



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2560

รหัสวิชา 3671102 ชื่อรายวิชา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
Consumer Behavior Analysis for Retail Business

อาจารย์ผู้สอน

ดร.พรชัย มาระเนตร์

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก (Consumer Behavior Analysis for Retail Business) รหัสวิชา 3671102 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พฤศจิกายน 2560

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	24
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	24

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3671102 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
 (Consumer Behavior Analysis for Retail Business)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์
 4.2 อาจารย์ผู้สอน ดร.พรชัย มาระเนตร์ ตอนเรียน A1 และ B1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 /2560 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 8 ธันวาคม 2559
 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 20 พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
2. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการซื้อและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
3. เพื่อให้นักศึกษาสามารถเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยในด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อพัฒนาเนื้อหาวิชาให้มีความทันสมัย เพื่อความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ทางตลาดในปัจจุบัน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

Roles and importance of consumers, models of consumer behavior, consumer segmentation, factors influencing consumer decision making, social and culture factors, individual factor, psychology factor, analysis of consumer behavior and consumer decision process for retail business.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
- 1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น และมีความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
- 1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของ

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- (2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- (4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1 มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- 2.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ของศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- 2.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

○ (4) สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(3) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

● 3.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

○ 3.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

(2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก ในสถานการณ์ปัจจุบัน

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงาน “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภครู้จักสำหรับธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม
- 4.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทสมาชิกของกลุ่ม
- 4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเอง และทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- (2) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1 มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีก
- 5.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 5.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- 5.4 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเสนอ
- (2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
1	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผลพฤติกรรมผู้บริโภคร และการตลาดสมัยใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - บทบาทและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค - การพัฒนาแนวคิดการตลาด - คุณค่าลูกค้า ความพึงพอใจและการจดจำ - ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อกลยุทธ์การตลาด - ความท้าทายของนักการตลาด - จรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม <p>Learning Outcome</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและ ประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 	<ol style="list-style-type: none"> ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3 	<p>ดร.พรชัย มาระเนตร์</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้					
2	<p>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก - รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าปลีก ทั้งความต้องการ สินค้า/บริการ ของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “6 W 1 H ของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำกิจกรรม “ธุรกิจค้าปลีกเพื่อผู้สูงอายุ” โดยให้นักศึกษาไปสำรวจความต้องการและเลือกชุมชน พร้อมนำเสนอในครั้งต่อไป 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “6 W 1 H ของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก” 	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตรี

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
3	<p>การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแบ่งส่วนตลาด - การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค - เกณฑ์ประเมินส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพ - การนำกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดไปปฏิบัติ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในส่วนตลาดที่ต่างกันได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษานำเสนอการสำรวจความต้องการและเลือกชุมชน โดยให้เพื่อนในชั้นเรียนร่วมตัดสินใจเลือก 1 ชุมชน เพื่อดำเนินโครงการต่อไป 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก” 	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
4	การวิจัยผู้บริโภค - การวิจัยผู้บริโภค - การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ - กระบวนการวิจัยผู้บริโภค - จรรยาบรรณในการวิจัยผู้บริโภค Learning Outcome นักศึกษาสามารถออกแบบการวิจัยเพื่ออธิบายพฤติกรรม และลักษณะที่สนใจของผู้บริโภคได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาเขียน “โครงร่างการวิจัยผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก (งานกลุ่ม) เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “โครงร่างการวิจัยผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”	ข้อ 1	ดร.พรชัย มาระเนตร์
5	การจูงใจและความต้องการของผู้บริโภค - ความหมายของความต้องการ - ทฤษฎีความต้องการ - ความหมายของการจูงใจ	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การจูงใจ”	1. เอกสารประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ธรรมชาติของการงูใจ - กระบวนการของการงูใจ - การงูใจด้านบวกและด้านลบ - การงูใจด้านตุผลและอารมณ์ - การงูใจและความต้องการของ ผู้บริโภค <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายความสัมพันธ์ ระหว่างแรงงูใจ และพฤติกรรมของ ผู้บริโภค รวมถึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้น มีสาเหตุจาก แรงงูใจประเภทอะไร</p>		ใจและความต้องการของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	ปสีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การงูใจและความ ต้องการของ ผู้บริโภค”		
6	การรับรู้ของผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการรับรู้ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของ ผู้บริโภค - พลวัตของการรับรู้ของผู้บริโภค - จินตนาการของผู้บริโภค 	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การรับรู้ของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้า ปสีก	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ความเสี่ยงของผู้บริโภค - การจัดการความเสี่ยงของผู้บริโภค Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และปัจจัยอะไรที่เป็นอุปสรรคและความเสี่ยงต่อการรับรู้ของผู้บริโภค		และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การรับรู้ของผู้บริโภค”		
7	การเรียนรู้ของผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการเรียนรู้ - ส่วนประกอบของการเรียนรู้ของผู้บริโภค - การวางแผนซื้อสิ่งเร้า - การเรียนรู้โดยเงื่อนไขการกระทำ - การเรียนรู้ด้วยความเข้าใจ - การวัดการเรียนรู้ของผู้บริโภค - วิธีการทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าได้ง่ายขึ้น Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ เงื่อนไขที่	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การเรียนรู้ของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การเรียนรู้ของผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้บริโภคได้ว่า เงื่อนไขที่เกิดขึ้นเป็นแบบใด					
8	บุคลิกภาพของผู้บริโภค - ความหมายของบุคลิกภาพ - ความสำคัญของบุคลิกภาพ - ทฤษฎีบุคลิกภาพ - บุคลิกภาพและการเข้าใจความหลากหลายของผู้บริโภค - บุคลิกภาพตราผลิตภัณฑ์ Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่มี บุคลิกภาพที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นเพราะ อะไร	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “บุคลิกภาพของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึก วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้า ปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “บุคลิกภาพของ ผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์
9	ทัศนคติของผู้บริโภค - ความหมายของทัศนคติ - ความสำคัญของทัศนคติ - หน้าที่ของทัศนคติ	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ - โมเดลเชิงโครงสร้างของทัศนคติ - กลยุทธ์ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมแบบไหนได้รับผลมาจากทัศนคติแบบใด</p>		2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ทัศนคติของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “ทัศนคติของผู้บริโภค”		
10	<p>การสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการสื่อสาร - องค์ประกอบของการสื่อสาร - รูปแบบในการสื่อสาร - การออกแบบการสื่อสารที่จูงใจ - การสื่อสารกับพฤติกรรมผู้บริโภค - การสื่อสารกับจรรยาบรรณ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถออกแบบการสื่อสารที่ให้ผลตามเป้าหมายที่ต้องการ</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
11	วัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของวัฒนธรรม - องค์ประกอบของวัฒนธรรม - อิทธิพลของวัฒนธรรม - การเรียนรู้วัฒนธรรม - พลวัตวัฒนธรรม - ประโยชน์ของการศึกษาวัฒนธรรม - วัฒนธรรมย่อย - ประเภทของวัฒนธรรมย่อย Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคแบบไหนที่ได้รับ ผลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “วัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึก คิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “วัฒนธรรมกับ พฤติกรรม ผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์
12	ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของชนชั้นทางสังคม - การจำแนกชนชั้นทางสังคม	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ	1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาการวิเคราะห์	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - เกณฑ์การแบ่งชนชั้นทางสังคมในประเทศไทย - รูปแบบการดำเนินชีวิตของชนชั้นทางสังคม - ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ระดับชนชั้นทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคและการประยุกต์ใช้ทางการตลาด <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคแบบไหนที่ได้รับผลจากปัจจัยด้านชนชั้น</p>		1. สาธิตการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค”		
13	กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลุ่มอ้างอิง - ประเภทของกลุ่มอ้างอิง - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออิทธิพลของ 	3	กิจกรรมการเรียนการสอน <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาธิตการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด 	1. ตำราวิชาหลัก วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติ 2. สื่อการสอน PowerPoint	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	<p>กลุ่มอ้างอิง</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มอ้างอิงที่มีความสัมพันธ์กับ ผู้บริโภค - กลุ่มอ้างอิงกับการสื่อสารทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มอ้างอิงเกิดขึ้นได้อย่างไร และกลุ่มอ้างอิงมีผลอย่างไรต่อการสื่อสารทางการตลาด</p>		<p>ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน “กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค”		
14	<p>ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของครอบครัว - บทบาทและหน้าที่ของครอบครัว - วงจรชีวิตครอบครัว - บทบาทของบุคคลในครอบครัว - บทบาทการตัดสินใจซื้อในครอบครัว <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพล</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ศึกษานำเสนอ พร้อมสรุปกิจกรรมธุรกิจค้าปลีกอาสาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน “ครอบครัวกับ</p>	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ดร.พรชัย</p> <p>มาระเนตร์</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ)	ผู้สอน
	จากครอบครัว		4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	พฤติกรรมผู้บริโภค”		
15	<p>กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตัดสินใจซื้อ - กระบวนการตัดสินใจซื้อ - พฤติกรรมการซื้อของขวัญของผู้บริโภค - การตลาดสร้างความสัมพันธ์ <p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละปัจจัย มีผลต่อกระบวนการซื้อได้อย่างไร และสามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้าใจถึงกระบวนการซื้อของผู้บริโภค</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค สำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน “กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”</p>	ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.พรชัย มาระเนตร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ชื่อ)	ผู้สอน

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความรับผิดชอบต่อตนเอง/การมีจิตสำนึกความถูกต้อง/คุณธรรมจริยธรรม	1.3	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย(งานเดี่ยวและงานกลุ่ม)	(1.2) (1.3) (2.2) (2.3) (3.1) (3.2) (4.1) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริตไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการทำกิจกรรมกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
3. การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.2) (1.3) (2.2) (2.3) (3.1) (3.2) (4.1) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	7-8	15%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
		3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากงานที่นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 6. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
4. รายงานและการนำเสนอ	(1.2) (1.3) (2.2) (2.3) (3.1) (3.2) (4.1) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถามตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	1-14 15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
5. สอบปลายภาค	(2.2) (2.3) (3.1) (3.2)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภุชงค์ เมนะสินธุ์. (2559). เอกสารประกอบการเรียนการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 ภัทรพร ทิมแดง. (2559). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2.2 นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 <http://www.marketeer.co.th/>

3.2 <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ