



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560

รหัสวิชา 3644202

ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน
(ภาษาอังกฤษ) Competitive Marketing Strategy

อาจารย์ผู้สอน

อ. สมธีราภ์ พรหมศิริ

คำนำ

รายละเอียด วิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน รหัสวิชา 3644202 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ใน หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและ แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการ เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วย ตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการ ประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันได้

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	25

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3644202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน
(ภาษาอังกฤษ) Competitive Marketing Strategy

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.สมธิราภ์ พรหมศิริ
อาจารย์ผู้สอน อ.สมธิราภ์ พรหมศิริ ตอเรียน A1, B1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 / 2560 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 15 มิถุนายน 2560
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้จากการเรียน)

1.1 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.2 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

1.3 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกทางการตลาดได้

1.4 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และมีแนวทางในการตัดสินใจภายใต้การใช้ข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันของธุรกิจได้

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ทางกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและน่าเชื่อถือ นักศึกษาจะต้องนำของของบริษัทที่เปิดดำเนินการจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง

3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูล และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

3. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกทางการตลาดได้

4. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค

5. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนด และการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และมีแนวทางในการตัดสินใจภายใต้การใช้ข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้อง อย่างเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์

Definitions, roles, importance of marketing strategy for competitive advantage. Principles and concepts in marketing strategy formation. External and internal environment analysis. Consumer demand and behavior analysis. Patterns and integration of marketing strategy. Strategy formation and adjustment.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่นักศึกษาร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	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 มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

○ 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

1.4.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

○ 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

○ 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้าน

การวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.3.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม โดยการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆพร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.2.6 มอบหมายให้นักศึกษารายงานความเคลื่อนไหวทางการตลาดจากข่าวสารทางการตลาดประจำสัปดาห์

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.3 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตามสถานการณ์การณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3.2.4 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

3.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดการอภิปราย/การแสดงความคิดเห็น

4.2.2 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม และความคิดสร้างสรรค์

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนอ

งานอย่างถูกต้อง

- 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด</p> <p>1.1ความหมายของตลาดและตลาดเป้าหมาย</p> <p>1.2ความสำคัญของการตลาด</p> <p>1.3การกำหนดตลาดเป้าหมายและส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ความหมายของตลาดเป้าหมาย ความสำคัญของการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมายและส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์ตราสินค้าที่มีชื่อเสียง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	3	<p>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. แนวการสอน</p> <p>4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน</p> <p>5.ใบงาน</p>	1.1,	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2	หัวข้อการสอน 1.ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด 1.1ความหมายของกลยุทธ์การตลาด 1.2บทบาทและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ความหมายและบทบาท ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.3,1.4,2.3,3.3	(1)
3	หัวข้อการสอน 1.การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับบริษัท 1.1กลยุทธ์ในองค์กรธุรกิจ 1.2บทบาทของการตลาดในการ	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>สร้างและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด</p> <p>1.3การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัท</p> <p>1.4กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน</p> <p>1.5การจัดสรรทรัพยากรของบริษัท</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้.การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับบริษัทกลยุทธ์ในองค์กรธุรกิจและบทบาทของการตลาดในการสร้างและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดการกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัทรวมถึงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันและการจัดสรรทรัพยากรของบริษัท</p>		<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>point</p> <p>3. ใบงาน</p>		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
4	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.กลยุทธ์ของระดับฝ่ายกับการประยุกต์ทางการตลาด</p> <p>1.1การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ณ ระดับ SBU</p> <p>1.2แหล่งที่มาของข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน</p> <p>1.3กลยุทธ์ในการปรับตัว</p> <p>1.4การประยุกต์ใช้ทางการตลาดสำหรับกลยุทธ์ต่างๆ ของ SBU</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงกลยุทธ์ของระดับฝ่ายกับการประยุกต์ทางการตลาดและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ณ ระดับ SBU รวมถึงแหล่งที่มาของข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกลยุทธ์ในการปรับตัวและประยุกต์ใช้ทางการตลาดสำหรับกลยุทธ์ต่างๆ ของ SBU</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.1,1.4,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
5	หัวข้อการสอน 1.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก 1.1การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมหภาค 1.2การระบุคู่แข่งชั้นและการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น 1.3 ประเภทต่างๆ ของการแข่งขัน 1.4การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและขีดความสามารถของบริษัท Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสิ่งแวดล้อมมหภาครวมถึงการระบุคู่แข่งชั้นและการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น ประเภทต่างๆ ของการแข่งขันการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและขีดความสามารถของบริษัท	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)
6	หัวข้อการสอน 1.การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค	3	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการ	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	1.1การแบ่งส่วนตลาด 1.2การเลือกตลาดเป้าหมาย 1.3การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 1.4โมเดล S-R Theory Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคโมเดล S-R Theoryรวมถึงการแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย		3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน		
7	หัวข้อการสอน 1.การสร้างกลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด 1.1กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 1.2การเลือกวางตำแหน่ง 1.3การสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 1.4การรับรู้ตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ 1.5การเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. นำเสนอแนวคิดในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,1,4,2,1,2,2,3,1,3,2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง การสร้างกลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด และสามารถวิเคราะห์นำเสนอแนวคิดในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง</p>		ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
8	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.กลยุทธ์การตลาดทั่วไป</p> <p>1.1หลักกลยุทธ์เบื้องต้น</p> <p>1.2การประยุกต์ใช้กลยุทธ์</p> <p>1.3การสร้างกลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายถึงกลยุทธ์การตลาดทั่วไปและหลักกลยุทธ์เบื้องต้นการประยุกต์ใช้จากส่วนประสมทางการตลาด</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
9	หัวข้อการสอน 1.กลยุทธ์การกำหนดจุดมุ่งสู่ตลาด 1.1การมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านตราหือ 1.2การมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางด้านนวัตกรรมกรรมการมุ่งเน้นกลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย 1.3การมุ่งเน้นกลยุทธ์ราคา 1.4การพิจารณาส่วนประสมการตลาดในเชิงกลยุทธ์ Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์การกำหนดจุดมุ่งสู่ตลาด การมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านตราหือนวัตกรรมช่องทางการจำหน่าย กลยุทธ์ราคาและการพิจารณาส่วนประสมการตลาดในเชิงกลยุทธ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)
10	หัวข้อการสอน 1.กลยุทธ์การตลาดสำหรับการเข้าสู่ตลาดใหม่ของผู้บุกเบิกตลาด 1.1กลยุทธ์ผู้บุกเบิก	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.2 กลยุทธ์ของผู้ตาม</p> <p>1.3 โปรแกรมการตลาด (4P's) ในเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้บุกเบิก</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับการเข้าสู่ตลาดใหม่ของผู้บุกเบิกตลาดกลยุทธ์ผู้บุกเบิกกลยุทธ์ของผู้ตาม โปรแกรมการตลาด (4P's) ในเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้บุกเบิก และสามารถวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จได้</p>		<p>แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>		
11	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.กลยุทธ์สำหรับตลาดที่เติบโต</p> <p>1.1กลยุทธ์ในตลาดเติบโตสำหรับผู้นำตลาด</p> <p>1.2กลยุทธ์เพื่อการเติบโตของส่วนครองตลาดสำหรับผู้ตาม</p> <p>1.3การเลือกใช้กลยุทธ์สำหรับผู้ทำชิงในตลาดเติบโต</p> <p>Learning Outcome</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์สำหรับตลาดที่เติบโตสำหรับผู้ นำ ผู้ตามและการเลือกใช้กลยุทธ์สำหรับผู้ทำชิงในตลาด					
12	หัวข้อการสอน 1.กลยุทธ์สำหรับตลาดเติบโตเต็มที่ 1.1กลยุทธ์ในตลาดเติบโตเต็มที่ 1.2การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเติบโตไปสู่ตลาดเติบโตเต็มที่ 1.3กลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดเติบโตเต็มที่ Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายกลยุทธ์สำหรับตลาดเติบโตเต็มที่และตลาดถดถอย การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเติบโตไปสู่ตลาดเติบโตเต็มที่และกลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดเติบโตเต็มที่	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)
13	หัวข้อการสอน กลยุทธ์สำหรับตลาดถดถอย	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการกลยุทธ์	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์ในตลาดถดถอย - การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเติบโตเต็มทีไปสู่ตลาดถดถอย - กลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดถดถอย <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์ในตลาดถดถอย การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเติบโตเต็มทีไปสู่ตลาดถดถอย และกลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดถดถอย</p>		<ul style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 		
14	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.การประยุกต์ใช้กลยุทธ์และการควบคุม</p> <p>1.1ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ระดับฝ่าย และกลยุทธ์การตลาด</p> <p>1.2ความสัมพันธ์ทางการบริหาร และการประยุกต์ใช้กลยุทธ์</p> <p>1.3โครงสร้างขององค์การ</p> <p>1.4กระบวนการและการนำเอากลยุทธ์ไปประยุกต์</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> 1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	1,2,1,4,2,1,2,2,2,3,3.1,3,2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง การประยุกต์ใช้กลยุทธ์และการควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ระดับฝ่าย และกลยุทธ์การตลาดและการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ โครงสร้างขององค์การ กระบวนการและการนำเอากลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ</p>					
15	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>1.การควบคุมกลยุทธ์และโปรแกรมทางการตลาด</p> <p>1.1กระบวนการควบคุม</p> <p>1.2การควบคุมกลยุทธ์</p> <p>1.3การตรวจสอบงานทางการตลาด</p> <p>1.4จรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง กระบวนการควบคุมกลยุทธ์ การตรวจสอบงานทางการตลาดและ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	จรรยาบรรณทางการตลาด นำเสนอผลงานได้รับ มอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนและ					

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความซื่อสัตย์	(1.1),(1.3),(1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10 %
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (4.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัดทบทวน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	30 %
3. สอบประมวลความรู้การสร้างตราผลิตภัณฑ์	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3)	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	8	20 %
4. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	16	40 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ผศ.อุษงค์ เมนะสินธุ์ (2559). เอกสารประกอบการบรรยาย กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิกไซท์ มสส.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549) กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2552). การบริหารการตลาดในพหุวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ :
บริษัท สยามเอ็มแอนด์บี พับลิชชิ่ง จำกัด.

นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

<https://www.google.co.th/>

<http://app.tisi.go.th/otop/standard/standards.html>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การทำวิจัยในชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบ
ข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำ
รายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ