



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2560

รหัสวิชา 3642101

ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด.

(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์สมธีรภัทร์ พรมศิริ

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาหลักการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ในหมวดวิชาเฉพาะวิชาแกน โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อนักศึกษา ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้นักศึกษาได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	25
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	26

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642101 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ สมธีรภัทร์ พรหมศิริ
อาจารย์ผู้สอน สมธีรภัทร์ พรหมศิริ ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 1,2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 15 มิถุนายน 2560
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด -

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
- 1.2 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 1.3 เพื่อให้ นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดได้
- 2.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและน่าเชื่อถือ นักศึกษาจะต้องนำข้อมูลทางการตลาดจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง
- 3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้ นักศึกษาทราบถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จตามสถานการณ์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดและหน้าที่ทางการตลาด กระบวนการจัดการการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศและการวิจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณของนักการตลาด

Marketing concepts and responsibility; marketing management process; marketing environment; marketing information system and research; consumer behavior; market segmentation; targeting; product positioning; product management, pricing, marketing channels, physical distribution, promotion, social and environmental marketing; marketers' code of conduct

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่นักศึกษาร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ ความเข้าใจให้มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของ
นักศึกษา โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารอดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีจิตสำนึก มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม และมีคุณธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

○ 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดีทำประโยชน์กับส่วนรวม และมีจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 ความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด

● 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการจัดการทางการตลาด

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 จัดให้มีการเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทฤษฎี และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน

2.2.3 เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้

2.2.4 กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในหน่วยงานหรือสถาน-ประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.2 ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

2.4.4 ประเมินผลจากองค์กรผู้ใช้บัณฑิต สำหรับวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศ ที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรมหรือแนวทางใน การบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญหาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.2.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● 4.3.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ใช้วิธีการสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น การทำงานกับหลักสูตรอื่นๆ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือจากผู้มีประสบการณ์

4.2.2 จัดให้มีการฝึกงานในสถานประกอบการในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนอ
งานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

5.1.4.สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการ
ดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ โดยเน้นให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์
จำลองและสถานการณ์เสมือนจริงแล้วนำเสนอการแก้ไขปัญหา

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจ
โดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 สังเกตและประเมินทำงานกลุ่ม

5.2.2 ประเมินการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้สื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>2.ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด,ความหมายของตลาด, วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาได้รับความรู้ในเรื่องแนวคิดทางการตลาดความหมายของตลาด และสามารถอธิบายได้ถึงวิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาดและวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p>	3	<p>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.2,3.3	(1)
2	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <p>1.1 แนวคิดหลักทางการตลาด</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p>	1.1,1.2,1.3,2.13.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.2ความหมายของการจัดการการตลาด</p> <p>1.3กระบวนการจัดการการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาได้รับความรู้ในเรื่อง ความหมาย ความสำคัญและสามารถ อธิบายได้ถึงแนวคิดทางการตลาดที่ นำมาใช้ในการนำเสนอในการการ โฆษณาสินค้าและวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>		<p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน		
3	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก</p> <p>1.1สภาพแวดล้อมมหภาค</p> <p>1.2 สภาพแวดล้อมจุลภาค</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก และสามารถวิเคราะห์สิ่งที่สร้างโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจได้และ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.21.3,2.1,2.3,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	สามารถวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด					
4	หัวข้อการสอน 1.สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายใน 1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและการวิเคราะห์ SWOT 1.2 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายใน และสามารถวิเคราะห์ SWOT ได้อย่างถูกต้องว่าปัจจัยใดเกิดจากสิ่งแวดล้อมประเภทไหนรวมถึงมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและงานเดี่ยว และให้ความร่วมมือในการทำงาน	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา SWOT เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.21.3,2.1,2.3,3.3	(1)
5	หัวข้อการสอน 1.การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,2.3,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.1 ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.2การแบ่งส่วนตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องการแบ่งส่วนตลาด และสามารถวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดได้ โดยยกตัวอย่างจากสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน</p>		<p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน		
6	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1. การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.1การกำหนดตลาดเป้าหมาย</p> <p>1.2การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p> <p>1.3การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องการกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและ</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	สามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัทที่ยกมาเป็น ตัวอย่างได้ว่ามีความสอดคล้องกับส่วน ตลาดแบบใด และมีการกำหนด ตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไร					
7	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด</p> <p>1.1ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย</p> <p>1.2ระบบสารสนเทศทางการตลาด</p> <p>1.3การวิจัยตลาด</p> <p>1.4กระบวนการวิจัยการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ในเรื่องระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาดและสามารถวิเคราะห์ถึงประเภทของงานวิจัยและสามารถกำหนดหัวข้องานวิจัยทางการตลาดได้</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
8	หัวข้อการสอน 1.พฤติกรรมผู้บริโภค 1.1แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค 1.2ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 1.3กระบวนการตัดสินใจซื้อ Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถ วิเคราะห์ 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ การเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสาร ประกอบการสอนวิชา หลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	(1)
9	หัวข้อการสอน 1.ผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของผลิตภัณฑ์ 1.2ระดับของผลิตภัณฑ์ 1.3ลำดับขั้นของผลิตภัณฑ์ 1.4ประเภทของผลิตภัณฑ์ 1.5ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ Learning Outcome	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ การเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับ ผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึก คิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องผลิตภัณฑ์ความหมาย, ประเภทและ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสามารถวิเคราะห์ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น		3. ให้นักศึกษาคำนวณหาส่วนประสมผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
10	หัวข้อการสอน 1.ผลิตภัณฑ์ 1.1ตราผลิตภัณฑ์ 1.2การบรรจุภัณฑ์ 1.3ป้ายฉลาก 1.4วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 1.5ผลิตภัณฑ์ใหม่ 1.6กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องตราผลิตภัณฑ์, การบรรจุภัณฑ์, ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ใหม่	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน					
11	หัวข้อการสอน 1.ราคา 1.1แนวความคิดเรื่องราคา 1.2ความสำคัญของราคา 1.3ขั้นตอนการตั้งราคา 1.4การกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องราคา แนวคิดความสำคัญและกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคาและสามารถคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	(1)
12	หัวข้อการสอน ช่องทางการจัดจำหน่าย - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>- ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด</p> <p>- หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การจัดองค์การของช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของช่องทาง</p> <p>- การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การกระจายสินค้าและการจัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่ายประเภทของคนกลางทางการตลาด และการกระจายสินค้าและการจัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจโดยนักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>		<p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13	หัวข้อการสอน 1.การส่งเสริมการตลาด 1.1ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด 1.2กระบวนการสื่อสาร 1.3วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด 1.4เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด 1.5การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด 1.4ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด Learning Outcome นักเรียนสามารถอธิบายในเรื่อง ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดและวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
14	หัวข้อการสอน 1.การส่งเสริมการตลาด 1.1การโฆษณา 1.2การส่งเสริมการขาย 1.3การขายโดยบุคคล 1.4การประชาสัมพันธ์ 1.5การตลาดทางตรง Learning Outcome นักเรียนสามารถอธิบายในเรื่อง การส่งเสริมการตลาดและการตลาดทางตรง และ วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสาน พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียนโดยนักเรียนสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังได้รับการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา	3	1.การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,3	(1)
15	หัวข้อการสอน 1.การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	3	1.การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.1 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>1.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</p> <p>1.3 ความสัมพันธ์ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)</p> <p>1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลและสนับสนุนต่อการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>1.5 กิจกรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>1.6 จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด</p> <p>1.7 จรรยาบรรณของนักการตลาด</p> <p>1.8 นำเสนอผลงาน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถนำเสนอผลงานได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนและ</p>		<p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>3. วิดีทัศน์ เรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>4. ใบงาน</p>		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	วิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน					

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย	(1.1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1.1) (1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
3.การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.1.3) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	1-15	15%

		4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
4. รายงาน และการนำเสนอ	(1.1.3) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	1-14 15	20%
5. สอบปลายภาค	(2.1.1) (2.1.2) (2.1.3)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2557). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิฟิคไซท์ มสศ.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- 2.1 วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ. (2543) *หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- 2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- 2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 <http://www.marketeer.co.th/>
- 3.2 <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชา และคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจากมคอ. 5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน
- ปรับกลยุทธ์การสอน และการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของนักศึกษาแต่ละหลักสูตร

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของนักศึกษา วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ