

การรายงานผลของรายวิชา

(มคอ. 3)

หมวดวิชา

กลุ่มวิชา

(หมวดวิชาปรับปรุง พ.ศ. 2554)

รหัสวิชา 5010202

ชื่อวิชา ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารทางการตลาด
(English for Marketing Communication)

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**

5010202

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางการตลาด

(English for Marketing Communication)

2. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

3(3-0-6) 48 ชั่วโมง

3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการระหว่างประเทศ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์สรลพร อร่ามรัมย์มีวาณิชย์

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา 2/2555 ชั้นปีที่ 2 กลุ่มเรียน 55111.072

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 นักศึกษามีความรู้และทักษะทางด้านภาษาอังกฤษทั้งทักษะ การฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษโดยเน้นในเนื้อหาของการตลาดและการโฆษณา
2. เพื่อพัฒนาความสามารถในการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้ศัพท์เฉพาะทางของการตลาด
3. เพื่อพัฒนาทักษะและความเร็วในการอ่านบทความและเอกสารเกี่ยวกับการตลาด
4. เพื่อพัฒนาความสามารถในการนำเสนองานทางด้านการตลาดด้วยภาษาอังกฤษ ให้มีประสิทธิภาพและสามารถชักจูงใจผู้ฟังได้มากยิ่งขึ้น
5. เพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่นักศึกษาในการจัดการกับลูกค้า ผู้ผลิต และเพื่อนร่วมงาน โดยใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารทั้งแบบเผชิญหน้า การสนทนาทางโทรศัพท์ หรือการเขียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

พัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะ คือ การฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยเน้นย้ำในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ

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 อาจารย์ประจำวิชาติดต่อประกาศเวลาให้คำปรึกษาที่หน้าห้องทำงาน และแจ้งแก่นักเรียนในคาบแรกของการเรียนการสอน
- 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 อภิปรายกลุ่มจากหัวข้อการเรียนการสอน

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 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับศัพท์เฉพาะทางของการตลาด
- 2.1.2 ได้ศึกษาแนวทางการจัดการตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- 2.1.3 มีทักษะในการนำเสนองานทางด้านการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ
- 2.1.4 มีความสามารถในการสื่อสารทางด้านการตลาดได้ดีทั้งทางด้าน การฟัง พูด อ่าน และเขียน
- 2.1.5 มีความมั่นใจในการสื่อสารและการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในการสื่อสารทางการตลาดได้ดี

2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 บรรยาย สื่อวีดิทัศน์ แบบฝึกหัด แบบทดสอบ
- 2.2.2 กรณีศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- 2.2.3 การนำเสนองานกลุ่ม และศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 ประเมินจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน

2.3.2 ประเมินจากประสิทธิผลการนำเสนองาน

2.3.3 ประเมินผลจากการสอบเก็บคะแนนในชั้นเรียน และแบบทดสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถประมวลความรู้ภาคทฤษฎี และทักษะจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

3.1.2 สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎีกับสถานการณ์จริง

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 ประเมินจากประสิทธิภาพของการค้นคว้าโดยดูจากการทำแบบฝึกหัดและงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.4 ประเมินจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.3.5 สอบปลายภาคด้วยข้อสอบปรนัยและ/หรืออัตนัย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 พัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมร่วมกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้

4.1.2 พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 อภิปรายกรณีศึกษาร่วมกันในชั้นเรียน

4.2.2 มอบหมายการนำเสนอเป็นกลุ่ม

4.2.3 การนำเสนอในชั้นเรียน

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 การอ่าน การเขียน โดยการทำแบบฝึกหัด และนำเสนอในชั้นเรียน

5.1.2 พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา

5.1.3 พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

5.1.4 ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

5.1.5 ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม (Power Point

Presentation, Video)

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning (e-journal) และทำรายงานกลุ่ม โดยเน้นให้นักศึกษาใช้อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมทั้งเน้นให้นักศึกษามีความคิดริเริ่มในการนำเสนองานทางการตลาดให้มีความน่าสนใจและสามารถชักจูงใจผู้ฟังได้

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 การนำเสนองานกลุ่มหน้าชั้นเรียน

5.3.2 การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ครั้งที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวนคาบ	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1-2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดและโฆษณา Introduction to marketing and advertising - Branding - Brand value	6	- อธิบายโครงการสอน การเก็บคะแนนและการประเมินผล - บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - มอบหมายงานให้นักศึกษาหาความหมายของศัพท์เฉพาะทางการตลาด	อาจารย์สรลพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
3-4	ความหมายของลูกค้า Finding the customer - Customer satisfaction survey - Marketing research - Market segmentation	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - มอบหมายแบบฝึกหัด	อาจารย์สรลพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
5-6	การวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาด Planning a marketing strategy - The marketing budget - Price	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - มอบหมายแบบฝึกหัด	อาจารย์สรลพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
7-8	การสร้างโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ Creating ads - TV and radio - Outdoor advertising - The press	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - มอบหมายแบบฝึกหัด	อาจารย์สรลพร อร่ามรัศมีวาณิชย์

ครั้งที่	หัวข้อ /รายละเอียด	จำนวน คาบ	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
9-10	เครื่องมือทางการตลาด Marketing tools - Telemarketing - Online shopping and mail order	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - มอบหมายแบบฝึกหัด - มอบหมายการนำเสนอ งานกลุ่ม	อาจารย์สร้อยพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
11-12	การนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่อ สาธารณะ Presenting your public face	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - แบ่งกลุ่มอภิปราย - ให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม - มอบหมายแบบฝึกหัด	อาจารย์สร้อยพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
13-14	การตลาดโดยใช้การจัดงานแสดง สินค้า Marketing through trade fairs	6	- บรรยายประกอบสื่อการสอน - ให้นักศึกษามีส่วนร่วม - มอบหมายแบบฝึกหัด	อาจารย์สร้อยพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
15	นำเสนองานเดี่ยว	3		อาจารย์สร้อยพร อร่ามรัศมีวาณิชย์
16	Review for final examination	3		อาจารย์สร้อยพร อร่ามรัศมีวาณิชย์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	2.1, 3.1, 5.1	- แบบฝึกหัดท้ายคาบ - นำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าใน หัวข้อที่ได้รับ - สอบปลายภาค	2,4,6,8,10,12,14 15 17	20% 15% 40%
2	1.1, 2.1, 3.1, 4.1,5.1	- การส่งงานตามที่มอบหมาย - การอภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน - การนำเสนองานกลุ่ม	ตลอดภาคการศึกษา	15%
3	1.1, 4.1, 5.1	- การเข้าชั้นเรียน - พฤติกรรมในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารตำราหลัก

- Robinson, N. (2010) *Cambridge English for Marketing* . Cambridge: Cambridge University Press.
- Gore, S. (2008) *English for Marketing & Advertising*. Oxford: Oxford University Press.
- Farrall, C. (2008) *Professional English in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cotton, D, Falvey, D. and Jo Kent, S. (2011) *Upper Intermediate market leader*. Essex: Person Education Limited.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 แหล่งข้อมูลที่แนะนำได้แก่

<http://www.marketingmagazine.co.uk/channel/features/>

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 และผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง