

## รายละเอียดรายวิชาการจัดการการตลาดบริการ

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะ/โปรแกรมวิชา	คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

## หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

## 1. รหัสและชื่อรายวิชา

3543110 การจัดการการตลาดบริการ  
Service Marketing Management

## 2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

## 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

การบริหารธุรกิจบัณฑิตและพื้นฐาน

## 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญทานนท์

## 5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2558

## 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

## 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

## 8. สถานที่เรียน

อาคารโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

## 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 5 มกราคม 2558

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อเป็นพื้นฐานในการคิดและปรับใช้การตลาดเพื่อธุรกิจบริการ
- 1.2 เพื่อการทำความเข้าใจและกระตุ้นความสนใจในการประกอบอาชีพส่วนตัวในสาขาการบริการ

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
- 2.2 เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- 2.3 เพื่อให้สอดคล้องกับผลการสำรวจคุณสมบัติของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหน่วยงาน

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมายและความสำคัญของตลาดบริการ ลักษณะเฉพาะและปัญหาการตลาดของบริการ ประเภทของตลาดบริการ สภาพแวดล้อม พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการ การกำหนดกลยุทธ์ การตลาดของธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ ความล้มเหลวและการฟื้นคืนบริการ

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะกลุ่ม	อาจมีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามนัดหมาย</li> <li>- อาจารย์นำเอกสารประกอบการสอน ที่เป็น MS PowerPoint ส่งให้ทาง e-mail เพื่อให้นักศึกษาสามารถ Download เอกสารประกอบการสอนไปศึกษาล่วงหน้า และสามารถขอคำปรึกษาได้ทาง Line หนูเรียนและในชั้นเรียน</li> </ul>
---

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความเสียสละความซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจทั้งต่อบุคคล องค์กร และสังคม

#### 1.2 วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างสอดแทรกประเด็นทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นในแวดวงธุรกิจ พร้อมทั้งให้ช่วยกันวิเคราะห์ผลกระทบ

- ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเคารพในกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและสังคม เช่น การเข้าชั้นเรียน การตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบ การเข้าคิว ฯลฯ สอนให้เคารพจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ เช่น การอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน

- ให้ศึกษารณศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจแบบไม่รับผิดชอบต่อ

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดในการวิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรม
- ประเมินการอ้างอิงใช้ในการทำรายงาน
- ประเมินจากแนวคิด/ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในสาขาวิชาการตลาด
- มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบายสถานการณ์ทางการตลาดได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ความรู้ทางทฤษฎีมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- สามารถบูรณาการความรู้การตลาดกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

#### 2.2 วิธีการสอน

- ให้ฝึกแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์จริงของการตลาดบริการ โดยผสมผสานทฤษฎีและประสบการณ์
- ใช้ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้
- มอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการ/ รายงาน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสมเปรียบเทียบกับภาระที่หน่วยงานต่างๆ ทำ
- ประเมินผลการสอบกลางภาคและปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี
- ประเมินจากความสำเร็จของโครงการ/ รายงาน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถแสวงหาและรวบรวมความรู้ทางการจัดการการตลาดบริการ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

### 3.2 วิธีการสอน

- ให้ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาจริง และการแก้ไขปัญหาการจัดการการตลาดบริการพร้อมเหตุผล

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการคิดและวิเคราะห์สถานการณ์และการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้เรียน

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น
- มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ

### 4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายรายงานกลุ่ม
- ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับโอกาส และวาระ
- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ

### 5.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาทำรายงานและนำเสนอ
- ให้นักศึกษาทำรายงาน/ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินคุณภาพรายงาน

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	พบ แจกแผนการสอน ทำความเข้าใจ และกำหนดกติกาการเรียน-สอน	3	แผนการสอน พุดคุย/ ตกลง กติกา/ สิ่งงาน	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
2	ความหมายและความสำคัญของตลาดบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
3-4	ความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการ ปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหา	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
5	ประเภทของตลาดบริการ ผลกระทบจาก AEC	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
6	พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจซื้อบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ฝึกการแปลภาษาอังกฤษ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
7	การจัดการกับอุปสงค์และอุปทานของบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ฝึกการแปลภาษาอังกฤษ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

ลำดับที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
8	การจัดการส่วนประสมการตลาดบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ฝึกการแปลภาษาอังกฤษ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
9	<b>สอบกลางภาค</b>	3	ข้อสอบ	คณะกรรมการ
10-13	การจัดการส่วนประสมการตลาดบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
14	คุณภาพการบริการ	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ฝึก การแปลภาษาอังกฤษ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
15	ความล้มเหลวและการฟื้นคืนตลาด บริการ/สรุป	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ฝึกการแปลภาษาอังกฤษ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
16	<b>สอบปลายภาค</b>	<b>3</b>	ข้อสอบ	คณะกรรมการ

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	ลำดับที่ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1	- การเข้าเรียน การตรงต่อเวลา การปฏิบัติตน การพูด การ แต่งกาย การพัฒนาบุคลิกภาพ การวิเคราะห์ประเด็นทาง จริยธรรม การอ้างอิงใช้ในการทำรายงาน แนวคิด/ การ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งสังเกตพฤติกรรมกลุ่ม	ตลอดภาค การศึกษา	20%
2	2,3,4	ความถูกต้อง ความเหมาะสมของการแก้ไขปัญหา ความสำเร็จของโครงการ/ รายงาน ทั้งเดี่ยวและกลุ่ม	ตลอดภาค การศึกษา	20%
3	5	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	9 16	30% 30%

### เกณฑ์การประเมินผล

80 % ขึ้นไป ระดับคะแนน A

60 - 64.9 % ระดับคะแนน C

75 - 79.9 %	ระดับคะแนน B <sup>+</sup>	55 - 59.9 %	ระดับคะแนน D <sup>+</sup>
70 - 74.9 %	ระดับคะแนน B	50 - 54.9 %	ระดับคะแนน D
65 - 69.9 %	ระดับคะแนน C <sup>+</sup>	ต่ำกว่า 50 %	ระดับคะแนน E

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<p><b>1. เอกสารและตำราหลัก</b></p> <p>สนใจ บุญทานนท์. 2552. การจัดการการตลาดบริการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.</p>
<p><b>2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ</b></p> <p>เอกสาร และ Ppt ของอาจารย์</p>
<p><b>3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ</b></p> <p>นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา</p>

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

<p><b>1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา</b></p> <p>- ข้อเสนอแนะผ่าน Line กลุ่ม</p>
<p><b>2. กลยุทธ์การประเมินการสอน</b></p> <p>- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชาโดยคณะฯ และมหาวิทยาลัย</p> <p>- ผลการสอบของนักศึกษา</p>
<p><b>3. การปรับปรุงการสอน</b></p> <p>ผู้สอนนำผลการประเมินและความเห็นของนักศึกษามาวิเคราะห์ ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษา</p>
<p><b>4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</b></p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละรายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน</p>
<p><b>5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</b></p> <p>จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น คือ</p>

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี
- ปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้นักศึกษาทำตามสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา