

โครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีสมรรถนะ
เพื่อตอบโจทย์ภาคการผลิตตามนโยบายการปฏิรูปการอุดมศึกษาไทย
ประเภทประกาศนียบัตร (Non - Degree)
หลักสูตร การตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Marketing)



1. หลักการและเหตุผล

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570) กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) และนโยบายจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ต้องการส่งมอบคุณค่าและความหมายของการท่องเที่ยวไทย (Meaningful Travel) ผ่านความสามารถในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วม โดยไม่ต้องบังคับหรือให้เงินผ่านวัฒนธรรม (Culture) ที่ทำให้เป็นที่รู้จักในประเทศอื่นในเชิงการค้า การเยี่ยมชม การติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยน (Soft Power) โดยมุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืน ซึ่งทำให้เห็นโอกาสในธุรกิจการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศไทย มีชื่อเสียงระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 ในปี พ.ศ. 2563 ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ภายหลังจากสถานการณ์เริ่มคลี่คลายลงในเดือนพฤษภาคม รัฐบาลได้ประกาศมาตรการผ่อนคลายปลดล็อกพื้นที่ที่กิจการหรือกิจกรรมต่างๆ มีมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จึงเริ่มมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้นอย่างไรก็ตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปมีการระมัดระวังค่าใช้จ่ายและลดความถี่ในการท่องเที่ยวลงประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลที่ครบถ้วนในการวางแผนการท่องเที่ยวความสะดวกสบายในการเดินทาง รวมถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยว จึงเป็นสาเหตุสำคัญให้ธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัว ด้วยการสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ โดยมีผลสำรวจจาก Booking.com ได้รวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำนวน 29,000 คน จาก 30 ประเทศ พบว่า ผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากขึ้น โดยมีทัศนคติในเชิงบวกในชีวิตประจำวัน ในเรื่องของกรรีไซเคิล การลดขยะอาหาร เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความตั้งใจในการลดพลังงาน ต้องการใช้ตัวเลือกในการเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเดิน การปั่นจักรยาน หรือใช้บริการรถสาธารณะมากขึ้น อีกทั้ง ยังต้องการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นอย่างแท้จริง นอกจากนี้ ยังมีผลสำรวจ พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งจุดหมายและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมคนหนาแน่น เพื่อช่วยกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นแต่ด้วยปัญหาอันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไม่ทราบว่าที่พักที่ยึดหลักรักษ์โลกอยู่ที่ใด ไม่รู้จักวิธีการหาที่พักแนวรักษ์โลก และยังไม่มีความมั่นใจที่มากพอสำหรับการเดินทางแบบยั่งยืน (ผู้จัดการออนไลน์, เว็บไซต์ จากการรายงานเพิ่มเติมของบูคกิ้งดอทคอมด้านการเดินทางอย่างยั่งยืนในปี 2020 (Booking.com, 2020) Sustainable Travel Report 2020 รายงานว่า ร้อยละ 55 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก มุ่งมั่นที่จะท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น ร้อยละ 48 ของนักท่องเที่ยว ยอมเผชิญกับความยากลำบากมากขึ้น เช่น เวลาในการเดินทาง ถ้าหากเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ร้อยละ 56 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกคิดว่าการใช้บริการที่พักที่มีความยั่งยืนมีความจำเป็นอย่างยิ่ง และร้อยละ 52 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก พร้อมที่จะมองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความนิยมน้อย เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนความสามารถในการรองรับของสถานที่ท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจ Homestay มีแนวโน้มสูงขึ้น ในช่วงปี 2561 - 2563 และมีจำนวนผู้ประกอบการ Homestay ลดลงในช่วงปี 2564 โดยสามารถจำแนกผู้ประกอบการ Homestay ได้ 3 ลักษณะ ได้แก่ ผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 1,402 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.43 ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.49 และนิติบุคคล จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.08 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเริ่มตระหนักถึงความสำคัญในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจท่องเที่ยว หรือผู้ที่มีความสนใจด้านวิถีชีวิตทางวัฒนธรรมหรือเป็นผู้ที่ทำงานธุรกิจบริการที่พักอาศัยอยู่แล้วแต่ยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการที่พักให้มีมาตรฐาน ขาดการสื่อสารการตลาดรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพต้องการการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มีโอกาสสร้างสรรค์ธุรกิจท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ รวมไปถึงวิธีการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง มีวิธีการสื่อสารทำให้เข้าถึงได้ง่าย มีรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนอกจากนี้ หลักสูตรนี้ยังสามารถช่วยเหลือชุมชนในท้องถิ่นให้มีรายได้และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เนื่องจากภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นเมืองรองที่มีหลายจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ พรรณป่าไม้ รวมไปถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย จึงเป็นโอกาสที่ดีของทีมนักศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม จะได้นำความรู้ความเชี่ยวชาญไปช่วยพัฒนาผู้ประกอบการในชุมชน ผู้ที่ต้องการสร้างธุรกิจหรือผู้ที่สนใจธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีทักษะทางวิชาการด้านการตลาด การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และมีทักษะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการบูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง 3 ศาสตร์ เพื่อช่วยสนับสนุนและผลักดันผู้ที่สนใจศึกษาในหลักสูตรนี้ ได้เกิดการเรียนรู้พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของผู้เรียนให้มีอาชีพที่รองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว โดยกำหนดวัตถุประสงค์หลักสูตรไว้ว่า เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่พักให้มีทักษะการจัดการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน สามารถวางแผนธุรกิจออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางบัญชีและการตลาดที่สามารถตอบโจทย์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมได้

2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

สร้างผู้ประกอบการที่ฝึกให้มีทักษะการจัดการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน สามารถวางแผนธุรกิจ ออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางบัญชีและการตลาดที่สามารถตอบโจทย์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมได้

3. ระยะเวลาดำเนินโครงการ วันที่ 19 เมษายน 2567 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2567

ณ ห้อง SBB 704 อาคารบริหารธุรกิจสิรินธร คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

4. กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการฯ

4.1 ผู้ที่ทำงานแล้วและต้องการเพิ่มพูนสมรรถนะ (กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยธุรกิจที่ทำธุรกิจที่ฝึกอยู่แล้ว ที่ต้องการเพิ่มทักษะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน)

4.2 ผู้ที่ทำงานแล้วแต่ต้องการเพิ่มพูนสมรรถนะที่แตกต่างไปจากเดิม (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำธุรกิจที่ฝึกอยู่แล้วที่ต้องการเพิ่มทักษะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน)

4.3 ผู้สูงอายุหรือผู้ที่เกษียณแล้วต้องการจะประกอบอาชีพอื่นที่แตกต่างจากเดิม (บุคคลที่มีพื้นที่ มีเอกลักษณ์ ที่ต้องการทำธุรกิจ และเพิ่มทักษะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน)

5. แผนการรับผู้เข้าร่วมโครงการฯ

5.1 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 40 คน

5.2 ระยะเวลาในการจัดการศึกษา (ช่วงเวลาเริ่มต้นจนจบหลักสูตร) ช่วงเดือนเมษายน 2567 ถึง เดือนสิงหาคม 2567

5.3 จำนวนชั่วโมงในการดำเนินการ 300 ชั่วโมง (ภาคทฤษฎี 60 ชั่วโมง ภาคปฏิบัติ 240 ชั่วโมง) ระยะเวลาตลอดหลักสูตร 57 วัน/ภาคเรียน จำนวน 5 เดือน เรียน วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ สามารถ จัดการเรียนการสอนแบบผสมผสานได้

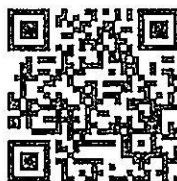
* การจัดการเรียนการสอนไม่น้อยกว่า 9 หน่วยกิตระบบทวิภาค โดยปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนหน่วยกิตทั้งหมด ทั้งนี้ จัดการเรียนการสอนทฤษฎี 15 ชม. = 1 หน่วยกิต และปฏิบัติ ในสถานประกอบการ หรือลงพื้นที่ 30 ชม. = 1 หน่วยกิต

6. การสมัครเข้าร่วมโครงการฯ

ผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการฯ สามารถสมัครได้ที่

6.1 เว็บไซต์ระบบรับสมัคร : https://mbs.msu.ac.th/mbs_training/stm

6.2 สแกน Qr Code



7. สิ่งที่คุณเข้าร่วมโครงการฯ จะได้รับ

ใบประกาศนียบัตร จากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

8. วิทยาการ

- 8.1 คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 8.2 คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 8.3 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 8.4 ภาคนอกมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

9. การจัดการเรียนการสอน

การกำหนดเนื้อหาสาระและโครงสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับผลการเรียนรู้ ซึ่งหลักสูตรนี้ประกอบไปด้วย 6 รายวิชา จำนวน 9 หน่วยกิต

ผลลัพธ์การเรียนรู้	เนื้อหา	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
PLO1 : อธิบายแนวคิดการทำธุรกิจ การจัดการการท่องเที่ยว และการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ (K2) (S3) (A2) จำนวน 3 หน่วยกิต จัดการเรียนการสอนทฤษฎี 15 ชั่วโมง และปฏิบัติ 90 ชั่วโมง (จัดการเรียนการสอน ทฤษฎี 15 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต และปฏิบัติ 45 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต)			
Sub_PLO1.1 : อธิบายลักษณะ การดำเนินธุรกิจ แนวคิดและพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับผู้ใช้บริการได้	* ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ แนวคิดและพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การยอมรับความเสี่ยง * การสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงกับความต้องการลูกค้าได้	บรรยาย 15 ชั่วโมง ปฏิบัติ 30 ชั่วโมง	คณาจารย์ คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ
Sub PLO1.2 : อธิบายแนวคิด เห็นคุณค่าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และพิจารณาเปรียบเทียบ กิจกรรมและหลักเกณฑ์การออกแบบธุรกิจที่พิกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้	* ความสำคัญของการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เป้าหมาย ความยั่งยืนของสหประชาชาติ แนวคิดเศรษฐกิจ BCG (ชีวภาพ-หมุนเวียน-สีเขียว) กับการท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม * หลักเกณฑ์ที่พิกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทยและอาเซียนได้	บรรยาย 15 ชั่วโมง ปฏิบัติ 30 ชั่วโมง	คณาจารย์ คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์และวิทยาการจากภายนอกมหาวิทยาลัย
Sub PLO1.3 : อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วม การสร้างประสบการณ์ และการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ได้	* ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ * แนวคิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ได้ แนวคิดการท่องเที่ยวทางเลือกได้ (เชิงสุขภาพชุมชน อาหาร การเกษตรได้)	บรรยาย 15 ชั่วโมง ปฏิบัติ 30 ชั่วโมง	คณาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ผลลัพธ์การเรียนรู้	เนื้อหา	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
PL02 : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางธุรกิจ การท่องเที่ยวและมาวางแผนธุรกิจท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน (K3) (S3) (A2) จำนวน 2 หน่วยกิต จัดการเรียนการสอนทฤษฎี 15 ชั่วโมง และปฏิบัติ 90 ชั่วโมง (จัดการเรียนการสอน ทฤษฎี 15 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต และปฏิบัติ 45 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต)			
Sub_PLO2.1 : ประยุกต์ใช้ความรู้ทางธุรกิจ การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มาออกแบบแผนธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	* ความรู้สร้างธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ * การวิเคราะห์องค์ประกอบของแผนธุรกิจ การสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและประเมินความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ และการนำเสนอแผนธุรกิจ * หลักการออกแบบและวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวหลักการสื่อความหมาย * การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและผลกระทบของการจัดกิจกรรมต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ * ชีตความสามารถและความปลอดภัยในการดำเนินการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว การวางแผนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น การตั้งแคมป์ การพายเรือคายัค การเดินป่า การส่องสัตว์ การชมนก เป็นต้น	บรรยาย 15 ชั่วโมง ปฏิบัติ 30 ชั่วโมง	คณาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ และคณาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
PL03 : สร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวได้และสามารถรายงานข้อมูลทางบัญชีธุรกิจการท่องเที่ยวได้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชี (K6) (S4) A3) จำนวน 4 หน่วยกิต จัดการเรียนการสอนทฤษฎี 15 ชั่วโมง และปฏิบัติ 90 ชั่วโมง (จัดการเรียนการสอน ทฤษฎี 15 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต และปฏิบัติ 45 ชั่วโมง = 1 หน่วยกิต)			
Sub PLO3.1 : สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวได้ Sub PLO3.2 : สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดและออกแบบรายการทางบัญชีด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้	* การออกแบบเนื้อหาทางการตลาดด้วยเทคโนโลยีทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การวัดและประเมินความสำเร็จ จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล * การสร้างและจัดทำรายงานข้อมูลทางบัญชี จากโปรแกรมทางบัญชีได้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชี	บรรยาย 15 ชั่วโมง ปฏิบัติ 30 ชั่วโมง	คณาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ

ปฏิทินการดำเนินงานหลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Marketing)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กิจกรรม	ระยะเวลา	หมายเหตุ
รับสมัครผู้สนใจเข้าโครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีสมรรถนะเพื่อตอบโจทย์ภาคการผลิตตามนโยบายการปฏิรูปการอุดมศึกษาไทย ประเภทประกาศนียบัตร (Non-Degree) หลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Marketing) ✓ เรียนฟรีตลอดหลักสูตร มีกิจกรรมเสริมหลักสูตรลงพื้นที่ ฝึกปฏิบัติจริง และศึกษาดูงานฟรี ✓ ผู้เข้าโครงการเรียนครบหลักสูตรและทำกิจกรรมในหลักสูตรครบร้อยละ 80 จะได้รับใบประกาศนียบัตร	ถึงวันที่ 22 มี.ค. 2567	
ประกาศรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือกเข้าโครงการจำนวน 40 คน	25 มี.ค. 2567	
ปฐมนิเทศผู้เข้าร่วมโครงการฯ	5 เมษายน 2567	
ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ณ คณะการบัญชีและการจัดการ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม และคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม อบรมสัปดาห์ละ 3 วัน วันศุกร์ วันเสาร์และวันอาทิตย์ เน้นการปฏิบัติจริง ลงพื้นที่วิเคราะห์ออกแบบกิจกรรม	19 เมษายน – 18 สิงหาคม 2567	
จัดทำโครงงานการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (มีอาจารย์ที่ปรึกษาประจำกลุ่ม)	เดือน สิงหาคม 2567	
นำเสนอโครงงานการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (งานกลุ่ม)	เดือน สิงหาคม 2567	
พิธีมอบใบประกาศนียบัตร โครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่และกำลังคนที่มีสมรรถนะเพื่อตอบโจทย์ภาคการผลิตตามนโยบายการปฏิรูปการอุดมศึกษาไทย ประเภทประกาศนียบัตร (Non-Degree) หลักสูตรการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Marketing) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	30 สิงหาคม 2567	

10. การประเมินผลหรือวิธีการวัด (Assessment)

10.1 สามารถอธิบายการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ การจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับบริบทในพื้นที่ของตนเอง

10.2 สามารถออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับที่พักให้มีมาตรฐานสูงขึ้น

10.3 สามารถนำเสนอเนื้อหาทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวด้วยเครื่องมือทางการตลาดสมัยใหม่และการจัดทำข้อมูลทางการบัญชีด้วยเทคโนโลยีได้

11. ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา

11.1 อธิบายแนวคิดการทำธุรกิจ การจัดการการท่องเที่ยว และการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ (K2) (S3) (A2)

11.2 ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางธุรกิจ การท่องเที่ยวและเทคโนโลยีสมัยใหม่ทางการตลาดและการบัญชี มาวางแผนธุรกิจท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน (K3) (S3) (A2)

11.3 สร้างสรรค์เนื้อหาทางการตลาดดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวได้และรายงานข้อมูลทางบัญชีธุรกิจการท่องเที่ยวได้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชี (K6) (S4) (A3)

12. ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

ฝ่ายประสานงาน	งานบริการวิชาการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150
ช่องทางการติดต่อ	โทรศัพท์ 0-4371-9800 ต่อ 5645