



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2560

รหัสวิชา 3642101

ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด.

(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์สมธีรภัทร์ พรมศิริ

คำนำ

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

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อนักศึกษา ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้นักศึกษาได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	12
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	26
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	27

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

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

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ สมธีราภรณ์ พรหมศิริ
อาจารย์ผู้สอน สมธีราภรณ์ พรหมศิริ ตอนเรียน C1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2560 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- 9.1 วันที่จัดทำ 15 มิถุนายน 2560
- 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด -

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

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

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดได้
- 2.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

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

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

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

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

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

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

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของนักศึกษา โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

นักศึกษาต้องมีคุณธรรม จริยธรรม รวมทั้ง จรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อให้การดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมเป็นปกติสุข สร้างสรรค์ และทำประโยชน์ให้กับส่วนรวม นอกจากนั้น การใช้ความรู้ และทักษะทางวิชาชีพบัญชี ต้องพึงระมัดระวัง และคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อความมั่นคง ทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งอาจารย์จะต้องสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา ทั้งในด้านคุณธรรม และจริยธรรม ต่อไปนี้

1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม

1.1.3 สามารถบริหารเวลา และปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

1.1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวอย่างมีคุณธรรม

1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.2.1 สร้างวัฒนธรรมองค์กรในคณะ เพื่อปลูกจิตสำนึกขั้นพื้นฐานให้กับนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรคณะ ในการรักษาระเบียบวินัยของมหาวิทยาลัย ความมีส่วนร่วมในการพัฒนาคณะ และมหาวิทยาลัยชุมชน การตรงต่อเวลา การแต่งกายให้เหมาะสมตามกาลเทศะ ความรับผิดชอบในหน้าที่ และความซื่อสัตย์สุจริต

1.2.2 อาจารย์ผู้สอนต้องช่วยกันสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้ง ฝ่ายกิจการนักศึกษาของคณะต้องส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ให้เกิดกับนักศึกษา โดยการจัดโครงการ/ กิจกรรม พัฒนาจิตสาธารณะ และการทำประโยชน์ให้กับชุมชน กิจกรรมภายใน ได้แก่ การยกย่องชมเชยนักศึกษาที่ประพฤติปฏิบัติชอบเป็นที่ประจักษ์ นักศึกษาที่ทำประโยชน์ให้กับสังคม

1.2.3 ในหลักสูตรมีรายวิชาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี และบรรษัทภิบาล ซึ่งเป็นวิชาในกลุ่มวิชาชีพบังคับ ในหมวดวิชาเฉพาะเพื่อปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักในจรรยาบรรณวิชาชีพ

1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.3.1 การประเมินผลคุณลักษณะที่กำหนดไว้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้ โดยใช้ แบบประเมินที่พัฒนาขึ้นตามหลักวิชาการ และให้ผู้มีส่วนได้เสียต่อไปนี้อย่างน้อย 3 คน ได้ประเมิน ได้แก่ เพื่อนร่วมชั้นเรียน อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ปกครอง นักศึกษาประเมินผลตนเอง ผู้ให้การฝึกหัดงาน หรือชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

1.3.2 สังเกตพฤติกรรมที่พึงประสงค์ มีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น การเข้าเรียนตรงเวลา การแต่งกายให้เหมาะสมตามกาลเทศะ จำนวนทุจริตในการสอบลดน้อยลง ความพร้อมเพรียงในการเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมของนักศึกษา ความรับผิดชอบในหน้าที่ เป็นต้น

1.3.3 การสอบข้อเขียน วิชาจรรยาบรรณทางวิชาชีพบัญชีและบริษัทภิบาล

2. ความรู้

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

นักศึกษาต้องมีความรู้ด้านการบัญชี การเงิน การรายงาน และศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องด้านองค์การและธุรกิจ ความรู้และความสามารถในการเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น มาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านความรู้ จึงครอบคลุมความรู้ต่อไปนี้

○ 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางการบัญชี

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านการบัญชี โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

○ 2.1.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการบัญชีและอื่น ๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

○ 2.1.4 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

2.2.1 การสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในทุกรายวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจในทฤษฎีการบัญชี มาตรฐานการบัญชี และการประยุกต์ใช้ความรู้ ในการจัดทำ นำเสนอรายงานทางการเงิน แก้ไขปัญหาการปฏิบัติทางการบัญชี การให้เสนอแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง แก้ไขระบบสารสนเทศทางการบัญชีได้

2.2.2 การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก มาบรรยายเฉพาะเรื่อง

2.2.3 การเรียนรู้จากประสบการณ์และการถ่ายทอดของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเฉพาะด้านหรือทุกด้าน

2.2.4 การเรียนรู้จากเครือข่ายทางสังคม (Social Network)

2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบกลางภาค

2.3.3 การสอบปลายภาค

2.3.4 การรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ การวิจัย โดยการนำเสนอหน้า ชั้นเรียน และเอกสารรายงาน

๕) ประเมินผลจากวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

นักศึกษาจะต้องสามารถพัฒนาสติปัญญาของตนเอง โดยผู้สอนต้องมุ่งเน้นให้นักศึกษาใช้ความเข้าใจมากกว่าการจำ มีหลักการและเหตุผลในการคิด มีวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเอง และสามารถตัดสินใจ แก้ปัญหาได้ เพื่อให้บรรลุผลการเรียนรู้ต่อไปนี้

● 3.1.1 สามารถสืบค้น ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อน ได้ด้วยตนเอง

○ 3.1.2 สามารถประยุกต์ และบูรณาการความรู้ทางการบัญชีและด้านอื่นที่สัมพันธ์กัน ใช้ทักษะ ทางวิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงผลกระทบ ที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ

○ 3.1.3 สามารถติดตาม ประเมินผล และรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

3.2.1 การสอนแบบการสัมมนา อภิปรายกลุ่ม

3.2.2 การฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน หรือในสถานประกอบการ

3.3.3 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการทางวิชาชีพบัญชี

3.4.4 การสอนโดยใช้กรณีศึกษา โจทย์ปัญหา

3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

3.3.1 การสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษา หรือโจทย์ปัญหา

3.3.2 การรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ การวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน

3.3.3 ประเมินผลจากรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบัญชี

3.4.4 การประเมินผลตามสภาพจริงของผลงานที่มอบหมาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

การพัฒนาทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบให้กับนักศึกษา โดยสอดแทรกเข้าไปในการสอนรายวิชา มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นที่มีความแตกต่างกัน ผู้สอนจะต้องมีวิธีที่จะพัฒนาคุณลักษณะในด้านนี้ หรืออาจแนะนำให้นักศึกษา ลงทะเบียนเรียนวิชาด้านสังคมศาสตร์ เพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติต่อไปนี้

● 4.1.1 สามารถปฏิบัติ และรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

● 4.1.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน

○ 4.1.4 มีความรับผิดชอบการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีของตนเองอย่างต่อเนื่อง

4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้ทำเป็นงานกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานกับนักศึกษา บุคลากรของหน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอก

4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.3.1 การสัมภาษณ์ การรายงานหน้าชั้นเรียน

4.3.2 คุณภาพผลงานของนักศึกษา โดยมีเกณฑ์ที่ตรงประเด็นกับการมาตรฐาน การเรียนรู้ที่กำหนด

4.3.3 สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างที่ทำงานร่วมกัน

4.3.4 ให้ผู้ร่วมงานของนักศึกษามีส่วนร่วมในการประเมินผล

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

หน้าที่งานทางการบัญชีมีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ตัวเลข และการสื่อสาร ให้เข้าใจ การออกแบบและวิเคราะห์ระบบสารสนเทศ การควบคุมระบบ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับ ระบบสารสนเทศ รวมทั้ง การเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น ผู้สอนจำเป็นต้องฝึกทักษะด้านนี้ เพื่อให้ นักศึกษามีคุณสมบัติเหล่านี้เมื่อสำเร็จการศึกษา

○ 5.1.1 มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ ในการแปลความหมาย และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง

● 5.1.2 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือก และใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน

● 5.1.3 สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ

5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2.1 มอบหมายงานในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์

5.2.2 ให้นักศึกษากับอาจารย์ทำโครงการ หรือการวิจัยร่วมกัน

5.2.3 จัดหาช่องทางให้มีการนำเสนอผลงาน

5.2.4 วิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพปฏิบัติให้เรียนรู้จากการทำงานจริง

5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ
การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3.1 ใช้แบบประเมินผลงานที่มอบหมาย โดยมีเกณฑ์การประเมินเทคนิคการ
นำเสนอ ความถูกต้อง การใช้ภาษาเขียน ภาษาพูด ความสามารถในการอธิบาย

5.3.2 การสอบภาคปฏิบัติ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

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

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

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

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

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

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

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของนักศึกษา วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ