ้นส่วนทางการตลาด - กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จเติบโต (Growth Strategy)	On Demand	Google Classroom	Youtube	วิเคราะห์กรณีศึกษา
๑๖	นำเสนอานกลุ่ม	Onsite นักศึกษาแนะนำเสนอตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย	Microsoft Group	PowerPoint	Quiz
๑๗.	สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑,๑.๒,๒.๔,๔.๑,๑.๔,๒.๑,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๔.๑,๕.๒	พฤติกรรม ความตั้งใจและการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑,๒.๔,๔.๑,๔.๓,๕.๒	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

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

ธีรวัชร ธีรวัชรโรจน์ .(๒๕๔๖).การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

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-industuy-marketing-p>

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

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

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

หมวดที่๗ 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 ผู้สอนนำข้อเสนอแนะมารวบรวมประเด็นที่ซึ่งปรับปรุง อาทิ จุดด้อย อุปสรรคต่างๆที่Bเกิดขึ้น เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป ๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ซึ่งการเพิ่Bพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น ๓.๓ ศึกษาเทคนิคการสอนใหม่ๆที่Bสามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์
๔.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา ๔.๑ พิจารณาจากคุณภาพของงานได้Bและงานกลุ่มที่Bเสนอในชั้นเรียน ตลอดภาคเรียน ๔.๒ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นที่Bอดคล้องและแตกต่างบนหลักการทางทฤษฎีที่Bของ ๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชาอาทิกิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา
๕.การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา ๕.๑จากข้อมูล ๑-๔ นำมาสรุปประเด็นที่ซึ่งปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้น ๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่Bของกับรายวิชาที่Bการเปลี่ยนแปลงโดยนำมาปรับเพิ่มในเนื้อหาให้มีความทันสมัย ๕.๓วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา นำสิ่งที่Bปรับปรุงไปใช้ นำกลับมาทบทวน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบต่อระหว่าง บุคคลและความ รับผิดชอบต่อ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	●ความรับผิดชอบต่อหลัก				○ความรับผิดชอบต่อรอง												
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑.๑ ใช้ดุลยพินิจ คำนึงม	๑.๒ มีวินัย มีความ	๑.๓ มีจิตสำนึกและมีธรรมที่C	๑.๔ สามารถทำงานเป็นทีม	๒.๑ มีความรู้และความเข้าใจใน	๒.๒ มีความรู้เกี่ยวกับความก้า	๒.๓ มีความรู้ความเข้าใจและ	๒.๔ มีความรู้และความเข้าใจใน	๓.๑ สามารถสืบค้น จําแนก และ	๓.๒ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๓.๓ ใช้ทักษะทางวิชาการอย่าง	๔.๑ มีภาวะความเป็นผู้นำและ	๔.๒ มีความคิดริเริ่มในการ	๔.๓ มีความรับผิดชอบต่อการ พัฒนาตนเองและสังคม	๕.๑ เลือกและประยุกต์หลัก คณิตศาสตร์และเทคนิคทาง	๕.๒ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	๕.๓ ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ
รหัสวิชา MKT ๑๔๐๒ ชื่อรายวิชา การตลาดบริการ Service marketing	○	●	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	○	●	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ