

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา  
2512710 จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค
- จำนวนหน่วยกิต  
3(2-2-5) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
ศิลปศาสตร์บัณฑิต และอยู่ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
- ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 2
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา
  - เพื่อให้ศึกษามีความรู้และเข้าใจในจิตวิทยาการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
  - เพื่อให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้จิตวิทยาเพื่อการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
  - เพื่อให้ศึกษานำความรู้ทางจิตวิทยาประยุกต์ใช้กับการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา  
เพื่อให้ศึกษามีความรู้ในภาพรวมของการตลาดและผู้บริโภค และสามารถนำความรู้ทางจิตวิทยาไปประยุกต์ใช้กับการทำงานร่วมกับสาขาวิชาอื่นอย่างเป็นสหวิชาชีพ โดยที่นักจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กรต้องนำความรู้ที่ได้ไปสังเคราะห์และนำเสนอในมุมมองของวิชาชีพของตนได้อย่างถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ การสร้างแรงจูงใจของผู้บริโภค บุคลิกภาพของผู้บริโภคตามพัฒนาการในแต่ละวัย ความพึงพอใจของผู้บริโภค การจัดสิ่งเร้าให้เข้ากับบรรยากาศในการเลือกซื้อ การตั้งราคาทางจิตวิทยา การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการทางจิตวิทยา และการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค รวมทั้งความรู้และเทคนิคสำหรับจิตวิทยาการขาย

A study of influence factors in decision making of consumer behavior i.e., motivation, perception, learning, personality and attitude, roles of psychologist that involve marketing and consumer, the application of psychological theories to promote the marketing activities for more efficiency i.e., building up consumer motivation, personality of consumer in each ages, consumer satisfaction, arrangement of stimulus for buying atmosphere, psychological pricing, sale promotion as psychological implement and adjustment of consumer attitude, including knowledge and techniques for psychology of selling.

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	ตามความต้องการของนักศึกษาและในกรณีมีเหตุจำเป็น	ปฏิบัติ 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	การศึกษาด้วยตนเอง 75 ชั่วโมง

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชาประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านทาง WEB SITE ของคณะ/หลักสูตร/ระบบบริหารการศึกษา
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1) ตระหนักถึงคุณค่าของคุณธรรมและจริยธรรม
  - 1.1 นักศึกษามีความฉลาดทางคุณธรรม Moral Quotient (MQ)
  - 1.2 นักศึกษานำหลักการทางจิตวิทยาและใช้ความรู้อย่างมีคุณธรรม จริยธรรม โดยคำนึงถึงสิทธิมนุษยชน
  - 1.3 นักศึกษาเป็นสมาชิกที่ดีภายในชั้นเรียนได้
- 2) มีพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และมีวินัยในตนเอง เคารพกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของสังคม
  - 2.1 นักศึกษาเข้าใจบทบาทหน้าที่ของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค
  - 2.2 นักศึกษามีความรับผิดชอบต่อวินัย การรู้ถึงบทบาทหน้าที่ของตนเอง การปฏิบัติตนเมื่ออยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม การเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีมีวินัย ทั้งต่อตนเองและต่อสังคม รู้จักเสียสละ มีความซื่อสัตย์สุจริต
- 3) มีภาวะผู้นำเอื้อเพื่อแผ่ต่อผู้อื่นและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
  - 3.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ในวิชาจิตวิทยา มาสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนนักศึกษาในขณะที่เรียนได้
  - 3.2 นักศึกษาสามารถทำงานเป็นทีม มีความเป็นประชาธิปไตยและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม
- 4) มีความเคารพในสิทธิและควมมีคุณค่าของตนเองและผู้อื่น
  - 4.1 นักศึกษาเข้าใจในความแตกต่างระหว่างบุคคลมาเป็นพื้นฐานในการพิจารณาพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างไม่มีอคติ
  - 4.2 นักศึกษารู้จักและตระหนักถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ของตนเองและผู้อื่น

#### 1.2 วิธีการสอน

จัดการเรียนการสอนโดยการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อประกอบการบรรยายพร้อมยกกรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่มีคุณธรรม จริยธรรม โดยให้นักศึกษาได้ใช้กระบวนการเรียนรู้จากการวิเคราะห์จากกรณีศึกษา (Case Study) เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตลาด รวมทั้งใช้รูปแบบการศึกษาอื่นๆ ร่วมด้วย ได้แก่

- 1) อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) เป็นการทำงานเป็นทีมของสมาชิกโดยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือหัวข้อที่กลุ่มตัดสินใจร่วมกัน การอภิปรายกลุ่มแต่ละกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 6-12 คน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ ขึ้นตั้งจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียนรู้ ขึ้นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้และขั้นประเมินผล โดยมีผู้นำกลุ่มคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการอภิปราย ซึ่งสมาชิกจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเป็นอิสระและอย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ยังถือได้ว่าเป็นส่งเสริมประชาธิปไตยเพราะมีส่วนช่วยให้สมาชิกทุกคนได้ฝึกตนเองให้เป็นผู้มีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในสังคมประชาธิปไตย

การอภิปรายกลุ่มจะช่วยก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในสังคม การมีสัมพันธภาพใหม่ การบูรณาการความคิด และความยอมรับซึ่งกันและกัน

2) การสอนแบบร่วมมือประสานใจ (Co-Operative Learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้นักศึกษาร่วมมือกันทำงาน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และประสานงานกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่เรียนโดยมีลักษณะของการจัดการเรียนการสอน คือ จัดชั้นเรียนโดยการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 2-6 คน โดยจัดคละกันตามความสามารถทางการเรียนมีทั้งเก่ง ปานกลาง และอ่อน นักศึกษาจะต้องรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเองและรับผิดชอบต่อเรียนรู้ของเพื่อน ๆ ภายในกลุ่มของตนเองด้วยและสมาชิกทุกคนในกลุ่ม จะต้องร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยสนับสนุนยอมรับ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้สมาชิกทุกคนเกิดการเรียนรู้ให้มากที่สุด

3) การแสดงบทบาทสมมติ (role-playing) แบ่งกลุ่มกำหนดและฝึกทักษะการแสดงออกตามบทบาทที่กำหนดบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในสังคมที่ต่างกันไป และวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ หลังการแสดงบทบาทสมมติจะมีการอภิปรายของกลุ่ม นักศึกษาเกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ได้ดี นักศึกษามีโอกาสศึกษาวิเคราะห์ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองอย่างลึกซึ้ง ช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจและน่าติดตาม

4) กรณีตัวอย่าง (cases study) เป็นการใช้ตัวอย่างหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง ๆ นำมาดัดแปลงและใช้เป็นตัวอย่างในการให้นักศึกษาได้ศึกษาวิเคราะห์ และอภิปรายกันเพื่อสร้างความเข้าใจและฝึกฝนหาทางแก้ปัญหาที่นั่น วิธีการนี้ทำให้นักศึกษามีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูล จะช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักคิดและพิจารณาข้อมูลที่ตนได้รับอย่างถี่ถ้วน รวมทั้งการนำเอากรณีต่าง ๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับชีวิตจริงมาใช้จะช่วยให้การเรียนรู้มีลักษณะใกล้เคียงกับความเป็นจริง ซึ่งมีส่วนทำให้การเรียนรู้มีความหมายสำหรับนักศึกษามากขึ้น กรณีตัวอย่างหรือเรื่องราวที่ศึกษาต้องมีลักษณะดังนี้

- 4.1 เป็นเรื่องจริง
- 4.2 เป็นเรื่องที่จะช่วยพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและมีโอกาสฝึกทักษะ
- 4.3 เป็นเรื่องที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าหรือความเปลี่ยนแปลงในตัวนักศึกษา
- 4.4 มีการวิเคราะห์กรณี การวิเคราะห์เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษากรณีตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์ควรคำนึงถึงความเป็นจริงให้มากที่สุด
- 4.5 มีการอภิปรายกรณี
- 4.6 มีการสร้างสถานการณ์ที่เหมือนจริง

5) มีการปลูกฝังวัฒนธรรมที่ดีงามให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นความรับผิดชอบ การตรงต่อเวลา การแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

7) ปลูกฝังความซื่อสัตย์สุจริตให้เกิดขึ้นทั้งในการเรียนการสอน การสอบ การปฏิบัติภารกิจตามที่ได้รับมอบหมาย

8) มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เพื่อเป็นการให้การเสริมแรงกับการทำความดีและเป็นแบบอย่างที่ดี

### 1.3 วิธีการประเมินผล

- 1) การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักเรียน รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักเรียนในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม
- 2) ประเมินด้วยการตอบคำถาม การสอบปากเปล่า การทำใบงาน และแบบฝึกทักษะ
- 3) ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด
- 4) ประเมินตามสภาพจริง ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง
- 5) ประเมินจากการทดสอบ
- 6) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 7) ประเมินผลจากการอภิปรายและการนำเสนอการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 8) ประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมประกอบการเรียนการสอน ดังนี้
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 1
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 2
  - กิจกรรมการตลาดการรับรู้
  - การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing
  - การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง : กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”
- 9) ใบงานสรุปความรู้ที่นักศึกษาได้รับ

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 1) มีความรู้ความเข้าใจรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค
  - 1.1 นักศึกษามีความรู้พื้นฐานของพฤติกรรมของผู้บริโภค
  - 1.2 นักศึกษาสามารถประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น
- 2) สามารถจำแนก และอธิบายองค์ความรู้ที่ศึกษา
  - 1.1 นักศึกษามีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ
  - 1.2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมต่างๆของผู้บริโภคได้
- 3) มีความรู้เกี่ยวกับชุมชนและความเป็นไปได้ของชาติและสังคมโลก
  - 1.1 นักศึกษามีความสามารถในการเข้าใจและยอมรับกฎระเบียบของชุมชน และวัฒนธรรมที่นักศึกษาอาศัยอยู่ อีกทั้งมีความสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมที่โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
  - 1.2 นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภคในปัจจุบันได้
- 4) สามารถบูรณาการและประยุกต์ใช้ศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้องรวมถึงดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพ
  - 1.1 นักศึกษาสามารถพัฒนาองค์ความรู้ที่ตนเองได้รับจากการเรียนการสอน มาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเอง
  - 1.2 นักศึกษาสามารถบูรณาการความรู้กับศาสตร์อื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง รวมถึงการ

นำหลักการของการสร้างความสัมพันธ์อันดีโดยใช้หลักการทางจิตวิทยาเพื่อการปรับตัวทางสังคมโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ในการประยุกต์ใช้ในให้เกิดประโยชน์ทั้งส่วนตนและสังคม

## 2.2 วิธีการสอน

1) อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) เป็นการทำงานเป็นทีมของสมาชิกโดยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือหัวข้อที่กลุ่มตัดสินใจร่วมกัน การอภิปรายกลุ่มแต่ละกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 6-12 คน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตั้งจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียนรู้ ขั้นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้และขั้นประเมินผล โดยมีผู้นำกลุ่มคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการอภิปราย ซึ่งสมาชิกจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเป็นอิสระและอย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังถือได้ว่าเป็นส่งเสริมประชาธิปไตยเพราะมีส่วนช่วยให้สมาชิกทุกคนได้ฝึกตนเองให้เป็นผู้มีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในสังคมประชาธิปไตย การอภิปรายกลุ่มจะช่วยก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในสังคม การมีสัมพันธภาพใหม่ การบูรณาการความคิด และความยอมรับซึ่งกันและกัน

2) การสอนแบบร่วมมือประสานใจ (Co-Operative Learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้นักศึกษาร่วมมือกันทำงาน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และประสานงานกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่เรียนโดยมีลักษณะของการจัดการเรียนการสอน คือ จัดชั้นเรียนโดยการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 2-6 คน โดยจัดละกันตามความสามารถทางการเรียนมีทั้งเก่ง ปานกลาง และอ่อน นักศึกษาจะต้องรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเองและรับผิดชอบการเรียนรู้ของเพื่อน ๆ ภายในกลุ่มของตนเองด้วยและสมาชิกทุกคนในกลุ่ม จะต้องร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยสนับสนุนยอมรับ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้สมาชิกทุกคนเกิดการเรียนรู้ให้มากที่สุด

3) การแสดงบทบาทสมมติ (role-playing) แบ่งกลุ่มกำหนดและฝึกทักษะการแสดงออกตามบทบาทที่กำหนดบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในสังคมที่ต่างกันไป และวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่ไม่กล้าแสดงออก พฤติกรรมกล้าแสดงออก และพฤติกรรมก้าวร้าว หลังการแสดงบทบาทสมมติจะมีการอภิปรายของกลุ่ม นักศึกษาเกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ได้ดี นักศึกษามีโอกาสศึกษาวิเคราะห์ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองอย่างลึกซึ้ง ช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้น่าสนใจและน่าติดตาม

4) กรณีตัวอย่าง (cases study) เป็นการใช้ตัวอย่างหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง ๆ นำมาดัดแปลงและใช้เป็นตัวอย่างในการให้นักศึกษาได้ศึกษาวิเคราะห์ และอภิปรายกันเพื่อสร้างความเข้าใจและฝึกฝนทางแก้ปัญหาที่นั่น วิธีการนี้ทำให้นักศึกษามีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูลจะช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักคิดและพิจารณาข้อมูลที่ได้รับอย่างถี่ถ้วน รวมทั้งการนำเอากรณีต่าง ๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับชีวิตจริงมาใช้จะช่วยให้การเรียนรู้มีลักษณะใกล้เคียงกับความเป็นจริง ซึ่งมีส่วนทำให้การเรียนรู้มีความหมายสำหรับนักศึกษามากขึ้น กรณีตัวอย่างหรือเรื่องราวที่ศึกษาต้องมีลักษณะดังนี้

4.1 เป็นเรื่องจริง

4.2 เป็นเรื่องที่จะช่วยพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและมีโอกาสฝึกทักษะ

4.3 เป็นเรื่องที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าหรือความเปลี่ยนแปลงในตัวนักศึกษา

4.4 มีการวิเคราะห์กรณี การวิเคราะห์เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษากรณีตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์ควรคำนึงถึงความเป็นจริงให้มากที่สุด

4.5 มีการอภิปรายกรณี

4.6 มีการสร้างสถานการณ์ที่เหมือนจริง

5) การสอนแบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) เป็นการอภิปรายที่ใช้กระตุ้นกลุ่มผู้เรียน เพื่อหาคำตอบหรือทางเลือกสำหรับปัญหาที่กำหนด ในระยะเวลาสั้นโดยแบ่งผู้เรียนเป็นกลุ่ม 10-12 คน ช่วยกันคิด และหาคำตอบหรือทางเลือก สำหรับปัญหาที่กำหนดให้มากที่สุดและเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ แล้วช่วยกันพิจารณาเลือกทางเลือก ที่ดีที่สุด ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก

6) การสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) เป็นสอนที่ให้ประสบการณ์ตรงกับผู้เรียนโดยการให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นการสอนที่มุ่งให้เกิดการผสมผสานระหว่างทฤษฎีและ ภาควิปฏิบัติ วิธีปฏิบัติ ให้ผู้เรียนได้ลงมือฝึกฝนหรือปฏิบัติจริง ลักษณะสำคัญคือการลงมือปฏิบัติมักดำเนินการภายหลังการสาธิต การทดลองหรือ การบรรยาย เป็นการฝึกฝนความรู้ความเข้าใจจากทฤษฎีที่เรียนมาโดยเน้นการฝึกทักษะ

### 2.3 วิธีการประเมินผล

1) สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการประยุกต์ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์สาระ ความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง

2) การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม

3) ประเมินด้วยการตอบคำถาม การสอบปากเปล่า การทำใบงาน และแบบฝึกทักษะ

4) ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด

5) ประเมินตามสภาพจริง ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง

6) ประเมินจากการทดสอบ

7) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

8) ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย

9) ประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมประกอบการเรียนการสอน ดังนี้

- การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 1

- การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 2

- กิจกรรมการทดลองการรับรู้

- การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing

- การประมวลผลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง : กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”

10) ใบงานสรุปความรู้ที่นักศึกษาได้รับ

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

1) สามารถคิดอย่างเป็นระบบ

1.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และเข้าใจพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค

1.2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ทัศนคติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ

ที่มีอิทธิพลและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ

1.3 นักศึกษาสามารถสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อ บุคลิกภาพของผู้บริโภคตาม

พัฒนาการแต่ละช่วงวัย

- 2) สามารถค้นคว้า ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
  - 1.1 นักศึกษาหาแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
  - 1.2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล
- 3) สามารถประยุกต์ความรู้ และทักษะของตนเองในการดำเนินชีวิตได้
  - 1.1 นักศึกษาสามารถนำหลักการทางจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภคมาประยุกต์ใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสังคมได้อย่างมีความสุข
  - 1.2 นักศึกษาสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ รู้จักควบคุมอารมณ์และป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นไว้ล่วงหน้า
  - 1.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม
- 4) สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในการดำเนินชีวิตได้อย่างสร้างสรรค์
  - 1.1 นักศึกษาสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตจากการนำหลักการทางจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภคมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

### 3.2 วิธีการสอน

- 1) อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) เป็นการทำงานเป็นทีมของสมาชิกโดยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือหัวข้อที่กลุ่มตัดสินใจร่วมกัน การอภิปรายกลุ่มแต่ละกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 6-12 คน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียนรู้ ขั้นตอนจัดประสบการณ์การเรียนรู้และขั้นประเมินผล โดยมีผู้นำกลุ่มคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการอภิปราย ซึ่งสมาชิกจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเป็นอิสระและเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังถือได้ว่าเป็นส่งเสริมประชาธิปไตยเพราะมีส่วนช่วยให้สมาชิกทุกคนได้ฝึกตนเองให้เป็นผู้มีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในสังคมประชาธิปไตย การอภิปรายกลุ่มจะช่วยก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในสังคม การมีสัมพันธภาพใหม่ การบูรณาการความคิด และความยอมรับซึ่งกันและกัน
- 2) การสอนแบบร่วมมือประสานใจ (Co-Operative Learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้นักศึกษาร่วมมือกันทำงาน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และประสานงานกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่เรียนโดยมีลักษณะของการจัดการเรียนการสอน คือ จัดชั้นเรียนโดยการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 2-6 คน โดยจัดคละกันตามความสามารถทางการเรียนมีทั้งเก่ง ปานกลาง และอ่อน นักศึกษาจะต้องรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเองและรับผิดชอบการเรียนรู้ของเพื่อน ๆ ภายในกลุ่มของตนเองด้วยและสมาชิกทุกคนในกลุ่ม จะต้องร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยสนับสนุนยอมรับ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้สมาชิกทุกคนเกิดการเรียนรู้ให้มากที่สุด
- 3) กรณีตัวอย่าง (cases study) เป็นการใช้ตัวอย่างหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง ๆ นำมาดัดแปลงและใช้เป็นตัวอย่างในการให้นักศึกษาได้ศึกษาวิเคราะห์ และอภิปรายกันเพื่อสร้างความเข้าใจและฝึกฝนทางแก้ปัญหาที่นั้น วิธีการนี้ทำให้นักศึกษามีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูล จะช่วยให้นักศึกษาได้รู้จักคิดและพิจารณาข้อมูลที่ได้รับอย่างถี่ถ้วน รวมทั้งการนำเอากรณีต่าง ๆ ซึ่งคล้ายคลึงกับชีวิตจริงมาใช้จะช่วย



ให้การเรียนรู้มีลักษณะใกล้เคียงกับความเป็นจริง ซึ่งมีส่วนทำให้การเรียนรู้มีความหมายสำหรับนักศึกษามากขึ้น กรณีตัวอย่างหรือเรื่องราวที่ศึกษาต้องมีลักษณะดังนี้

- 3.1 เป็นเรื่องจริง
- 3.2 เป็นเรื่องที่ช่วยพัฒนาความรู้ ความเข้าใจและมีโอกาสฝึกทักษะ
- 3.3 เป็นเรื่องที่ทำให้เกิดความก้าวหน้าหรือความเปลี่ยนแปลงในตัวนักศึกษา
- 3.4 มีการวิเคราะห์กรณี การวิเคราะห์เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษกรณีตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์ควรคำนึงถึงความเป็นจริงให้มากที่สุด
- 3.5 มีการอภิปรายกรณี
- 3.6 มีการสร้างสถานการณ์ที่เหมือนจริง

4) การสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) เป็นสอนที่ให้ประสบการณ์ตรงกับผู้เรียนโดยการให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นการสอนที่มุ่งให้เกิดการผสมผสานระหว่างทฤษฎีและ ภาควิปฏิบัติ วิธีปฏิบัติ ให้ผู้เรียนได้ลงมือฝึกฝนหรือปฏิบัติจริง ลักษณะสำคัญคือการลงมือปฏิบัติมักดำเนินการภายหลังการสาธิต การทดลองหรือ การบรรยาย เป็นการฝึกฝนความรู้ความเข้าใจจากทฤษฎีที่เรียนมาโดยเน้นการฝึกทักษะ

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- 1) สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการประยุกต์ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์สาระความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง
- 2) การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษารวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม
- 3) ประเมินด้วยการตอบคำถาม การสอบปากเปล่า การทำใบงาน และแบบฝึกทักษะ
- 4) ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ
- 5) ประเมินตามสภาพจริง ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง
- 6) ประเมินจากการทดสอบ
- 7) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 8) ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย
- 9) ประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมประกอบการเรียนการสอน ดังนี้
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 1
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 2
  - กิจกรรมการทดลองการรับรู้
  - การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing
  - การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง : กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”
- 10) ใบงานสรุปความรู้ที่นักศึกษาได้รับ

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 1) มีความสามารถทำงานเป็นกลุ่มในฐานะผู้นำ และผู้ตามได้
  - 1.1 นักศึกษามีความสามารถในการสื่อสารกับกลุ่มบุคคลทุกระดับ

2.2 นักศึกษามีความสามารถในการให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของการเป็นผู้นำหรือผู้ร่วมทีมในการทำงาน

2.3 นักศึกษามีความสามารถสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างกัน

2) สามารถริเริ่มสร้างสรรค์ แนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆได้

1.1 นักศึกษามีความสามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์แนวทาง วิธีการ บริหารการจัดการกับกิจกรรมที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสม

3) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นเป็นอย่างดีได้เป็นอย่างดีทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

1.1 นักศึกษามีความสามารถในการสื่อสารกับกลุ่มบุคคลทุกระดับ โดยใช้การสื่อสารภาษาไทย และภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) มีการค้นคว้าและวางแผนในการเรียนรู้ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

1.1 นักศึกษามีความสามารถค้นคว้าเกี่ยวกับจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภคได้

#### 4.2 วิธีการสอน

1) อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) เป็นการทำงานเป็นทีมของสมาชิกโดยการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือหัวข้อที่กลุ่มตัดสินใจร่วมกัน การอภิปรายกลุ่มแต่ละกลุ่มมีสมาชิกประมาณ 6-12 คน ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ ขั้นตั้งจุดมุ่งหมายของการจัดการเรียนรู้ ขั้นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้และขั้นประเมินผล โดยมีผู้นำกลุ่มคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินการอภิปราย ซึ่งสมาชิกจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเป็นอิสระและอย่างเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังถือได้ว่าเป็นส่งเสริมประชาธิปไตยเพราะมีส่วนช่วยให้สมาชิกทุกคนได้ฝึกตนเองให้เป็นผู้มีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในสังคมประชาธิปไตย การอภิปรายกลุ่มจะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในสังคม การมีสัมพันธ์ภาพใหม่ การบูรณาการความคิด และความยอมรับซึ่งกันและกัน

2) การสอนแบบร่วมมือประสานใจ (Co-Operative Learning) เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งให้นักศึกษาร่วมมือกันทำงาน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และประสานงานกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในเรื่องที่เรียนโดยมีลักษณะของการจัดการเรียนการสอน คือ จัดชั้นเรียนโดยการแบ่งกลุ่มนักศึกษาออกเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ 2-6 คน โดยจัดคละกันตามความสามารถทางการเรียนมีทั้งเก่ง ปานกลาง และอ่อน นักศึกษาจะต้องรับผิดชอบการเรียนรู้ของตนเองและรับผิดชอบการเรียนรู้ของเพื่อน ๆ ภายในกลุ่มของตนเองด้วยและสมาชิกทุกคนในกลุ่ม จะต้องร่วมมือในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยสนับสนุนยอมรับ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน เพื่อให้สมาชิกทุกคนเกิดการเรียนรู้ให้มากที่สุด

3) การแสดงบทบาทสมมติ (role-playing) แบ่งกลุ่มกำหนดและฝึกทักษะการแสดงออกตามบทบาทที่กำหนดบรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในสังคมที่ต่างต่าง กัน และวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ หลังการแสดงบทบาทสมมติ จะมีการอภิปรายของกลุ่ม นักศึกษาเกิดจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ได้ดี นักศึกษามีโอกาสศึกษาวิเคราะห์ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองอย่างลึกซึ้ง ช่วยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่น่าสนใจและน่าติดตาม

4) การสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) เป็นสอนที่ให้ประสบการณ์ตรงกับผู้เรียนโดยการให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นการสอนที่มุ่งให้เกิดการผสมผสานระหว่างทฤษฎีและ ภาคปฏิบัติ วิธีปฏิบัติ ให้ผู้เรียนได้ลงมือฝึกฝนหรือปฏิบัติจริง ลักษณะสำคัญคือการลงมือปฏิบัติมักดำเนินการภายหลังการ

สาธิต การทดลองหรือ การบรรยาย เป็นการฝึกฝนความรู้ความเข้าใจจากทฤษฎีที่เรียนมาโดยเน้นการฝึกทักษะ

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

- 1) การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม
- 2) ประเมินด้วยการตอบคำถาม การสอบปากเปล่า การทำใบงาน และแบบฝึกทักษะ
- 3) ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด หรือ รายงาน
- 4) ประเมินตามสภาพจริง ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง
- 5) ประเมินจากการทดสอบ
- 6) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 7) ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย
- 8) ประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมประกอบการเรียนการสอน ดังนี้
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 1
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 2
  - กิจกรรมการทดลองการรับรู้
  - การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing
  - การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง : กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”
- 9) ใบงานสรุปความรู้ที่นักศึกษาได้รับ

### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นเกี่ยวกับด้านคอมพิวเตอร์
  - 1.1 นักศึกษาสามารถสืบค้นข้อมูลทางด้านจิตวิทยาจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ได้
  - 1.2 นักศึกษาสามารถทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ประกอบการนำเสนอรายงานเกี่ยวกับจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค และผลงานต่าง ๆ ได้
- 2) พัฒนาทักษะการสืบค้นข้อมูลทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
  - 1.1 นักศึกษาสามารถสืบค้นข้อมูลเพื่อประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
  - 1.2 นักศึกษาสามารถสืบค้นข้อมูลเพื่อประยุกต์แก้ปัญหาในการนำเสนอรายงาน
- 3) สามารถใช้ภาษาในการสื่อสาร ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่นได้อย่างดี
  - 1.1 นักศึกษามีความสามารถในการสื่อสาร การพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอ และสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
  - 1.2 นักศึกษามีความสามารถในการใช้ศัพท์เฉพาะด้านจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
- 4) สามารถนำเสนอและสื่อสารโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติได้
  - 1.1 นักศึกษามีความสามารถในการนำเสนอโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติและมีทักษะการนำเสนอรายงานโดยใช้เครื่องมือและรูปแบบที่เหมาะสม

5) สามารถเลือกใช้ข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและสามารถแก้ไขปัญหาของตนเองได้อย่างเหมาะสม

1.1 นักศึกษาความสามารถดำรงชีวิต แก้ไข และป้องกันปัญหาของตนเองได้อย่างเหมาะสม

1.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ ข้อคิด แนวทางการดำเนินชีวิตของบุคคลตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในชีวิตมาเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองได้

### 5.2 วิธีการสอน

- 1) มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง
- 2) นำเสนอโดยใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- 3) การสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) เป็นสอนที่ให้ประสบการณ์ตรงกับผู้เรียนโดยการให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นการสอนที่มุ่งให้เกิดการผสมผสานระหว่างทฤษฎีและ ภาคปฏิบัติ วิธีปฏิบัติ ให้ผู้เรียนได้ลงมือฝึกฝนหรือปฏิบัติจริง ลักษณะสำคัญคือการลงมือปฏิบัติมักดำเนินการภายหลังการสาธิต การทดลองหรือ การบรรยาย เป็นการฝึกฝนความรู้ความเข้าใจจากทฤษฎีที่เรียนมาโดยเน้นการฝึกทักษะ

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากรายงานที่นำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี
- 2) ประเมินตามสภาพจริง ประเมินจากงานหรือกิจกรรมที่ปฏิบัติจริง
- 3) ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<b>บทที่ 1</b> บทนำ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด	3	1. บรรยายโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยใช้กรณีตัวอย่าง (cases study) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
2	<b>บทที่ 2</b> การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	3	1. บรรยายโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยใช้กรณีตัวอย่าง (cases study) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
3	<b>บทที่ 3</b> การแบ่งส่วนการตลาด และเป้าหมาย	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการสอน แบบ ระ ด ม พ ลั ง ส ม อ ง (Brainstorming) 3. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
4	<b>บทที่ 4</b> ผลิตภัณฑ์ (Product)	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการ อภิปรายร่วมกันเป็น กลุ่ม (Group Discussion) 3. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
5	<b>บทที่ 5</b> ราคา (Price)	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการสอน แบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
6	<b>บทที่ 6</b> การจัดจำหน่าย (Place)	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการ อภิปรายร่วมกันเป็น กลุ่ม (Group Discussion) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
7	<b>บทที่ 7</b> การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการแสดง บทบาทสมมติ (role-playing) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
8	<b>บทที่ 8</b> ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค  กิจกรรมประกอบการเรียนการ สอน ครั้งที่ 1 : การนำเสนอ การสำรวจตลาด	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการสอน แบบร่วมมือประสานใจ (Co- Operative Learning) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
9	<b>บทที่ 9</b> พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านแรงจูงใจ  กิจกรรมประกอบการเรียนการ สอน ครั้งที่ 2 : การนำเสนอ การสำรวจตลาด	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการสอน แบบร่วมมือประสานใจ (Co- Operative Learning) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
10	<b>บทที่ 10</b> พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการรับรู้  กิจกรรมประกอบการเรียนการ สอน ครั้งที่ 3 : การทดลองการ รับรู้	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการเรียนรู้ โดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
11	<b>บทที่ 11</b> พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการเรียนรู้	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการสอน แบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
12	<b>บทที่ 12</b> พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านบุคลิกภาพ	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการแสดง บทบาทสมมติ (role-playing) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
13	<b>บทที่ 13</b> พฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านทัศนคติ	3	1. บรรยายโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. การเรียนรู้โดยการ อภิปรายร่วมกันเป็น กลุ่ม (Group Discussion) 3. การยกตัวอย่างประกอบ 4. การถาม-ตอบ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
14	<b>บทที่ 14</b> การประยุกต์ทฤษฎีทาง จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และผู้บริโภค กิจกรรมประกอบการเรียนการ สอน ครั้งที่ 4 : การนำเสนอ การจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing	3	1. นักศึกษาเรียนรู้ด้วย ตนเองและสังเคราะห์ เป็นความรู้ด้วยตนเอง 1.1 การเรียนรู้โดยการ ลงมือปฏิบัติ (Practice)	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
15	<b>บทที่ 15</b> การส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการทางจิตวิทยา  กิจกรรมประกอบการเรียนการ สอน ครั้งที่ 5 : การประมวล ความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”	3	1. นักศึกษาเรียนรู้ด้วย ตนเองและสังเคราะห์ เป็นความรู้ด้วยตนเอง 1.1 การเรียนรู้โดยการ ลงมือปฏิบัติ (Practice)	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
16	สอบปลายภาคเรียน	3	1. จัดสอบปลายภาคเรียน โดย อ.ผู้สอนจัดสอบเอง	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	3.3	สอบปลายภาคเรียน	16	30%
2	1.1 – 1.3 2.1 – 2.3 3.1 – 3.3 4.1 – 4.3 5.1 – 5.3	การวิเคราะห์ การศึกษาค้นคว้า การนำเสนอ รายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การส่งงานตามที่มอบหมาย	} ตลอดภาคการศึกษา	40%

กิจกรรม ที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
3	1.1– 1.3 2.1 – 2.3 3.1 – 3.3 4.1 – 4.3 5.1 – 5.3	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม	} ตลอดภาคการศึกษา	30%

### หมวดที่ 6 ทักษะการประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารประกอบการสอนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค

เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด . รองศาสตราจารย์ ชงชัย สันติวงษ์

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). ดร.ปริญ ลักษิตานนท์ (2544)

2. หลักการโฆษณา (Principle of Advertising). รศ. ดร. เสรี วงษ์มณฑา (2546)

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา จัดกิจกรรมนำเสนอแนวคิดและความคิดเห็นของนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสังเกตการณ์อาจารย์ผู้สอน
- การประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมประกอบการเรียนการสอน ดังนี้
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 1
  - การนำเสนอการสำรวจตลาด ครั้งที่ 2
  - กิจกรรมการตลาดการรับรู้
  - การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing
  - การประมวลผลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 5”
- ผลประเมินการเรียนรู้จากการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน
- ผลประเมินการเรียนการสอนจากการประเมินการสอนของผู้สอน



### 3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผ่านการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- การวิจัยในชั้นเรียน
- วิเคราะห์จากผลการประเมินการเรียนการสอน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา
- การตรวจรายงาน ข้อสอบ การให้คะแนนพฤติกรรม

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 4 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์
- เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้นี้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์