



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

**รหัสวิชา 1552635 ชื่อรายวิชา ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด
(English for Marketing)**

**อาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ขจีณูช เขาวนปรีชา**

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รายละเอียดของรายวิชา

| | |
|----------------------|---|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ |

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

1552635 ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด
English for Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

ภาษาอังกฤษธุรกิจ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ขจีณัฐ เซาวนปรีชา อาจารย์ผู้สอน

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 / ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

อาคาร 1 ห้อง 1208

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

ธันวาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานด้านการตลาด โดยเฉพาะคำศัพท์เฉพาะด้านการตลาด แนวคิดด้านการตลาด กระบวนการทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ เกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้ นักศึกษายังได้ฝึกฝนทักษะทางด้านภาษาอังกฤษทั้งสี่ (ฟัง พูด อ่าน เขียน) ผ่านกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลด้านการตลาด จากบริบทจริงได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจในทักษะภาษาอังกฤษทางการตลาดไปประยุกต์ใช้กับการเรียนรายวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ควรมีการเปลี่ยนแปลงกรณีศึกษา (case study) หรือบริบทให้ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับการตลาดในปัจจุบันมากขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

คำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานทางการตลาด ฝึกอ่านเอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ฝึกบรรยายประเภทของผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อยี่ห้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ฝึกเขียนรายงานสรุปและแผนการตลาดพื้นฐาน ฝึกนำเสนอกลยุทธ์การตั้ง

ราคาและช่องทางการตลาดแบบต่างๆ บรรยายความสัมพันธ์ของส่วนประกอบในส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

Terminology in basic marketing concept; practice reading articles about marketing mix, marketing environment, and consumer behavior. Practice describing product classifications and branding, market segmentation, targeting, and product positioning. Practice writing summary reports and a basic marketing plan. Practice presenting pricing strategies and different marketing channels. Describe the relation of the four elements of the promotion mix.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|---------------------------------|---|------------------------------|------------------------------------|
| บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา | สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย | ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม | ศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์หลักสูตร และประกาศในห้องเรียนในชั่วโมงแรกของรายวิชา โดยอาจารย์ประจำรายวิชาสามารถให้คำปรึกษาผ่านทางแอปพลิเคชัน ไลน์ (Line) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือทางโทรศัพท์

- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

4.1 แผนพัฒนาและการประเมินผลการเรียนรู้ (หมวด 5 ข้อ 2)

| ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา | วิธีการสอน | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | ค่าน้ำหนักของการประเมินผล |
|---|--|---|-------------------|---------------------------|
| 4.1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม 1) ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามระเบียบของห้องเรียน เข้าเรียนตรงเวลา และปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้นได้ตามเวลาที่กำหนด 2) ผู้เรียนเอาใจใส่ต่อการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ลอกงานผู้อื่น 4) ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการปฏิบัติงานในกรอบจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพด้านการตลาด | - ผู้สอนบรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น การขายของให้กับลูกค้า ด้วยความสุจริต ไม่หลอกลวง - นักศึกษาอภิปรายกลุ่มร่วมกัน - ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกในห้องเรียนและนอกห้องเรียนเพื่อทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการตลาด | - สังเกตพฤติกรรมในการเข้าเรียน การตรงต่อเวลา การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม - ประเมินจากการที่นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กำหนดและตรงเวลา มีความรับผิดชอบ ทำด้วยตนเองไม่ลอกผู้อื่น - การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน อภิปราย และเสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน - ประเมินด้วยการตรวจแบบฝึกหัด | ตลอดภาคการศึกษา | 10% |
| 4.1.2 ด้านความรู้ 2) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านคำศัพท์เฉพาะและสำนวนที่ใช้ในบริบททางการตลาด 3) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้าน | - ผู้สอนบรรยายเป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทยเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการตลาดและคำศัพท์เฉพาะ รวมถึงสำนวนที่ใช้ในการตลาด ความหมายของ | - ประเมินด้วยการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค | 8 และ 16 | 40% |

| ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา | วิธีการสอน | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | ค่าน้ำหนักของการประเมินผล |
|---|---|--|------------------------|---------------------------|
| <p>การตลาด (เช่น การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น)</p> <p>4) ผู้เรียนบูรณาการความรู้ด้านภาษาอังกฤษกับธุรกิจการตลาดที่เกี่ยวข้อง</p> | <p>ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด</p> | | | |
| <p>4.1.3 ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1) สืบค้นข้อมูลและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดดิจิทัล เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและเทคโนโลยีด้านการตลาดใหม่ๆ</p> <p>2) คิดสร้างสรรค์ และปรับใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดกับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม</p> <p>3) คิด วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายในงาน B.E. Product Fair ได้อย่างมีระบบ</p> | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการการเก็บข้อมูลทางการตลาด และนำเสนอผลการเก็บข้อมูลหน้าชั้นเรียน - ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นหาข้อมูลเพื่ออภิปรายกลุ่มในเรื่องการตลาดในยุคดิจิทัล - ผู้สอนให้นักศึกษำบันทึกการสะท้อนแนวคิดจากการปฏิบัติจริงและนำเสนอหน้าชั้นเรียน | <ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการตรวจสอบการทำโครงการการเก็บข้อมูลทางการตลาด การนำเสนอผลการสำรวจ และรูปเล่มรายงานทางวิชาการ - สังเกตจากการอภิปรายและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งในและนอกห้องเรียน - ประเมินจากการนำเสนอผลการสะท้อนคิด - ประเมินจากการนำเสนอรายงานผลการทำวิจัยทางการตลาด และประเมินผล | <p>ตลอดภาคการศึกษา</p> | <p>30%</p> |

| ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา | วิธีการสอน | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | ค่าน้ำหนักของการประเมินผล |
|--|---|---|-------------------|---------------------------|
| | | โครงการ | | |
| <p>4.1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>1) ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการทำงานคู่ และงานกลุ่มได้</p> <p>2) สื่อสารในเรื่องการตลาด หรือธุรกิจการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3) มีความรับผิดชอบต่อบทบาทของตนที่มีต่อผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ</p> | <p>- ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาทำงานเป็นรายบุคคลและงานกลุ่ม เช่น การทำแบบฝึก การตั้งชื่อสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และรายงานผลหน้าชั้นเรียน เพื่อพัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และพัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานเป็นทีม</p> <p>- ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษานำเสนอรายงาน รวมถึงมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา</p> <p>- ผู้สอนให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่ม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น</p> <p>- ผู้สอนให้นักศึกษาได้ทำงานกลุ่ม และนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน</p> | <p>- ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด</p> <p>- ประเมินจากจัดการรายงานผลและการนำเสนอผลงาน รวมถึง พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</p> | 12 | 10% |

| ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา | วิธีการสอน | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | ค่าน้ำหนักของการประเมินผล |
|---|--|---|-------------------|---------------------------|
| <p>4.1.5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>1) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและสรุปเพื่อนำเสนอข้อมูลได้</p> <p>2) ติดต่อสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>3) สามารถคำนวณกำไรต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าในงาน B.E. Product Fair ได้อย่างถูกต้อง</p> | <p>- ผู้สอนฝึกให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการคิดคำนวณเชิงตัวเลขแบบง่าย ในเรื่องการคำนวณกำไรต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าในงาน B.E. Product Fair</p> <p>- ผู้สอนแนะนำให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม</p> | <p>- ประเมินจากการจัดทำรายงาน และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี</p> <p>- ประเมินจากรายงานบัญชีกำไรขาดทุนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน B.E. Product Fair</p> | 13 | 10% |

4.2 เกณฑ์การให้คะแนน

| ผลการเรียนรู้ | เกณฑ์การให้คะแนน (Rubrics) | ร้อยละ |
|---------------|----------------------------|--------|
|---------------|----------------------------|--------|

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | การผ่าน เกณฑ์ |
|--------------------------------|--|--|---|---|---|------------------|
| ด้านคุณธรรม จริยธรรม (M) | - ขาดเรียนบ่อยและเข้า เรียนไม่ตรงเวลา - ส่งงานไม่ตรงเวลา และ มีเนื้อหาไม่ครบถ้วน - ไม่มีส่วนร่วมในชั้น เรียนและไม่เสนอความ คิดเห็น | - ส่วนใหญ่เข้าเรียนและ เข้าเรียนตรงเวลา - ส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลา และมีเนื้อหาครบถ้วน ทุกครั้ง - มีส่วนร่วมในชั้นเรียน และเสนอความคิดเห็น เป็นประจำ | - เข้าเรียนเป็นบางครั้ง และเข้าเรียนตรงเวลา - ส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลา และ มีเนื้อหาครบถ้วนทุกครั้ง - มีส่วนร่วมในชั้นเรียน และเสนอความคิดเห็น เป็นประจำ | - เข้าเรียนเกือบครบทุก ครั้งและสายเป็นบางครั้ง - ส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลาบ้าง และมีเนื้อหาเกือบ ครบถ้วน - มีส่วนร่วมในชั้นเรียน และเสนอความคิดเห็น เป็นบางครั้ง | - เข้าเรียนครบทุกครั้ง และเข้าเรียนตรงเวลา - ส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลา และมีเนื้อหาครบถ้วน ทุกครั้ง - มีส่วนร่วมในชั้นเรียน และเสนอความคิดเห็น เป็นประจำ | ร้อยละ 60 |
| ด้านความรู้ (K) | - เข้าสอบกลางภาค มีผล คะแนนสอบต่ำกว่า 4/20 และเข้าสอบปลายภาค และมีผลคะแนนสอบต่ำ กว่า 10/30 | - เข้าสอบกลางภาค และมีผลคะแนนสอบต่ำ กว่า 6/20 เข้าสอบ ปลายภาค มีผลคะแนนสอบต่ำกว่า 12/30 | - เข้าสอบกลางภาค มีผล คะแนนสอบต่ำกว่า 8/20 และเข้าสอบปลายภาค มีผลคะแนนสอบต่ำกว่า 14/30 | - เข้าสอบกลางภาค มีผล คะแนนสอบต่ำกว่า 10/20 และเข้าสอบปลาย ภาค มีผลคะแนนสอบต่ำ กว่า 16/30 | - เข้าสอบกลางภาค มี ผลคะแนนสอบต่ำกว่า 12/20 และเข้าสอบ ปลายภาค มีผลคะแนน สอบต่ำกว่า 18/30 | |
| ด้านทักษะ ปัญญา (C) | | | | - แบบสอบถามที่นำไปใช้ เก็บข้อมูลผู้บริโภคมิ ความถูกต้องและสมบูรณ์ | - แบบสอบถามที่ นำไปใช้เก็บข้อมูล ผู้บริโภคมิความถูกต้อง | |

| ผลการเรียนรู้ | เกณฑ์การให้คะแนน (Rubrics) | | | | | ร้อยละการผ่านเกณฑ์ |
|--|---|---|---|---|---|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| | | | | - นำเสนอผลการสำรวจตลาดได้ครบถ้วน สมบูรณ์ และถูกต้อง | และสมบูรณ์ - นำเสนอผลการสำรวจตลาดได้ครบถ้วน สมบูรณ์ และถูกต้อง | |
| ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ (I) | ไม่มีการแบ่งงานหน้าที่ ความรับผิดชอบในการนำเสนอผลงาน ทำให้การนำเสนอไม่มีประสิทธิภาพ | เห็นการแบ่งงานหน้าที่ ความรับผิดชอบในการนำเสนอผลงานไม่ค่อยชัดเจน ทำให้การนำเสนอไม่ค่อยมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร | เห็นการแบ่งงานหน้าที่ ความรับผิดชอบในการนำเสนอผลงานแค่บางส่วน ทำให้การนำเสนอไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ | เห็นการแบ่งงานหน้าที่ ความรับผิดชอบในการนำเสนอผลงานบ้าง ทำให้การนำเสนอมีประสิทธิภาพ | เห็นการแบ่งงานหน้าที่ ความรับผิดชอบในการนำเสนอผลงานชัดเจน ทำให้การนำเสนอมีประสิทธิภาพมาก | |
| ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ไอที (N) | - รายงานไม่มีความสมบูรณ์ และไม่ได้ใช้สื่อเทคโนโลยีในการนำเสนอ - รายงานบัญชีกำไรขาดทุนๆ ไม่มีความสมบูรณ์ถูกต้อง | - รายงานมีความสมบูรณ์บางส่วน และใช้สื่อเทคโนโลยีในการนำเสนอบ้าง - รายงานบัญชีกำไรขาดทุนๆ มีความสมบูรณ์และถูกต้อง | - รายงานมีความสมบูรณ์ปานกลาง และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสมปานกลาง - รายงานบัญชีกำไรขาดทุนๆ มีความสมบูรณ์และถูกต้องปาน | - รายงานมีความสมบูรณ์มาก และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาก - รายงานบัญชีกำไรขาดทุนๆ มีความสมบูรณ์และถูกต้องมาก | - รายงานมีความสมบูรณ์มากที่สุด และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสมมากที่สุด - รายงานบัญชีกำไรขาดทุนๆ มีความ | |

| ผลการเรียนรู้ | เกณฑ์การให้คะแนน (Rubrics) | | | | | ร้อยละการผ่านเกณฑ์ |
|---------------|----------------------------|---------|------|---|----------------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| | | บางส่วน | กลาง | | สมบูรณ์และถูกต้องมากที่สุด | |

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

5.1 แผนการสอน

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|----------------|---|---|---|--------------------|
| 1 (3 ชม.) | - ชี้แจงคำอธิบายรายวิชา จุดมุ่งหมาย แผนการสอน ข้อกำหนดต่าง ๆ รวมทั้ง กระบวนการวัดผลประเมินผล - ทดสอบก่อนเรียน (Pretest) | 1. อาจารย์อธิบายแนวการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน อธิบายงานที่มอบหมายและเกณฑ์การให้คะแนน 2. อาจารย์อธิบายงานกลุ่มที่นักศึกษาต้องมีการระดมความคิดเห็นภายในกลุ่มเพื่อประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อจำหน่าย และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่มให้ชัดเจนและเหมาะสม 3. ทำการประเมินตนเองด้วยบททดสอบก่อนเรียน Pre-test 4. อาจารย์เริ่มบรรยายเรื่องคำศัพท์เฉพาะทางการตลาดในภาพรวม นักศึกษาอ่านคำจำกัดความของคำศัพท์แล้วช่วยกันคาดเดาว่าเป็นคำศัพท์คำไหน และช่วยกันแปลเป็นภาษาไทย แล้วอาจารย์สรุปคำศัพท์ | แนวการสอน บททดสอบก่อนเรียน Pre-test เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|---|---|----------------------------|--------------------|
| | | <p>ด้วย PowerPoint</p> <p>6. ชั่วโมงถัดไปเป็นการฝึกเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับความหมายของการตลาด Marketing โดยให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มเตรียมทำแบบฝึกหัดมาล่วงหน้า</p> | | |
| 2 | <p>Unit 1 What is Marketing?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● What is Marketing? ● Basic marketing ● Defining marketing ● How can marketing occur? ● Marketing exchange relationships ● The importance of marketing | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์เฉลยแบบฝึกหัดจากสัปดาห์ที่แล้ว 2. ให้นักศึกษาอ่านบทความ Defining marketing โดยเรียกชื่อนักศึกษาให้อ่านคนละ 1 ประโยค แล้วแปลความหมายให้เพื่อนฟัง โดยอาจารย์อธิบายเพิ่มเติมให้นักศึกษาเข้าใจตรงกัน 3. ให้นักศึกษานักศึกษาอ่านเนื้อหาเรื่อง Basic Marketing แล้วถามคำถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ 4. อาจารย์สาธิตการซื้อขายสินค้ากับนักศึกษาแล้วให้นักศึกษาอ่านบทความเกี่ยวกับ Marketing exchange relationships 5. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนและทดสอบความเข้าใจ | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 3 | <p>Unit 2 Consumer Behavior</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Defining consumer behavior ● Model of consumer behavior | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์บรรยายเกี่ยวกับ Consumer Behavior แล้วเปิดโอกาสให้นักศึกษาแลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็น 2. อาจารย์ให้นักศึกษาทำกิจกรรม Jigsaw Reading สำหรับ Reading passage เรื่อง Defining consumer behavior แล้วให้ออกสนักศึกษาซักถาม 3. อาจารย์ให้นักศึกษาอ่านเรื่อง Model of consumer behavior แล้วให้ | เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|--|---|----------------------------|--------------------|
| | | ทำแบบฝึกหัดเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของนักศึกษา | | |
| 4 | Unit 2 Consumer Behavior (continue) <ul style="list-style-type: none"> ● Characteristics affecting consumer behavior ● Cultural factors ● Social factors ● Personal factors ● Psychological factors | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์บรรยายเรื่อง Characteristics affecting consumer behavior แล้วเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถาม 2. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวน 3. อาจารย์ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นว่ามีตัวอย่างอะไรในแต่ละปัจจัยของพฤติกรรมผู้บริโภค 4. อาจารย์ให้นักศึกษาทำกิจกรรม Self-study ในเอกสารประกอบการสอนภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 5 | Unit 3 Marketing Mix <ul style="list-style-type: none"> ● Identifying marketing mix ● Elements of marketing mix | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะในเรื่อง Marketing Mix ให้นักศึกษาช่วยกันบอกคำศัพท์นั้นๆ แล้วทำแบบฝึกหัด และเฉลยคำตอบร่วมกัน 2. อาจารย์แสดงตัวอย่างสินค้า ราคาสถานที่ขาย และโฆษณาการส่งเสริมการขายให้นักศึกษาดู 3. ให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่มจากตัวอย่างสถานการณ์จริง 4. อาจารย์ให้นักศึกษาอ่านบทความเกี่ยวกับ Elements of marketing mix และเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถาม 5. อาจารย์ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 6 | Unit 4 Product Concept <ul style="list-style-type: none"> ● Identifying product concept | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะของเรื่อง Product 2. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด | เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|---|---|----------------------------|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Product classification ● Product categories | <p>3. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product classification ให้นักศึกษาเปรียบเทียบสินค้าประเภทต่างๆ ที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน</p> <p>4. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product categories แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด</p> | | |
| 7 | <p>Unit 4 Product Concept (Continue)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Consumer products ● Industrial products ● Branding | <p>1. อาจารย์บรรยายเรื่อง Consumer product แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจ</p> <p>2. อาจารย์บรรยายเรื่อง Industrial products แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ</p> <p>3. ให้นักศึกษาระบุความแตกต่างระหว่าง Consumer product และ Industrial product</p> <p>4. อาจารย์แสดงตัวอย่างสินค้า แล้วให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ว่าสินค้าที่อาจารย์มอบหมายให้เป็นสินค้าประเภทใด จากนั้นให้นักศึกษาออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน</p> <p>5. แจ้งนักศึกษาว่าสัปดาห์หน้า (สัปดาห์ที่ 8) จะมีการสอบกลางภาคครอบคลุมเนื้อหาบทที่ 1-4</p> | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 8 | <ul style="list-style-type: none"> ● สอบกลางภาค ● Unit 5 Pricing Strategy | <p>1. อาจารย์ให้นักศึกษาสอบกลางภาค โดยให้เวลาในการสอบ 1 ชั่วโมง</p> <p>2. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะในเรื่องของ Pricing strategy</p> | เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนรู้การสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|---|---|----------------------------|--------------------|
| 9 | Unit 5 Pricing Strategy (continue) <ul style="list-style-type: none"> ● Identifying price concept ● What is price? ● Word combinations with 'price'? ● Pricing strategies ● Pricing strategy matrix | 1. อาจารย์ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดทบทวนความหมายของคำศัพท์ 2. อาจารย์บรรยายแนวคิดของการตั้งราคา Pricing concept แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 3. อาจารย์บรรยายกลยุทธ์การตั้งราคา แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 4. อาจารย์แบ่งกลุ่มนักศึกษา แล้วให้ตัวอย่างกรณีศึกษาการตั้งราคาของบริษัท จากนั้นให้นักศึกษาวิเคราะห์ว่าเป็นกลยุทธ์การตั้งราคาแบบใด | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 10 | Unit 6 Place Concept <ul style="list-style-type: none"> ● Identify place concept ● Channels of distribution ● Distribution relationship | 1. อาจารย์อธิบายคำศัพท์เฉพาะของ Place แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจ 2. อาจารย์บรรยายเรื่องช่องทางการกระจายสินค้า Channels of distribution แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง Distribution relationship แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 4. อาจารย์ให้นักศึกษายกตัวอย่างเส้นทางการกระจายสินค้าของร้านสะดวกซื้อ แล้วเขียนอธิบายโดยใช้ mind mapping จากนั้นให้นำเสนอหน้าชั้นเรียน | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 11 | Unit 6 Place Concept (continue) | 1. อาจารย์บรรยายเรื่องการค้าปลีก Retailing แล้วให้นักศึกษาทำ | เอกสารประกอบ | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|---|--|----------------------------|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Retailing ● Nonstore retailing ● Wholesaling | <p>แบบฝึกหัด</p> <p>2. อาจารย์อธิบายเรื่อง Nonstore retailing แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม แล้วอาจารย์ให้นักศึกษาอภิปรายกันในกลุ่มถึงความแตกต่างระหว่าง Store retailing และ Nonstore retailing</p> <p>4. อาจารย์บรรยายเรื่อง Wholesaling แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด ทบทวนความเข้าใจ</p> | PowerPoint | |
| 12 | <p>Unit 7 Promotion Concept</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ways of advertising ● Describing promotional strategies ● The four major promotional tools ● Advertising | <p>1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะของ Promotion แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด</p> <p>2. อาจารย์บรรยายกลยุทธ์ของการส่งเสริมการตลาด Promotional strategies แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจ</p> <p>3. อาจารย์แนะนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้งสี่ประเภทให้นักศึกษาฟัง แล้วให้ทำแบบฝึกหัด</p> <p>4. อาจารย์บรรยายเรื่องการโฆษณา Advertising แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด</p> <p>5. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของการโฆษณา แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน</p> | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 13 | Unit 7 Promotion Concept | 1. อาจารย์บรรยายเรื่อง Public relations แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด | เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|--|--|----------------------------|--------------------|
| | (continue) <ul style="list-style-type: none"> ● Public relations ● Sales promotion ● Personal selling ● Direct marketing | 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Public relations แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง Sales Promotion แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 4. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Sales Promotion แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 5. อาจารย์บรรยายเรื่อง Personal selling แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 6. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Personal selling แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 7. อาจารย์บรรยายเรื่อง Direct marketing แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 8. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Direct marketing แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน | | |
| 14 | Unit 8 Marketing Strategy <ul style="list-style-type: none"> ● Defining marketing strategies ● STP analysis | 1. อาจารย์อธิบายคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับ Marketing strategy แล้วบรรยายเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง 2. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะ | เอกสารประกอบ PowerPoint | |

| ครั้งที่ (ชม.) | หัวข้อ/รายละเอียด | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อที่ใช้ | การวัดและประเมินผล |
|-------------------|--|--|----------------------------|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● SWOT analysis ● Product-market strategy | 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง STP analysis แล้วให้นักศึกษาแสดงความ คิดเห็นจากตัวอย่างกรณีศึกษา 4. อาจารย์บรรยายเรื่อง SWOT analysis แล้วให้นักศึกษาซักถาม 5. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT 6. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product-Market Strategy แล้วให้นักศึกษาทำ แบบฝึกหัด และวิเคราะห์จากตัวอย่างสถานการณ์จริง | | |
| 15 | <ul style="list-style-type: none"> ■ นำเสนองาน | <ul style="list-style-type: none"> ■ ผลการสำรวจทางการตลาดเรื่องตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา ■ แสดงความคิดเห็น ■ ซักถาม | เอกสารประกอบ PowerPoint | |
| 16 | สอบปลายภาค | สอบปลายภาค | | |

5.2 การวัดและการประเมินผล

1) การวัดผล :

- โครงงาน 20%
- การทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย 20%
- สอบกลางภาค 20%
- สอบปลายภาค 30%
- จิตพิสัย 10%

2) การประเมินผล: ใช้ระบบ อิงกลุ่ม อิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

| ระดับคะแนน (คะแนน) | ระดับผลการเรียน |
|--------------------|-----------------|
| 90-100 | A |
| 85-89 | B ⁺ |
| 75-84 | B |
| 70-74 | C ⁺ |
| 60-69 | C |
| 55-59 | D ⁺ |
| 50-54 | D |
| 0-50 | F |

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

6.1 เอกสารและตำราหลัก

ขจิญช เชาวนปรีชา, 2558. เอกสารประกอบการเรียนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด.
กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

6.2 เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ไม่มี

6.3 เอกสารและข้อมูลแนะนำ

สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การวิจัยด้านการตลาด การทำแผนการตลาด และอิเล็กทรอนิกส์

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

7.1 กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนาระหว่างนักศึกษาและผู้สอน (เป็นทางการและไม่เป็นทางการ)
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา (ผ่านระบบบริหารการศึกษา)

7.2 กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ใช้แบบสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมในการเรียนของนักศึกษา (แบบไม่เป็นทางการ)
- ใช้แบบประเมินรายวิชาผลการเรียนของนักศึกษา(จากการทำแบบฝึกหัดและการสอบ)

7.3 การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้

- ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนและอาจารย์ผู้สอน

7.4 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการสอบกลางภาค และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- ใช้การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ท่านอื่นที่อยู่ภายในหรือภายนอกหลักสูตร

- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีและเกณฑ์การให้คะแนนสอบ

| ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | | |
|---------------|----------------|--------|----------------|
| | การสังเกต | การสอบ | การปฏิบัติ/การ |

| | พฤติกรรม | | นำเสนอผลงาน |
|--|----------|---|-------------|
| คุณธรรม จริยธรรม | ✓ | | |
| ความรู้ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ทักษะทางปัญญา | | ✓ | ✓ |
| ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ | ✓ | | ✓ |
| ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ไอที | ✓ | | ✓ |

7.5 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1) อาจารย์ผู้สอนดำเนินการทบทวนสอบด้วยตนเอง ด้วยการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาตามวิธีการ ข้อ 7.4

2) กรณีที่ผลการเรียนรู้นักศึกษายังไม่ได้ประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนจะให้โอกาสนักศึกษาปรับปรุงแก้ไขได้ตามความจำเป็นเป็นรายกรณี

3) ปรับปรุงรายวิชาทุก 5 ปี หรือตามข้อเสนอแนะ และผลการทบทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 7.4

4) เปลี่ยนหรือสลับผู้สอนเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และมีมุมมองในการประยุกต์ความรู้จากผู้สอนที่หลากหลาย