



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2561

รหัสวิชา 3642505 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดในอาเซียน  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing in ASEAN

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการตลาดในอาเซียน (Marketing in ASEAN) รหัสวิชา 3642505 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บทบาทของประเทศไทยและสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในตลาดโลก สภาพเศรษฐกิจการเมือง กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของประเทศสมาชิกอาเซียน การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคเพื่อการลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียน การจัดการการตลาดในบริษัทชั้นนำในประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

รายละเอียดรายวิชานี้แสดงให้เห็นแนวทางในการเรียนรู้ทั้งในและนอกชั้นเรียน ประกอบด้วยการบรรยายแบบมีส่วนร่วม การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การทำงานกลุ่มตามที่ได้รับมอบหมาย การศึกษาสถานการณ์ธุรกิจที่เกิดขึ้นจริงจากกรณีศึกษา การติดตามข่าวจากสื่อ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม การสัมมนา และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับอาเซียนโดยตรง เช่น ผลิตภัณฑ์ แหล่งการค้า หน่วยงานธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นต้น เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

ผู้จัดทำ

## 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	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา                    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642505    ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การตลาดในอาเซียน  
 (ภาษาอังกฤษ) Marketing in ASEAN

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 สาขาวิชาการตลาด

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

19 มิถุนายน 2561

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และการจัดการการตลาดในอาเซียน
- 1.2 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในอาเซียนและระดับโลก
- 1.3 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศ
- 1.4 เพื่อให้ตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมโลก
- 1.5 เพื่อให้สามารถนำเอาความรู้และหลักทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

#### 2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด ระบบตลาด และโซ่อุปทานระหว่างประเทศ
- 2.2 นักศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์ของการตลาดในอาเซียนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website และแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

#### 3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในการจัดการการตลาดในอาเซียน
- 3.2 นักศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บทบาทของประเทศไทยและสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในตลาดโลก สภาพเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของประเทศสมาชิกอาเซียน การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคเพื่อการลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียน การจัดการการตลาดในบริษัทชั้นนำในประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Agreements regarding the cooperation in the ASEAN economic community (AEC). Roles of Thailand and other AEC members in the global markets. The ASEAN countries' economic, political, legal, social, cultural, and natural environment conditions. Analysis of opportunities and threats intended for investments in the ASEAN countries. Marketing management in leading companies in the AEC countries.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอน หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล
- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ของหลักสูตร
  - อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- (3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

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

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

## 2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point และวีดิทัศน์พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด การเข้าถึงแหล่งข้อมูล อาเซียนโดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจและเสริมความรู้ใหม่ ๆ
- (4) ให้ร่วมสัมมนา ทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

## 2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “วัฒนธรรมในอาเซียน”
- (3) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “สินค้าและบริการในอาเซียน”
- (4) ประเมินจากการสัมมนาการดำเนินธุรกิจอาเซียนซึ่งจัดขึ้นโดยองค์กรภายนอก
- (5) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (6) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (7) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน เช่น การอภิปราย การทำกรณีศึกษา แบบฝึกหัดทบทวน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการ แก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม
- (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการจัดการธุรกิจใหม่ ๆ
- (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผล จากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

### 3.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด การเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยตรงเพื่อสร้างความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- (3) ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเพื่อทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย
- (4) ให้ใช้สื่อทางสังคม Pinterest เพื่อสืบค้นงานทางการตลาด และนำเสนอใน Pinterest ตาม ความสนใจของตนเอง
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “วัฒนธรรมในอาเซียน”

- (3) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “สินค้าและบริการในอาเซียน”
- (4) ประเมินจากข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลอาเซียน
- (5) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (6) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (7) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน เช่น การอภิปราย การทำกรณีศึกษา แบบฝึกหัดทบทวน

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

##### 4.2 วิธีการสอน

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

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ/รายงานกลุ่ม และการเป็นผู้นำผู้ตามในการอภิปราย

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด
- (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- (4) สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

##### 5.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- (2) ให้นักศึกษานำเสนอผลงาน/รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง
- (3) ให้ติดต่อสื่อสารที่แหล่งข้อมูลโดยตรง เพื่อฝึกภาษาและการปฏิสัมพันธ์กับคนอาเซียน
- (4) มอบหมายงานการสะสมงานบนสื่อทางสังคม Pinterest เพื่อฝึกการสืบค้นและการใช้ภาษา
- (5) มีการทดสอบศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาดและการสื่อสารทางธุรกิจ



### 5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินจากการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีผลการสืบค้นและการนำเสนองานที่ดี
- (3) ประเมินจากข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูลอาเซียน
- (4) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “สินค้าและบริการในอาเซียน”
- (5) ประเมินจากผลทดสอบศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาดและการสื่อสารทางธุรกิจ

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1	<p>การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการการตลาดในอาเซียน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญ หลักการ และแนวคิด</li> <li>- การตลาดระหว่างประเทศและในอาเซียน</li> <li>- สาเหตุที่ธุรกิจเข้าสู่ตลาดอาเซียน</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในอาเซียน</li> <li>- กระบวนการจัดการการตลาดในอาเซียน</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้และสามารถอธิบายหลักการแนวคิด กระบวนการจัดการการตลาดในอาเซียน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหา รายวิชา จุดประสงค์ เป้าหมาย เกณฑ์การวัดผลและ ประเมินผล แนะนำแหล่งข้อมูล และ websites</li> <li>2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่ สนใจและสงสัย</li> <li>3. มอบหมายงานกลุ่มศึกษาการตลาดในประเทศต่าง ๆ</li> <li>4. ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
2	<p>การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาดในอาเซียน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อตกลงความร่วมมือในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</li> <li>- บทบาทของประเทศไทยและสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในตลาดโลก</li> <li>- สภาพเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ</li> <li>- การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคเพื่อการลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียน</li> <li>- การจัดการการตลาดในบริษัทชั้นนำในประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่ สนใจและสงสัย</li> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการสะสมงาน การตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในอาเซียน ผลประโยชน์และความเสี่ยงทางการตลาด					
3	<b>การตลาดในอาเซียนและคู่ค้าสำคัญในระดับโลก</b> - ข้อตกลงการค้าเสรีของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก - การแข่งขันของบริษัทชั้นนำในโลกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน - ผลประโยชน์และความเสี่ยงทางการตลาด <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจสถานะการแข่งขันในตลาดอาเซียน ผลประโยชน์และความเสี่ยงทางการตลาด	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
4	<b>การดำเนินธุรกิจ ในอาเซียน</b> - แนวทางการลงทุนในอาเซียน - การเตรียมตัวและการไปศึกษาตลาด - การเจรจาการค้า - ข้อกำหนดกฎหมายและการดำเนินการทางกฎหมาย - ข้อควรระวังต่าง ๆ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจหลักการเบื้องต้นในการดำเนินธุรกิจ ในอาเซียน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
5	<b>การตลาดในลาว</b> - ความหมายและความสำคัญของการตลาดในลาว - สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร - ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค - สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ - ความสำเร็จและความล้มเหลวในลาว - ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในลาว <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในลาว และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในลาว	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
6	<b>การตลาดในกัมพูชา</b> - ความหมายและความสำคัญของการตลาดในกัมพูชา - สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร - ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค - สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ - ความสำเร็จและความล้มเหลวในกัมพูชา - ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในกัมพูชา <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในกัมพูชา และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในกัมพูชา	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
7	<b>การตลาดในเมียนมาร์</b> - ความหมายและความสำคัญของการตลาดในเมียนมาร์	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่	1. สื่อการสอน Power point	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1)	ผศ.ดร. รติวัลย์

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>มาร์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในเมียนมาร์</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในเมียนมาร์</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเมียนมาร์ และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในเมียนมาร์</p>		<p>สนใจและสงสัย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฟังภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงาน การตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	<p>(2.4) (3.2)</p> <p>(3.3) (4.1)</p> <p>(4.2) (4.3)</p> <p>(5.2) (5.3)</p> <p>(5.4)</p>	วัฒนสิน
8	<p><b>การตลาดในเวียดนาม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการตลาดใน เวียดนาม</li> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในเวียดนาม</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในเวียดนาม</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเวียดนาม และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในเวียดนาม</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่ สนใจและสงสัย</li> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฟังภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงาน การตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	<p>(1.1) (1.3)</p> <p>(1.4) (2.1)</p> <p>(2.4) (3.2)</p> <p>(3.3) (4.1)</p> <p>(4.2) (4.3)</p> <p>(5.2) (5.3)</p> <p>(5.4)</p>	<p>ผศ.ดร.</p> <p>รติวัลย์</p> <p>วัฒนสิน</p>
9	<p><b>การตลาดในมาเลเซีย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการตลาดในมาเลเซีย</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> </ol>	<p>(1.1) (1.3)</p> <p>(1.4) (2.1)</p>	<p>ผศ.ดร.</p> <p>รติวัลย์</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<p>เขียน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในมาเลเซีย</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในมาเลเซีย</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในมาเลเซีย และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในมาเลเซีย</p>		<p>สนใจและสงสัย</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงาน การตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	<p>(2.4) (3.2)</p> <p>(3.3) (4.1)</p> <p>(4.2) (4.3)</p> <p>(5.2) (5.3)</p> <p>(5.4)</p>	วัฒนสิน
10	<p><b>การตลาดในสิงคโปร์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการตลาดในสิงคโปร์</li> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในสิงคโปร์</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในสิงคโปร์</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในสิงคโปร์ และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในสิงคโปร์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงาน การตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	<p>(1.1) (1.3)</p> <p>(1.4) (2.1)</p> <p>(2.4) (3.2)</p> <p>(3.3) (4.1)</p> <p>(4.2) (4.3)</p> <p>(5.2) (5.3)</p> <p>(5.4)</p>	<p>ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน</p>
11	<p><b>การตลาดในบรูไน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการตลาดในบรูไน</li> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> </ol>	<p>(1.1) (1.3)</p> <p>(1.4) (2.1)</p> <p>(2.4) (3.2)</p>	<p>ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในบูรีไน</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในบูรีไน</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในบูรีไน และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในบูรีไน</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงานการตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	(3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	
12	<p><b>การตลาดในอินโดเนเซีย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการตลาดในอินโดเนเซีย</li> <li>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร</li> <li>- ความสำคัญของวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ</li> <li>- ความสำเร็จและความล้มเหลวในอินโดเนเซีย</li> <li>- ตัวอย่างส่วนประสมการตลาดในอินโดเนเซีย</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในอินโดเนเซีย และเสนอแนะส่วนประสมการตลาดในอินโดเนเซีย</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</li> <li>3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร</li> <li>4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการระดมงานการตลาดของอาเซียน</li> <li>5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน</li> <li>6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อการสอน Power point</li> <li>2. กรณีศึกษา</li> <li>3. วิดีทัศน์</li> <li>4. เว็บไซต์</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
13	<p><b>การนำเสนองานการตลาดในอาเซียน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประมวลองค์ความรู้ที่ได้เรียนมาทั้งในและนอกชั้นและนำเสนอหน้าชั้นเรียน</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. นำเสนอรายงานด้วยสื่อและเครื่องมือที่เหมาะสม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สื่อจัดทำโดยผู้เรียน</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ผู้เรียนสามารถนำเสนอองค์ความรู้ที่เรียนมาอย่างเหมาะสม สามารถใช้สื่อและเครื่องมือการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ				(4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	
14	<b>การใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดในอาเซียน</b> - ความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการใช้การตลาดแบบตัวต่อตัว การสื่อสารส่วนบุคคล - ทางเลือกในการใช้เว็บไซต์ เครื่องมือค้นหา และสื่อทางสังคมสำหรับตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจ - การใช้สื่อทางสังคมในการสร้างตรา <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนเข้าใจความสำคัญและสามารถเลือกวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อทางสังคมในการตลาดในอาเซียน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
15	<b>การควบคุมตลาดและประเด็นทางจริยธรรมในการตลาดในอาเซียน</b> - การดูแลลูกค้าในอาเซียน - ปัญหาทางกฎหมาย ทางสังคม ข้อขัดแย้ง ทั่วโลก ป้องกัน และการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจในอาเซียน - จริยธรรม จรรยาบรรณ และ CSR <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนตระหนักในประเด็นทางจริยธรรม จรรยาบรรณในการจัดการการตลาดในอาเซียน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. ฝึกภาษาในการติดต่อสื่อสาร 4. มอบหมายงานติดต่อสื่อสารและการประสานงานการตลาดของอาเซียน 5. ไปร่วมสัมมนาการตลาดในอาเซียน 6. เก็บข้อมูลการตลาดในแหล่งข้อมูลโดยตรง	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผล การเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย/ มารยาท	(1.1) (1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้า ชั้นเรียนและการส่งงาน 2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน หน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม และบุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรมในชั้นเรียน/ การร่วมสัมมนา	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของใน การเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน	1-15	20%
3. รายงานและนำเสนอ “วัฒนธรรมในอาเซียน”	(2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3)	2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	2-15	5%
4. การสะสมและนำเสนอ “สินค้าและบริการใน อาเซียน” ผ่าน Pinterest	(5.2) (5.3) (5.4)	3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม และบุคคล ชื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ ผลงานผู้อื่นมาเป็นของตน	2-15	5%
5. การเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยตรง สรุปรายงาน การตลาดในอาเซียนแต่ละ ประเทศ และนำเสนอ รายงาน		4. ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การ ทำงานเป็นทีม การอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากคุณภาพของงาน ความ ครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย	2-15	20%
6. ทดสอบย่อย - องค์ความรู้ - การสื่อสารภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2) (3.2) (3.3) (5.2) (5.3)	ประเมินจากการทดสอบย่อย โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย	2-15	20%
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.4) (3.2) (3.3)	ประเมินจากการสอบปลายภาค โดย ใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	20%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

## 1. เอกสารและตำราหลัก

ศศิวิมล สุขบท. (2558). *การตลาดระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ  
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Alon, Ilan, Jaffe, Eugene, & Vianelli, Donata. (2013). *Global marketing:  
Contemporary theory, practice and cases*. USA: McGraw-Hill Irwin.

2.2 de Mooij, Marieke (2005). *Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes* (2nd ed.). USA: Sage Publication

2.3 Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). England: Pearson Education.

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 หนังสือ/วารสารทางการตลาด
- 3.2 วารสารทางการตลาดออนไลน์ เช่น [www.marketeer.co.th](http://www.marketeer.co.th), [www.brandage.com](http://www.brandage.com)
- 3.3 นิตยสาร BusinessWeek, Fortune, Times, Forbes, PBS, etc.
- 3.4 เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น Coca-Cola, Pepsi, McDonald's, Nike, Starbucks, Home Depot, Wal-Mart, Tiffany, Gucci, Toyota, BMW, VW, Nokia, Apple, etc.

## 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