มคอ. 5 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8213009

ชื่อวิชา การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

(Marketing Communication for Tourism)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรใหม่ พ.ศ. 2555

คณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8213009 การสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์อาทิตยา แก้วตาธนวัฒ ชั้นปีที่ 3 หมู่เรียนที่ 1 สาขาการท่องเที่ยว

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 1/2558

5. สถานที่เรียน

ห้อง 35501 อาคารเฉลิมพระเกียรติครองราชย์ 60 ปี

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตามแผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
บทที่ 1 การสื่อสารการตลาด - ความหมายของการสื่อสารการตลาด - รูปแบบการสื่อสารการตลาด - เป้าหมายการสื่อสารการตลาด - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาด - กระบวนการสื่อสารการตลาด - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารการตลาด	6	6	

- วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด - การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด - การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาด - การประเมินผลการสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด			
บทที่ 2 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร - วิวัฒนาการ - ความหมาย - องค์ประกอบ - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง - ความสำคัญ - การวัดประสิทธิภาพ - ขั้นตอนการวางแผน - เครื่องมือ - หลักเกณฑ์การผสมผสานเครื่องมือ - การเลือกใช้เครื่องมือ	3	4	
บทที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด - ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ศาสตร์พื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิผลต่อพฤติกรรมการซื้อ	6	6	
บทที่ 4 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ความหมาย	3	3	

- บทบาท - ความสำคัญของการท่องเที่ยว - องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ธุรกิจการท่องเที่ยว			
บทที่ 5 การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - ความหมาย บทบาทและความสำคัญของตลาดการท่องเที่ยว - ลักษณะของตลาดท่องเที่ยว - ส่วนประกอบของตลาดท่องเที่ยว - พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนผสมทางการการตลาด - ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	3	3	
บทที่ 6 การโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว - วัตถุประสงค์ของการโฆษณาการท่องเที่ยว - ลักษณะเฉพาะของการโฆษณาการท่องเที่ยว - บทบาทหน้าที่ของการโฆษณาการท่องเที่ยว - ประเภทของการโฆษณาการท่องเที่ยว - วัฏจักรโฆษณาการท่องเที่ยว - การสร้างสรรค์งานโฆษณาการท่องเที่ยว - บริษัทตัวแทนโฆษณาการท่องเที่ยว - การวางแผนรณรงค์การโฆษณาการท่องเที่ยว	3	6	
บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์	3	4	

ขององค์กร - เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสาร การตลาด - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์			
บทที่ 8 การส่งเสริมการขายเพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การวางแผนการส่งเสริมการขาย - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - การประเมินผลการส่งเสริมการขาย - อุปสรรคการใช้การส่งเสริมการขาย	3	4	
บทที่ 9 การขายโดยบุคคล - ความหมายการขายโดยบุคคล - บทบาทและหน้าที่ของการขายโดยบุคคล - ประเภทของการขาย - คุณสมบัติการขายโดยบุคคลที่ดี - กระบวนการขายโดยบุคคล - การจัดการหน่วยการขาย - ความจำเป็นในการใช้การขายโดยบุคคล - การขายให้ประสบความสำเร็จ	3	3	
บทที่ 10 การตลาดทางตรง - ความหมายของการตลาดทางตรง - ความสำคัญของการตลาดทางตรง - ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเติบโต - ฐานข้อมูลสำหรับการตลาดทางตรง - เครื่องมือการตลาดทางตรง - การวางแผนการตลาดทางตรง - กลยุทธ์การสร้างสรรค์การตลาดทางตรง	3	4	
บทที่ 11 การจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อ			เตรียมความพร้อมการจัดงาน

การท่องเที่ยว **-** ความหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ลักษณะของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - จุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - หลักสำคัญในการจัดกิจกรรมทางการตลาด - รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ - การวัดผลการจัดกิจกรรมทางการตลาด	3	4	โครงการการลงพื้นที่
บทที่ 12 การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว - ความหมายการตลาดออนไลน์ - ความสำคัญการตลาดออนไลน์ - ลักษณะการตลาดออนไลน์ - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาดออนไลน์	6	6	จัดทำโครงการพิเศษ

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

3. ประสิทธิผลของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	สอนโดยการสอดแทรกคุณธรรมจริธรรมในขณะที่สอน เพื่อปลูกฝังให้นักศึกษามีวินัย โดยเน้นการแต่งกายให้ถูกต้องตาม	✓		- นักศึกษาบางคนแต่งกายไม่ถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ได้ตักเตือนและให้ปรับปรุงตนเอง

	ระเบียบ มีความซื่อสัตย์ ทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยตนเอง ไม่ทุจริตการสอบ เข้าชั้นเรียนตรงเวลา และรู้จักเสียสละเพื่อส่วนรวม			- ตรงเวลา ต้องตัดคะแนนตามที่ได้ตกลงกันไว้ตอนต้นภาคเรียน
ความรู้	เรียนรู้ในชั้นเรียน โดยผ่านกระบวนการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ เช่น การบรรยายประกอบการยกตัวอย่างจากเทคโนโลยีการสื่อสาร การทำกิจกรรมกลุ่ม การทำแบบทบทวนความรู้ และร่วมกันแสดงความคิดเห็นในประเด็นการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	✓		นักศึกษาทำการศึกษาค้นคว้ายังไม่ลึกซึ้งมากพอในหัวข้อที่ได้รับมอบหมาย การทบทวนความรู้ที่เรียนในห้องเรียนด้วยตนเอง
ทักษะทางปัญญา	การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยกระตุ้นให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และทำรายงานส่ง พร้อมนำเสนอในห้องเรียน	✓		นักศึกษาขาดทักษะการใช้คอมพิวเตอร์จึงให้ชิ้นงานและฝึกทำซ้ำจนสามารถจัดทำรายงานโครงการที่มอบหมายได้ดีขึ้น
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ	จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ทำงานเป็นกลุ่ม โดยมอบหมายงานกลุ่มในชั้นเรียน และนอกชั้นเรียนโดยการลงมือปฏิบัติจริงจากตัวอย่างสื่อสารการตลาดขององค์กรด้านการท่องเที่ยว	✓		การมอบหมายงานกลุ่มทำให้มีการเกี่ยงงานกันทำ จึงต้องมอบหมายงานแต่ละชิ้นให้แต่ละคนทำแล้วให้นำมารวมกันเป็นชิ้นงานเพื่อส่ง
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	สรุปผลการดำเนินงานพร้อมทำรายงานและนำเสนอผลงานในชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอ	✓		นักศึกษานำระบบสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์น้อย จึงให้นักศึกษาทำงานที่มอบหมายโดยใช้คอมพิวเตอร์และส่งข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศ

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

จากผลการประเมินพบว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ ต้องการให้ผู้สอนมอบหมายงานและแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการพิเศษเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวและการจัดเตรียมความพร้อมเพื่อมิให้เกิดข้อผิดพลาดในการโครงการพิเศษ

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน *(ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน)*

14 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

14 คน

3.จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

ไม่มี

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	2	14.28
B^+	5	35.72
B	1	7.14
C^+	2	14.28
C	4	28.58
D^+	0	0.00
D	0	0.00
F	0	0.00
ไม่สมบูรณ์ (I)	-	-
ผ่าน (P)	-	-
ไม่ผ่าน (NP)	-	-
ถอน (W)	-	-

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ขึ้นอยู่กับความตั้งใจของนักศึกษา	นักศึกษาบางคนไม่ใส่ใจหรือตั้งใจในการทำกิจกรรม

7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
นักศึกษาตรวจสอบคะแนนของตนเอง	ไม่พบการร้องเรียน
ประชุมกรรมการสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา	ไม่มีการแก้ไข

(ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.3 หมวด 5 ข้อ 2)

หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อการดำเนินการ

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อการเรียนรู้
กิจกรรมของทางมหาวิทยาลัยและคณะมีจำนวนมากและมีความซ้ำซ้อน การเรียนการสอนไม่ทั่งถึงทุกคน	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ การควบคุมดูแลหรือให้คำปรึกษาแก่นักศึกษไม่ทั่วถึง

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา *(แนบเอกสาร)*

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ผลการประเมินออนไลน์ สอนเกินเวลาที่เรียน

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ไม่มี

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ไม่มี

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ไม่มี

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ปรับปรุงแผนการสอนให้มีความหลากหลายและมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ให้นักศึกษาประชุมวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมเอง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ทักษะด้านสื่อสารการตลาดท่องเที่ยวในการเรียนวิชานี้	นำแผนของปีที่ผ่านมาปรับใช้ในการเรียนการสอนในครั้งนี้ และดำเนินการในการจัดทำแผนการสอนเพื่อปรับปรุงในครั้งต่อไป

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยยนแปลงไปตามยุคสมัย พร้อมทั้งจัดกิจกรรมให้สามารถนำไปจัดได้กับกิจกรรมสำคัญของมหาวิทยาลัยเพื่อลดการซ้ำซ้อนของกิจกรรมพร้อมเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในมหาวิทยาลัยและนอกมหาวิทยาลัย

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
ฝึกให้นักศึกษาได้คิดกิจกรรมที่ต้องทำในด้านการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวหรือเข้าร่วมกิจกรรมโครงการพิเศษด้านการสื่อสารการท่องเที่ยว	ในภาคการศึกษา	อาจารย์ผู้สอน

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวนอกเหนือจากรายวิชาในการเรียนการสอนมากขึ้น

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

.....

(นส.อาทิตยา แก้วตาธนวัฒ)

วันที่ ...../...../.....

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....

(นส.อาทิตยา แก้วตาธนวัฒ)

วันที่ ...../...../.....