



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3641104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Technology and Information System in Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

ในการจัดทำ มคอ.3 ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด (Technology and Information System in Marketing) รหัสวิชา3641104 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชา**เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

ผู้สอนควรได้ศึกษารายละเอียดแต่ละหัวข้อเพิ่มเติมอีกและหวังว่าเอกสารประกอบการสอนนี้จะมีประโยชน์และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้จัดทำ

สารบัญ

| หมวด | หน้า |
|--|------|
| หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป | 4 |
| หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ | 5 |
| หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ | 5 |
| หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา | 5 |
| หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล | 11 |
| หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน | 28 |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 29 |

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3641104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด

(ภาษาอังกฤษ) Technology and Information System in
 Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3(2-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

15 กรกฎาคม 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรอบรู้ แนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เรื่องเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับพัฒนาเพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การสื่อสารการตลาด

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษาจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

3.2 นักศึกษาจะต้องทำมีความซื่อสัตย์หาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

Concepts, theories, roles, and function of technology and information system in marketing. Development process, management, and application of technology and information system in decision making, marketing mix development, relationship building, branding, and marketing control.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|----------------------------|--|----------------------------------|-------------------------------|
| 30 ช.ม. ต่อภาค การศึกษา | สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ ความเข้าใจให้มีความ ชัดเจนยิ่งขึ้น | 30 ช.ม. ต่อภาค การศึกษา | 75 ชั่วโมง ต่อภาค การศึกษา |

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น
รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
(เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่องาน สังคมและ
สิ่งแวดล้อม
- (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล
และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- (3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว
- (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหา
ทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- (2) ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของ
มหาวิทยาลัย ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ และคุณธรรมที่มี
ความสำคัญทางธุรกิจ สอดแทรกตัวอย่างทางธุรกิจที่ปฏิบัติตามหลักจริยธรรม

- (3) มอบหมายงาน กิจกรรม กรณีศึกษา รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลาและการ
ทำงานร่วมกัน

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการมีวินัยของนักศึกษา การตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตรงตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายงานกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน กิจกรรม กรณีศึกษา รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

○ (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาด

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ สอดแทรกกรณีศึกษาและตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานการตลาด

(3) สอนแบบการคิดวิเคราะห์ การอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษานำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการค้นคว้า และพัฒนากระบวนการทางการตลาด โดยจัดทำรายงานเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด พร้อมทั้งนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร

(5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทั้งทักษะ ความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

(7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

1.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● (1) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

○ (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

1.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่สคัญในเนื้อหารายวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาด

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ และเปลี่ยนความคิด โดยใช้กรณีศึกษา

(3) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูล แนวคิด เทคโนโลยี เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์

(4) มอบหมายงานต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร

(5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทั้งทักษะ ความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

(7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● (1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้นักศึกษานำเสนอความคิดเห็นเพื่อแสดงทักษะในการเป็นผู้นำ และรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น

(2) มอบหมายให้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในรายวิชาแก้ปัญหาที่กำหนดและนำเสนอผลงานชั้นเรียนโดยการอภิปรายเป็นกลุ่ม กระตุ้นให้เกิดการซักถามและตอบคำถาม

(3) กำหนดให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินพฤติกรรมในห้องเรียน และการทำกิจกรรมกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการอภิปราย

(2) การวิเคราะห์ผลการทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรม

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาด การนำเสนอ และการทำงานเป็นทีม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจ

○ (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง

● (4) สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

(1) บรรยายและใช้สื่อ Power Point โดยสอดแทรกภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชา

(2) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

(3) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

(4) มอบหมายงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(5) มอบหมายงานในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการตลาด โดยการทำคลิปเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ หลักสูตรโดยใช้กระบวนการทางการตลาดมาเป็นหลัก

5.3 วิธีประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัยข
- (2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด
- (4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์ หลักสูตร
- (5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทักษะความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
- (7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำงานกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|--|--|--|------------------------|
| 1 | <p>แนะนำเนื้อหารายวิชา</p> <p>1. วิธีการเรียนการสอน วิธีการประเมินผล</p> <p>2. ทบทวนความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางการตลาด และพื้นฐานทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวคิดบทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - แนวคิดของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - ส่วนประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาด - บทบาทและหน้าที่ของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใน | 4 | <p>1. อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา ข้อปฏิบัติในการเรียน การสอนเกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำหนังสือแหล่งการเรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียนเนื้อหาเพื่อทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานทางการตลาดและพื้นฐานทางเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ</p> <p>3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหาด้วยการถามตอบ</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการเทคโนโลยีและการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>3. แบบทดสอบย่อย</p> <p>3. สื่อออนไลน์</p> | 1.1,1.2,1.3,1.4,12.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|--|--|--|---------------------|
| | <p>การตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิด บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยี และระบบสารสนเทศในการตลาด และสามารถอภิปรายเพื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p> | | | | | |
| 2 | <p>กระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนการนำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมาใช้ทางการตลาด - ระบบสารสนเทศภายในกิจการ - ระบบข่าวกรองทางการตลาด - ระบบการวิจัยการตลาด - ระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนและ</p> | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าขั้นตอนการนำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมาใช้ทางการตลาด และนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1, ,1.3,1.4,12.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|--|--|---------------------|
| | สามารถตอบข้อสงสัยของอาจารย์ และเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้ | | | | | |
| 3 | การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการระบบประมวลผลรายการ - ระบบจัดการรายงานระบบสนับสนุนการตัดสินใจ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนและสามารถตอบข้อสงสัยของอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้ | 4 | 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 4 | การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับสูง - ลักษณะสำคัญของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ - การจัดการเทคโนโลยีและระบบ | 4 | 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายอภิปรายเรื่อง “การใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ” 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา | 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|---|--|---------------------|
| | <p>สารสนเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> - องค์ประกอบหน้าที่ทางการจัดการ - ประสิทธิภาพในการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ - ความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูล - การใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p> | | 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | | |
| 5 | <p>การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิธีการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ - การค้นหาความต้องการ - การประเมินเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ | 4 | <p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศใน | <p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|---|--|--|---------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการ - การนำระบบไปใช้ สอบปฏิบัติเรื่อง การใช้ Software ในการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน | | การตลาด 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 5. แบบทดสอบย่อย | | |
| 6 | การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมา - ประยุกต์ใช้ในทางการตลาด การตัดสินใจ <ul style="list-style-type: none"> - สภาพการณ์ในการตัดสินใจ - ระดับและขั้นตอนการตัดสินใจ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ | 4 | 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|--|--|---------------------|
| | จัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน | | | | | |
| 7 | <p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ - ความแตกต่างของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจกับระบบสารสนเทศอื่น - ส่วนประกอบของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ - เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ - ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของบุคคล <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบ</p> | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยนำการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|---|---|--|---------------------|
| | สารสนเทศในการตลาดและสามารถและเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันภายใต้กระบวนการกลุ่ม | | | | | |
| 8 | <p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศสนับสนุนการตัดสินใจแบบกลุ่ม - ระบบห่วงโซ่อุปทาน - ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ - ระบบจัดการองค์ความรู้ - ระบบผู้เชี่ยวชาญ - ระบบเครือข่ายประสาทเทียม - ระบบลูกผสม - ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่ชาญฉลาด - ประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ <p>ทดสอบย่อยเพื่อประมวลความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้ | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 5. แบบทดสอบย่อย | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|---|--|---------------------|
| | <p>- ศัพท์ภาษาอังกฤษ</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอธิบายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน และสามารถทำแบบทดสอบย่อยได้มากกว่าร้อยละ 50</p> | | | | | |
| 9 | <p>ประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตลาด</p> <p>- ส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>- ความสำคัญของการให้บริการลูกค้า</p> <p>- การบริหารส่วนประสมทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตลาดและสามารถอธิบายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอธิบายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลถึงการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารส่วนประสมทางการตลาด 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอธิบายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอธิบาย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|---|--|--|---------------------|
| 10 | <p>การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ - ประโยชน์ของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถอธิบายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 11 | <p>การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่วนประกอบของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - ขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - การดำเนินการทางการตลาดเพื่อ | 4 | <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลการจัดการกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา | <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|--------------------------------------|--|---------------------|
| | <p>ลดจำนวนของลูกค้าที่เริ่มไม่พอใจกับบริษัท</p> <ul style="list-style-type: none"> -เทคโนโลยีเพื่อการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -ปัจจัยที่ทำให้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าประสบความสำเร็จ -การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า -การบริหารประสบการณ์ของลูกค้า -การบริการลูกค้า -ความร่วมมือด้านองค์กร <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | | 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 4. สื่อออนไลน์ | | |
| 12 | <p>การใช้เทคโนโลยีในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> -ความหมายของตราผลิตภัณฑ์ | 4 | 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ | 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยี | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|---|--|--|---------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> -ส่วนประกอบตรา -เอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ -มูลค่าของตราผลิตภัณฑ์ -ความสัมพันธ์ของตราผลิตภัณฑ์กับสื่อสังคมออนไลน์ -การสร้างตราและการสร้างคุณค่าตรา -ขั้นตอนการสร้างตราผลิตภัณฑ์บนอินเทอร์เน็ต -เครื่องมือในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ -การสร้างและออกแบบเว็บไซต์เพื่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ -การเผยแพร่ตราผลิตภัณฑ์ -การประเมินผลการสร้างตราผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | | <ul style="list-style-type: none"> 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ul style="list-style-type: none"> สารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ | | |
| 13 | การใช้เทคโนโลยีในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย | 4 | 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ | 1. เอกสารประกอบการเรียน | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|---|--|--|---------------------|
| | <p>-เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>-เทคโนโลยีกับความสัมพันธ์ตามแนวตั้งระหว่างสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>-เทคโนโลยีทางเทคโนโลยีกับความสัมพันธ์กับความต้องการขั้นสุดท้าย</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | | <p>สาระการเรียนรู้</p> <p>2.มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | <p>วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p> | | |
| 14 | <p>การใช้เทคโนโลยีในการจัดการราคา</p> <p>-ความหมายของของราคา</p> <p>-วัตถุประสงค์ของการตั้งราคา</p> <p>-กลไกการค้นหาราคา</p> <p>-ปัจจัยในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการ</p> <p>-เทคโนโลยีกับการจัดการด้านราคา</p> | 4 | <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2.มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการจัดการช่องทางการจัดการราคา</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปราย</p> | <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกัน</p> | 1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|---|---|----------------------------|
| | <p>-รูปแบบการตั้งราคาในอินเทอร์เน็ต</p> <p>-เทคโนโลยีที่การอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อของลูกค้า</p> <p>-เว็บไซต์วัดความนิยมหรือเรตติ้ง</p> <p>-รูปแบบการชำระเงินออนไลน์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีในการจัดการราคาและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p> | | <p>สรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | <p>อภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p> | | |
| 15 | <p>การใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด</p> <p>-ความหมายของการส่งเสริมการตลาด</p> <p>-บทบาทของการสื่อสารทางการตลาด</p> <p>การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>การตลาด</p> <p>-เป้าหมายและกลยุทธ์ของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>-เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>-การตลาดแบบไวรอล</p> | 4 | <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. นำเสนอรายงานการนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาการตลาดฉบับสมบูรณ์</p> <p>5. คลิปประชาสัมพันธ์หลักสูตร</p> | <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p> | <p>1.1,1.2,1.4,2.1,2.2</p> <p>3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4</p> | <p>ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง</p> |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|-----------------------|------------|--------------------------------|--------------------|
| | นำเสนอแผนการตลาดและคลิปที่ บูรณาการความรู้เพื่อ ประชาสัมพันธ์หลักสูตร Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้ เทคโนโลยีในการจัดการราคาและ สามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม | | | | | |

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรมที่ | ผล การเรียนรู้ | วิธีการประเมินผล | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วนการ ประเมินผล |
|---|--|--|-----------------------|-------------------------|
| 1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย (บุคลิกภาพ) | (1.1) (1.3) ,(1.4) | 1. ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน 2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล | 1-15 | 5% |
| 2. การตอบคำถามทบทวนท้ายบท/ กิจกรรมในชั้นเรียน | (1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4) | 1. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การทำงานเป็นทีม การอภิปรายกลุ่ม 3. ประเมินจากคุณภาพของงาน ความครบถ้วนถูกต้อง เรียบร้อย | 1-15 | 5% |
| 3. รายงานและนำเสนอ “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด | (1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4) | 1. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล มีความซื่อสัตย์ ไม่ | 2-15 | 10% |

| กิจกรรมที่ | ผล การเรียนรู้ | วิธีการประเมินผล | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วนการ ประเมินผล |
|--|---|---|-----------------------|-------------------------|
| | | <p>ทุจริต ไม่นำผลงาน ผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม</p> <p>3. ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย</p> | | |
| <p>4. การนำ เทคโนโลยีไป พัฒนาสื่อทาง การตลาด โดย จัดทำคลิปเพื่อ ประชาสัมพันธ์ หลักสูตร</p> | <p>(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)</p> | <p>1. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รายกลุ่มและบุคคล มี ความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงาน ผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม</p> <p>3. ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย</p> | <p>2-15</p> | <p>10%</p> |
| <p>5. รายงานการ นำเทคโนโลยี มาเขียน แผนการตลาด</p> | <p>(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)</p> | <p>1. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รายกลุ่มและบุคคล มี ความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงาน</p> | <p>15</p> | <p>15</p> |

| กิจกรรมที่ | ผล การเรียนรู้ | วิธีการประเมินผล | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วนการ ประเมินผล |
|--|--|--|-----------------------|-------------------------|
| | | ผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม 3. ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย | | |
| 6. ทดสอบย่อย - องค์ความรู้ - ศัพท์ ภาษาอังกฤษ | (2.1) (2.2) (3.1) (3.2) (5.2) (5.3) | ประเมินจากการ ทดสอบย่อย โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย | 8 | 15% |
| 7. สอบปลาย ภาค | (1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4) | ประเมินจากการสอบ ปลายภาค โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย | 16 | 40% |

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภัทรพร ทิมแดง.(2558). *เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศทางการตลาด*. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Web site อ่างอิง

<http://www.adassthai.com> (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย)

<http://www.bangkokbiznews.com> (สมาคมป้ายโฆษณา)

<http://www.marketeer.co.th> (นิตยสารมาร์เก็ตเทียร์)

<http://www.brandagemag.com> (นิตยสารแบรนด์เจจ)

<http://www.manager.co.th> (นิตยสารผู้จัดการ)

<http://www.positioningmag.com> (นิตยสารโพลีซันนิ่ง)

2.2 หนังสืออ่านประกอบ

Kotler, P. 2003. *Marketing management*. UpperSaddle River, New Jersey : Prentice Hall.

Laudon, Kenneth C. and Laudon, Jane P. 2011. *Essentials of Management Information Systems*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Mohammed, R. and others. 2003. *Internet Marketing*. 2nd ed. USA : McGraw Hill.

Strauss, Judy and Frost, R. 2014. *E-Marketing*. 7th ed. USA : Pearson Education Limited.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ วารสารอ้างอิง

- 3.1 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ
- 3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ