



มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8213009

ชื่อวิชา การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

(Marketing Communication for Tourism)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	3
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	4
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	14
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	15

รายละเอียดของรายวิชา

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา : รหัสวิชา 8213009 ชื่อวิชา การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
(Marketing Communication for Tourism)
2. จำนวนหน่วยกิต : 3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา :
เป็นรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน :
อาจารย์อาทิตย์ แก้วตาธนะวัฒน์ สถานที่ติดต่อ : ห้องพักอาจารย์ ตึกคณะนิเทศศาสตร์
โทร.081-0025425, E-mail rukmiruroy@hotmail.com , Id line : lovebird2023
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน : ภาคการศึกษา 1/2558 ชั้นปีที่ 3 รุ่น 561
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนควบคู่กัน (Co-requisites) : ไม่มี
8. สถานที่เรียน : 18203
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด : 1 กรกฎาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา : ในการจัดการเรียนการสอน นักศึกษาต้องมีผลการเรียนรู้ ดังนี้
 - 1) นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและแนวคิดการทำสื่อสารการตลาด โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของการท่องเที่ยว
 - 2) เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจ ความต้องการทางการตลาดของการท่องเที่ยว โดยสามารถบูรณาการกับเข้ากับกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การขายโดยบุคคล และการจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ
 - 3) เพื่อให้ศึกษามีวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและเลือกใช้เครื่องมือ ในการวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการตลาดตลอดจนประเมินผลประสิทธิภาพจากสื่อสารการตลาด
 - 4) เพื่อให้ศึกษามีสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการทำงานในอนาคต

หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาหลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาด กระบวนการตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของการท่องเที่ยว ความต้องการของตลาดโดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการสื่อสาร ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้เครื่องมือ ในการวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการตลาดตลอดจนประเมินผลประสิทธิภาพจากสื่อสารการตลาด

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา :

บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง 90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

สอนเสริมและฝึกปฏิบัติตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

ทุกวันทำการ (ยกเว้นวันที่มีสอนหรือติดภารกิจ) ณ ห้องพักอาจารย์ คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

วิชา การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่องานนิเทศศาสตร์ มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
<input type="radio"/>	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน
<input type="radio"/>	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน
<input type="radio"/>	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อวิชาชีพและสังคม
<input checked="" type="radio"/>	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในการปฏิบัติงานร่วมกัน
<input type="radio"/>	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
<input checked="" type="radio"/>	1.6 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- อาจารย์ผู้สอนบรรยายพร้อมสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณนักสื่อสารการตลาดที่ดี ในชั้นเรียน

- ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

- อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความรับผิดชอบต่อส่วนรวม สร้างการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเคารพสิทธิของผู้อื่น

- อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากควมมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของรายวิชา
- ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย การเข้าร่วมทำกิจกรรม มีการอ้างอิงเอกสารหรือแหล่งข้อมูลต่างๆ อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามหลักจรรยาบรรณ
- ประเมินจากพฤติกรรมการแสดงออก ด้านคุณธรรม จริยธรรม กริยามารยาท การพูดจา การวางตัวเหมาะสม

2. ด้านความรู้ (Knowledge)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิดการสื่อสารการตลาด และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของการท่องเที่ยว
●	2.2 สามารถวิเคราะห์ความต้องการของตลาดโดยบูรณาการเข้ากับกระบวนการสื่อสาร
●	2.3 สามารถนำเอาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาปรับใช้ในการเลือกใช้เครื่องมือ ในการวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการตลาดได้
○	2.4 สามารถใช้ความรู้จากการประเมินผลประสิทธิภาพจากสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการใช้สื่อ
○	2.5 มีประสบการณ์ทางด้านการฝึกปฏิบัติด้านวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายทั้งแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดของการท่องเที่ยว วางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาด ให้มีการบูรณาการเข้ากับกระบวนการสื่อสาร
- จัดให้รับชมวิดีโอ YouTube เทคนิค วิธีการเรียนเกี่ยวกับวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาดด้านการท่องเที่ยวต่างๆ
- จัดให้มีการเรียนรู้โดยการหาข้อมูล กรณีศึกษา ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติมมาทำรายงานกลุ่มเดี่ยว

วิธีการประเมินผล

- แบบบทวนความรู้ แบบฝึกหัด
- งานเดี่ยว งานกลุ่ม กรณีศึกษาด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว
- แบบประเมินพฤติกรรมกรรมการนำเสนอผลงานจากการจัดกิจกรรม
- การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์ ความต้องการของตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยว
●	3.2 สามารถสืบค้นจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนรณรงค์การสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการตลาด
●	3.3 สามารถประเมินผลประสิทธิภาพจากสื่อสารการตลาดและเสนอแนวการพัฒนาด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้หลากหลาย ฝึกตอบปัญหาและแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- การอภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการตลาด
 - มอบหมายให้นักศึกษาวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

วิธีการประเมินผล

เน้นการทำกิจกรรมที่นำความรู้ที่ได้จากทฤษฎีหลักการสื่อสารการตลาดมาปรับใช้ในงานทางด้านนิเทศศาสตร์ และการวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อมาวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการมอบหมายงานที่ต้องมีการระดมความคิดและปฏิบัติงานร่วมกัน
●	4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งงานบุคคลและงานกลุ่ม
○	4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง

○	4.4 สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
○	4.5 สามารถใช้ความรู้ที่ได้รับมาจัดกิจกรรมได้อย่างถูกต้องเหมาะสม
○	4.6 วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

วิธีการสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

- สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ความเสียสละและสามัคคีในการทำงานเป็นทีมความรับผิดชอบต่อหน้าที่การทำงานในแต่ละฝ่าย การระดมความคิด พร้อมนำเสนอผลงานต่อผู้สอน

วิธีการประเมินผล

- ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม

- ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม

- ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม

- ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

- ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical Analysis, Communication and Information Technology Skills)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจา การคิดและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
○	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับกิจกรรม
○	5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจในการสรุปกิจกรรม
○	5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ ในการสรุปกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดกิจกรรมด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

- จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์และสถิติในการจัดกิจกรรมการ

วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานในการจัดกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม

หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
1	บทที่ 1 การสื่อสารการตลาด - ความหมายของการสื่อสารการตลาด - รูปแบบการสื่อสารการตลาด - เป้าหมายการสื่อสารการตลาด - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาด - กระบวนการสื่อสารการตลาด - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารการตลาด - วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด - การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด - การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาด - การประเมินผลการสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด	3	- นำสู่บทเรียนด้วยแบบทดสอบก่อนเรียนและทัศนคติของผู้เรียน - บรรยายด้วย Power point - รับชมวีดิทัศน์การสื่อสารกับการตลาด และร่วมกันอภิปราย พร้อมนำเสนอความคิดเห็นหน้าชั้นเรียน - ผู้สอนสรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ทำแบบฝึกหัดท้ายบท - ประเมินพฤติกรรมกรรมการเรียนการสอน - ศึกษา กรณีศึกษา กระบวนการสื่อสารการตลาดของสินค้า และการบริการที่มีชื่อเสียง พร้อมนำเสนออาทิตย์ถัดไป	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวัฒน์
2	บทที่ 2 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร - วิวัฒนาการ - ความหมาย - องค์ประกอบ - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง - ความสำคัญ - การวัดประสิทธิภาพ - ขั้นตอนการวางแผน - เครื่องมือ - หลักเกณฑ์การผสมผสานเครื่องมือ - การเลือกใช้เครื่องมือ	3	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - ทำแบบฝึกหัดท้ายบท - ประเมินพฤติกรรมกรรมการเรียนการสอน	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวัฒน์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
3-4	บทที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด - ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ศาสตร์พื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ	6	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - ผู้สอนยกตัวอย่างการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค - นักศึกษาจับคู่และศึกษารูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ของเพื่อนพร้อมกับนำเสนอผลการสำรวจหน้าชั้นเรียน - ทำแบบฝึกหัดท้ายบท - นำเสนองานที่ได้รับจากบทที่ 2 - ผู้สอนสรุปสาระสำคัญจากบทเรียน - ประเมินพฤติกรรมการเรียนการสอน	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวิฒ
5	บทที่ 4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ความหมาย - บทบาท - ความสำคัญของการท่องเที่ยว - องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ธุรกิจการท่องเที่ยว	3	- การบรรยายด้วย Power point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้าที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว การใช้สื่อสารทางการตลาดเป็นงานเดี่ยว พร้อมนำเสนอในอาทิตย์ถัดไป - ประเมินพฤติกรรมการเรียนการสอน - ผู้สอนสรุปสาระสำคัญจากบทเรียนเพื่อใช้ในการสอบกลางภาค	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวิฒ

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
6	สอบกลางภาค			
7	บทที่ 5 การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ความหมาย บทบาทและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยว - ลักษณะของตลาดท่องเที่ยว - ส่วนประกอบของตลาดท่องเที่ยว - พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนผสมทางการการตลาด - ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	3	- บรรยายแบบมีส่วนร่วมด้วย Power point, You tube - มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ ด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยวพร้อมนำเสนอเป็นรายบุคคล - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวัฒน์
8	บทที่ 6 การโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว - วัตถุประสงค์ของการโฆษณาการท่องเที่ยว - ลักษณะเฉพาะของการโฆษณาการท่องเที่ยว - บทบาทหน้าที่ของการโฆษณาการท่องเที่ยว - ประเภทของการโฆษณาการท่องเที่ยว - วัตถุประสงค์ของการโฆษณาการท่องเที่ยว - การสร้างสรรค์งานโฆษณาการท่องเที่ยว - บริษัทตัวแทนโฆษณาการท่องเที่ยว - การวางแผนรณรงค์การโฆษณาการท่องเที่ยว	3	- บรรยายด้วยPower point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาการโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว กระบวนการการใช้สื่อสารและการวางแผนรณรงค์การสื่อสารทางการตลาดเป็นงานกลุ่ม พร้อมนำเสนอในอาทิตย์ถัดไป - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - ประเมินพฤติกรรมการเรียนการสอน	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวัฒน์
9	บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์	3	- บรรยายด้วยPower point พร้อมเอกสารประกอบการสอน - มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว กระบวนการการใช้	อ.อาทิตยา แก้ตาธนวัฒน์

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร - เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ 		<ul style="list-style-type: none"> สื่อและการวางแผนรณรงค์การสื่อสารทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว เป็นงานกลุ่ม พร้อมนำเสนอในอาทิตย์ถัดไป - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - ประเมินพฤติกรรมการเรียนการสอน 	
10	บทที่ 8 การส่งเสริมการขายเพื่อการท่องเที่ยว <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การวางแผนการส่งเสริมการขาย - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - การประเมินผลการส่งเสริมการขาย - อุปสรรคการใช้การส่งเสริมการขาย 	3	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วยเอกสารประกอบการสอนด้วย Power point พร้อมตัวอย่าง - มอบหมายให้นักศึกษาจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการขายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นงานกลุ่ม พร้อมนำเสนอในอาทิตย์ถัดไป - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ 	อ.อาทิตยา แก้วธารนวัต
11	บทที่ 9 การขายโดยบุคคล <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายการขายโดยบุคคล - บทบาทและหน้าที่ของการขายโดยบุคคล - ประเภทของการขาย - คุณสมบัติการขายโดยบุคคลที่ดี - กระบวนการขายโดยบุคคล - การจัดการหน่วยการขาย - ความจำเป็นในการใช้การขายโดยบุคคล - การขายให้ประสบความสำเร็จ 	3	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรยายด้วยเอกสารประกอบการและ Power point พร้อมตัวอย่าง - นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการขายเพื่อการท่องเที่ยว - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - มอบหมายให้นักศึกษาศึกษาเทคนิคและวิธีการขายโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นงานเดี่ยว 	อ.อาทิตยา แก้วธารนวัต

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
12	บทที่ 10 การตลาดทางตรง - ความหมายของการตลาดทางตรง - ความสำคัญของการตลาดทางตรง - ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเติบโต - ฐานข้อมูลสำหรับการตลาดทางตรง - เครื่องมือการตลาดทางตรง - การวางแผนการตลาดทางตรง - กลยุทธ์การสร้างสรรค้การตลาดทางตรง	6	- การบรรยายด้วยเอกสารประกอบการและ Power point พร้อมตัวอย่าง - นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย ศึกษาเทคนิคและวิธีการขายโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ - ระดมความคิดเกี่ยวกับการนำความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวมาจัดกิจกรรมวันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี	อ.อาทิตยา แก้วตาธนวัฒน์
13	บทที่ 11 การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ลักษณะของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - จุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - หลักสำคัญในการจัดกิจกรรมทางการตลาด - รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ - การวัดผลการจัดกิจกรรมทางการตลาด	3	- นำเสนองานที่ได้รับจากการประชุมระดมความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในวันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี - นักศึกษาประชุม ออกแบบสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาด ในวันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี - ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสาระสำคัญ	
14-15	บทที่ 12 การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายการตลาดออนไลน์	6	- เอกสารประกอบการสอน - บรรยาย Power point พร้อมกับยกตัวอย่าง	

ลำดับที่	หัวข้อ / รายละเอียดการสอน	จำนวน ชั่วโมง	สื่อการเรียนรู้	ชื่อผู้สอน
	- ความสำคัญการตลาดออนไลน์ - ลักษณะการตลาดออนไลน์ - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาดออนไลน์		- ดำเนินงานจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยววันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี - สรุปกิจกรรมเป็นรูปเล่มวันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี	
16	สอบปลายภาค			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ Learning Outcome	วิธีการประเมิน	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.คะแนนระหว่างภาค	- วิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้า การนำเสนอรายงานเดี่ยว - วิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้า การนำเสนอรายงานกลุ่ม - การส่งงานตามที่ได้รับมอบหมาย และตรงตามเวลา - รายงานการจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว วันสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี 111 ปี	1-15	40%
2	1.คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	5,16	50%
3	1.พฤติกรรม 2. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นเรียน - มารยาททางสังคม - การมีส่วนร่วมในกิจกรรม	1-15	10%
รวม				100 %

หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

อาทิตยา แก้วตาชนวิฒ. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี, 2558.

1.2 ตำราที่ใช้ในการเรียนการสอน

กัณฑ์ศิษย์ เลิศไพรงาม. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1 .พิมพ์ที่ บริษัท ไอ เอ็ม บู้คส์ จำกัด ,2551.

ดารา ทีปะपाल.การสื่อสารการตลาด.กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่ อมรการพิมพ์,2551.

ทรงวิทย์ เขมเศรษฐ์ (แปล). การตลาดลูกผสม. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ฐานการพิมพ์ จำกัด,2548.

นิตยา จิตรภักษ์ธรรม. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย . กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ หจก. ภาพพิมพ์ , 2550.

ประวัตี เพียรเจริญ.กลยุทธ์การตลาดลงเทล.กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1. พิมพ์ที่ สำนักพิมพ์ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2551.

ภานุ ลิ้มมานนท์. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2.พิมพ์ที่บริษัท ภาริณาส จำกัด,2550.

รณชัย คงสกนธ์. คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ ธรรมมลการพิมพ์ ,2549.

วิภาจรี นิธินากร (แปล). ทำแผนการตลาดแบบมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่บริษัทเกี่ยวโด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด,2550.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. IMC การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2.พิมพ์ที่ แบรินด์เอ็ดบู้ค,2549.

เสกสรร สายสีเสด.หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่ ไทยวัฒนาพานิชย์ ,2542.

เสรี วงษ์มณฑา.ครบเครื่องเรื่องสื่อสารการตลาด.กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่ วิสิทธิ์พัฒนา,2550.

American Marketing Associations .2004. **Marketing definition.** (Online) . Available <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.ppp?searchfor=marketingz&searched=1>

Direct Marketing Associations .2002. **What is direct Marketing.** (Online) . Available <http://www.thedma.org>.

Pelsmaker, P. , Geunens, M., & Bergh, J. Van den. 2001 .**Marketing communication.** Harlow, England : Pearson Education.

Peter, P.J., & Donnelly, J.H. 2001. **Marketing management** : Knowledge and Skills. 6th ed. Singapore : McGraw-Hill.

1.3 วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่อกระจายเสียงและภาพ

บทความจากหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ เช่น ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ ประชาชาติธุรกิจ นิตยสารธุรกิจ
ทางการตลาด

1.4 เว็บไซต์

<http://thebrandunion.com>

www.b2binternational.com

www.brandingasia.com

www.quickmba.com

<http://www.riclib.nrct.go.th/>

<http://kosanathai.com/>

1.5 งานวิจัย

สำนักงานวิจัยแห่งชาติ

1.6 แหล่งการศึกษาค้นคว้านอกเวลา

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิจัย วิทยานิพนธ์

อินเทอร์เน็ต

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1.การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา:

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้ทำกิจกรรมการปฏิบัติการจริงในชั้นเรียน การนำเสนอแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้แก่ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอนและข้อเสนอแนะ

2. การประเมินการสอน:

หลักสูตรนิเทศศาสตร์กำหนดให้มีการประเมินการสอนจากการสังเกตการณ์สอน ผลการสอน การสัมภาษณ์นักศึกษา การจัดกิจกรรมที่หลากหลายในรายวิชา

3. การปรับปรุงการสอน :

ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามที่ สกอ.กำหนด ผู้สอนเข้ารับการอบรมกลยุทธ์การสอน การวิเคราะห์ผู้เรียน การวิจัยในชั้นเรียน มีการประชุมผู้สอนเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้อุปสรรคของนักศึกษาและหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา :

มีการสอบถามนักศึกษา หรือตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาถึงผลการทำข้อสอบ และ ความเหมาะสมของการให้คะแนนทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน มีการตั้งคณะกรรมการในสาขา ตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ทุกภาคการศึกษาโดยการตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการสอนและการให้ คะแนนแก่นักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา :


จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดย นักศึกษา คณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผล ของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รายวิชาเสนอต่อประธานหลักสูตรหรือหัวหน้าภาค เสนอต่อกรรมการประจำคณะพิจารณาให้ความคิดเห็น และสรุปเพื่อวางแผนปรับปรุงในปีการศึกษาต่อไป

จัดทำโดย 

(อาจารย์อาทิตยา แก้วตาธนวัด)

ผู้สอนรายวิชาการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

14/ก.ค./58

อนุมัติโดย 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

14/ก.ค./58