

การรายงานผลของรายวิชา

(มคอ. 3)

หมวดวิชา

กลุ่มวิชา

(หมวดวิชาปรับปรุง พ.ศ. 2554)

รหัสวิชา 5001401

ชื่อวิชา การตลาดสำหรับธุรกิจการบิน

(Marketing for aviation business)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ

สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	3
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวดที่ 4	การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	7
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	9
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	10

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

คณะ / ภาควิชา

วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป**1. รหัสและชื่อรายวิชา**

5001401 การตลาดสำหรับธุรกิจการบิน
(Marketing for aviation business)

2. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

3(3-0-6) 40 ชั่วโมง

3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการระหว่างประเทศ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1/2556

6. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

วิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี อำเภอเกาะสมุย

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

-

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ทางวิชาการ ทั้งทางด้านทฤษฎี และ กรณีศึกษา รวมไปถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจการบิน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดสำหรับธุรกิจการบิน
2. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกลไกการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างธุรกิจการบิน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง และ อุตสาหกรรมบริการ
3. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาด
4. เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ตลาดสินค้า การจัดการด้านรายได้ การขาย รวมทั้งหลักการโฆษณาในธุรกิจการบิน
5. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ในรายวิชาไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาระบบการตลาดเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการบินทั้งด้านการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง โดยเน้นกลไกการปฏิบัติงานร่วมกับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนศึกษาหลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขายและการตลาดและพันธมิตรการบิน

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
48 คาบ (3 คาบ x 16 สัปดาห์)	ตามความต้องการของ นักศึกษาเฉพาะกลุ่มเรียน	ไม่มี	มี

*หมายเหตุ คาบละ 50 นาที

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3.1 อาจารย์ประจำวิชาแจ้งแก่นักเรียนในคาบแรกของการเรียนการสอนถึงแนวทางการนัดเข้าพบเพื่อขอคำปรึกษา
- 3.2 นักศึกษาสามารถนัดวันและเวลาล่วงหน้า หรือมาพบตามเวลาที่แจ้งไว้

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาให้ผู้เรียนมีความรับผิดชอบ มีวินัย และมีจรรยาบรรณที่ดีในวิชาชีพ มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยมีคุณธรรมและจริยธรรมตามคุณสมบัติของหลักสูตร ดังนี้

- 1.1.1 ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- 1.1.2 มีทัศนคติที่ดีต่อการต้อนรับ และการบริการเพื่ออุตสาหกรรมบริการ
- 1.1.3 เน้นการประพฤติ ปฏิบัติ และเป็นตัวอย่างที่ดีตามจรรยาบรรณทางวิชาชีพ
- 1.1.4 มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม โดยเคารพกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของสาขา และคณะ
- 1.1.5 มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 1.1.6 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 1.1.7 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.1.8 มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ อำนวยความสะดวกและการบริการนักท่องเที่ยว
- 1.1.9 ตระหนักในผลกระทบจากการปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมโดยรอบของธุรกิจท่องเที่ยว

1.2 วิธีการสอน

- 1.2.1 อภิปราย บรรยาย สอดแทรกเหตุการณ์ ประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้นตามหัวข้อการเรียนการสอน
- 1.2.2 ศึกษากรณีศึกษา
- 1.2.3 อภิปรายจากหัวข้อการเรียนการสอน

1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากการเข้าเรียน อภิปราย และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- 1.3.2 ประเมินจากประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการทำงานที่ได้รับมอบหมาย
- 1.3.3 การส่งงานตรงตามที่ได้รับมอบหมาย และตรงต่อเวลา
- 1.3.4 ประเมินจากการตอบข้อสอบ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นของการตลาดสำหรับธุรกิจการบิน
- 2.1.2 เข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของการตลาดสำหรับธุรกิจการบิน
- 2.1.3 ได้ศึกษาแนวทางการจัดการ การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ในธุรกิจการบิน
- 2.1.4 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และสภาพแวดล้อมทางการตลาด
- 2.1.5 มีความรู้และความเข้าใจกลไกการปฏิบัติงานร่วมกันของธุรกิจการบินกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 บรรยาย สื่อวีดิทัศน์ แบบฝึกหัด แบบทดสอบ
- 2.2.2 กรณีศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 2.2.3 การทำรายงานรายบุคคล การนำเสนอรายงานรายบุคคล และศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 ประเมินจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน

2.3.2 ประเมินจากประสิทธิผลของรายงาน และการนำเสนอรายงาน

2.3.3 ประเมินผลจากการสอบเก็บคะแนนในชั้นเรียน แบบทดสอบกลางภาค และแบบทดสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถประมวลความรู้ภาคทฤษฎี และทักษะจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

3.1.2 สามารถวิเคราะห์พื้นฐานของการตลาดในอุตสาหกรรมการบิน

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 บรรยาย อภิปรายในชั้นเรียน

3.2.2 กิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียน

3.2.3 กิจกรรมนันทนาการ

3.2.4 งานศึกษาค้นคว้ารายบุคคล

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการอภิปรายในชั้นเรียนพฤติกรรมมีส่วนร่วมกับสมาชิกกลุ่ม

3.3.2 ประสิทธิภาพของรายงาน การศึกษาค้นคว้าที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 ประเมินจากประสิทธิภาพของการค้นคว้าโดยดูจากการอ้างอิง การทำแบบฝึกหัด และการทำแบบทดสอบหลังการเรียนการสอน

3.3.4 ประเมินจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.3.5 สอบปลายภาคด้วยข้อสอบปรนัยและอัตนัย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 พัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมร่วมกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้

4.1.2 พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 อภิปรายกรณีศึกษาร่วมกันในชั้นเรียน

4.2.2 มอบหมายการนำเสนองานและรายงานเดี่ยว

4.2.3 การนำเสนองานในชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินตนเอง และเพื่อนร่วมชั้นเรียน โดยการอภิปราย

4.3.2 ประเมินจากผลงานในการนำเสนอรายงาน

4.3.3 ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในการทำงานเป็นกลุ่ม โดยการสอบถามจากนักศึกษา ถึงปัญหาที่พบในการทำงาน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์ตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน

5.1.2 พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา

5.1.3 พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

5.1.4 ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล

5.1.5 ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม (Power Point Presentation, Video)

5.2 วิธีกรสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning (e-journal) และทำรายงาน และโดยเน้นอ้างอิงจากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีกรประเมินผล

5.3.1 การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

5.3.2 การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวน คาบ	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1-2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดสำหรับ ธุรกิจการบิน	6	- อธิบายโครงการสอน การเก็บ คะแนนและการประเมินผล - บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - มอบหมายการนำเสนองาน รายบุคคล	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
3-4	สภาพแวดล้อมทางการตลาดและกลยุทธ์ทาง การตลาด	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - สอบเก็บคะแนน	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
5-6	การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในตลาดสำหรับธุรกิจ การบิน	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
7-8	การจัดการตราสินค้าในการตลาดสำหรับ ธุรกิจการบิน	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - สอบเก็บคะแนน	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
9	สอบกลางภาค			อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์

10-11	กลยุทธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - สอบเก็บคะแนน	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
12-13	หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และพันธมิตรการบิน	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - ให้นักศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
14-15	การจัดการด้านราคาบัตรโดยสารและการจัดการด้านรายได้	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - แบ่งกลุ่มอภิปราย - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - สอบเก็บคะแนน	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
16	- นำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมการบิน เป็นรายบุคคล - ส่งรายงานรายบุคคล	3	- นำเสนอผลงานโดยการใช้สื่อที่เหมาะสม เช่น power point - ส่งรายงานในหัวข้อ ข้อดีและข้อเสียของพันธมิตรการบิน พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ของสายการบินที่ไม่ได้เข้าร่วมพันธมิตรการบิน	อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์
17	สอบปลายภาค			อาจารย์จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	2.1, 3.1, 5.1	- แบบทดสอบท้ายคาบ - สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	4, 8, 11 และ 15 8 16	10% 20% 30%
2	1.1, 2.1, 3.1, 4.1, 5.1	- การทำรายงานเดี่ยว - การนำเสนองานเดี่ยว	15 15	15% 15%
3	1.1, 4.1, 5.1	- การเข้าชั้นเรียน - พฤติกรรมในชั้นเรียน - การอภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารตำราหลัก

- Shaw, S. (2011) *Airline Marketing and management*, 7th edition. Surrey: Ashgate Publishing Company.
- O'Connell, J. (2011) *Air Transport in the 21st Century : Key Strategic Developments*. Surrey: Ashgate Publishing Company.
- Doganis, R. (2006) *The Airline Business*, 2nd edition. Oxon: Routledg.
- Czipura, C. and Jolly, D. (2007) *Global airline alliances: sparking profitability for a troubled industry*. Surrey: Ashgate Publishing Company.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- Journal of Business Strategy* [e-journal] 28 (2), pp.57-64. Available through: Emerald database
- Greenley, G. (1989) An understanding of marketing strategy, *European Journal of Marketing*, 23, pp.45-58. Available at: Emerald.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 แหล่งข้อมูลที่แนะนำได้แก่

- <http://www.airlinetrends.com/category/airport-ground/>
- <http://blog.marketingforairlines.com/>
- www.icao.org
- www.iata.org
- www.oneworld.com/
- www.skyteam.com/
- www.staralliance.com/en/

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1. จัดให้มีการสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียนเกี่ยวกับประโยชน์จากข้อคิดเห็นของนักศึกษาต่อการพัฒนารายวิชานี้
2. ให้มีการใช้แบบประเมินในการประเมินผู้สอน และรายวิชา
3. การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
4. การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
5. แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
6. การประมวลความรู้ก่อนและหลังของผู้เรียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

1. ผลการเรียนของนักศึกษา
2. การทวนสอบผลการประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

1. ประมวลความคิดเห็นของนักศึกษา การประเมินการสอนของตน รวมทั้งการสรุปปัญหา อุปสรรค แนวทางในการแก้ไข เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงรายวิชาสำหรับปีการศึกษาต่อไป
2. ปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาให้ทันสมัย และเหมาะสมกับนักศึกษารุ่นต่อไป

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

1. ผลการทดสอบประมวลผลการเรียนรู้
2. แต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาเพื่อตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา (คะแนน/เกรด) กับข้อสอบ รายงาน โครงการ และการให้คะแนนพฤติกรรมของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงประมวลรายวิชาทุกปีเพื่อความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และแลกเปลี่ยนความรู้การวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงาน กิจกรรม ประสบการณ์ต่างๆระหว่าง อาจารย์ และผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการบิน