



## รายละเอียดของรายวิชา

รายวิชา การตลาดสำหรับนักออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง  
Marketing for Event and Exhibition Designer  
รหัสวิชา 2072503

ภาคเรียนที่ 2/2561

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง  
โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

## สารบัญ

		หน้า
หมวดที่ 1	ข้อมูลทั่วไป	3
หมวดที่ 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวดที่ 3	ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวดที่ 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวดที่ 5	แผนการสอนและการประเมินผล	8
หมวดที่ 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	11
หมวดที่ 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา                    โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
2072503      การตลาดสำหรับนักออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง  
Marketing for Event and Exhibition Designer
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
  - 3.1 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง
  - 3.2 ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
  - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์รัตนนภดล สมิตินันท์
  - 4.2 อาจารย์ผู้สอน 1) อาจารย์รัตนนภดล สมิตินันท์ ตอนเรียน UA
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 1
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
วันที่ 20 พฤศจิกายน 2561

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1.1 พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย หลักการ แนวคิด ความสำคัญของการตลาดเบื้องต้น การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย สวนผสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การตลาดสำหรับ ธุรกิจออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง

#### 1.2 ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะที่ได้รับจากการเรียน)

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความสามารถในการวางแผนการตลาดโดยเฉพาะด้านงานจัดแสดง และนิทรรศการ
2. เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภค การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
3. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถปฏิบัติการทางด้านการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง

#### 1.3 จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

เพื่อให้ นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพและแสดงออกซึ่งคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อปรับปรุงกรณีให้เหมาะสมกับสภาวะสิ่งแวดล้อมปัจจุบันให้มีความทันสมัยตลอด

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

หลักการการตลาดเบื้องต้น การแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย สวนผสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ การตลาดสำหรับ ธุรกิจออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง Principles of the basic marketing, market segmentation and target market, marketing mix, consumers behavior, marketing analysis, marketing and strategies plan for the businesses of event and exhibition design

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยายการฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

3.3.1 นักศึกษานัดวันเวลาล่วงหน้า หรือมาพบอาจารย์ประจำรายวิชาเป็นรายบุคคล หรือกลุ่ม ตามเวลานัดหมาย ด้วยวิธีการสื่อสารและช่องทางการสื่อสาร เช่น ไลน์ โทรศัพท์ หรือมาพบด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ เป็นต้น

3.3.2 อาจารย์ผู้สอนกำหนดวันเวลาให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาที่สนใจและต้องการขอรับคำปรึกษา (Office hour) หรือหลังเลิกเรียนในรายวิชา (เฉพาะรายที่ต้องการ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละและซื่อสัตย์สุจริต
- 1.1.2) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 1.1.3) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับ ความสำคัญ
- 1.1.4) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็น มนุษย์
- 1.1.5) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.1.6) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้คอมพิวเตอร์ต่อบุคคล องค์กรและสังคม
- 1.1.7) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

##### 1.2 วิธีการสอน

ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการตรงต่อเวลา การแต่งกายความรับผิดชอบต่อตนเอง และผู้อื่น ความเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่องานส่วนรวม รู้จักหน้าที่การทำงานเป็นกลุ่ม ทั้งในภาวะผู้นำและ ภาวะผู้ตาม มีความซื่อสัตย์ โดยสอดแทรกในรายวิชาเรียนทุกรายวิชาและนอกเวลาเรียน

##### 1.3 วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานและการเข้าร่วมกิจกรรม
- 2) ประเมินจากการดำเนินกิจกรรม ทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอกที่หลักสูตร มอบหมาย
- 3) ประเมินตามกรอบ Competency ของหลักสูตรโดยอาจารย์ผู้สอนมีส่วนร่วมในการประเมิน ทุกรายวิชา มอบรางวัลสำหรับนักศึกษาที่ได้ผลการประเมินมากที่สุดในแต่ละชั้นปีทุกภาคเรียน

#### 2. ความรู้

##### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา
- 2.1.2) สามารถวิเคราะห์ปัญหา เขาใจ และอธิบายความต้องการในออกแบบนิทรรศการและงาน แสดง รวมทั้งประยุกต์ ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหา
- 2.1.3) สามารถวิเคราะห์ หอ ออกแบบ ในการจัดงานนิทรรศการและงานจัดแสดงในรูปแบบต่างๆ
- 2.1.4) สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการออกแบบ
- 2.1.5) รู้ เขาใจและสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางการออกแบบอย่างต่อเนื่อง
- 2.1.6) มีความรู้ในแนวทฤษฎีของสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อใ้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและเขาใจผลกระทบ ของเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- 2.1.7) มีประสบการณ์ในการพัฒนาและ/หรือการประยุกต์การออกแบบนิทรรศการและงานแสดงที่ใช้ งานใดจริง
- 2.1.8) สามารถบูรณาการความรู้ในที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

##### 2 วิธีการสอน

ใช้วิธีการสอนในหลากหลาย เน้นให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งในรูปแบบการสืบค้น การศึกษาดูงานนอกสถานที่ การฝึกปฏิบัติงานจริง โดยมีอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมา เป็นวิทยากรพิเศษ เป็นผู้ดูแล สอดคล้องกับเนื้อหาวิชา

## 2.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ โดย

- 1) การทดสอบย่อย
- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- 3) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- 4) ประเมินจากการจัดกิจกรรมในชั้นเรียน
- 5) ประเมินจากการฝึกประสบการณ์

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- 3.1.2) สามารถสืบค้นความรู้ด้านการออกแบบและธุรกิจการออกแบบเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่าง สร้างสรรค์
- 3.1.3) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- 3.1.4) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับงานออกแบบนิทรรศการและงานแสดงได้อย่าง เหมาะสม

### 3.2 วิธีการสอน

ใช้กรณีศึกษาทำในรูปแบบ PDCA โดยการประยุกต์ใช้ศาสตร์ทางการออกแบบนิทรรศการและ การจัดแสดงใน การทำงานร่วมกับผู้อื่น มีการแบ่งหน้าที่การทำงาน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีการอภิปรายกลุ่ม และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้ความรู้เพื่อการปฏิบัติงานจริง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา จากการใช้กรณีศึกษาในการปฏิบัติงานจริง ใน รูปแบบ PDCA โดยให้ผู้เข้าร่วมงานประเมินความพึงพอใจ และทำการอภิปรายกลุ่มเพื่อสรุปผล การดำเนินงาน วิเคราะห์ปัญหาและหาแนวทางการแก้ปัญหาเพื่องานครั้งต่อไป

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1) สามารถสื่อสารกับกลุ่มคนหลากหลายและสามารถสนทนาทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ อย่างมี ประสิทธิภาพ
- 4.1.2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผูรรวมทีมทำงาน
- 4.1.3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- 4.1.4) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- 4.1.5) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม รวมทั้งแสดง จุดยืนอย่างพอ เหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม
- 4.1.6) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

### 4.2 วิธีการสอน

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้ทำงานเป็นกลุ่ม มีการประสานงานกับผู้อื่นหรือค้นคว้าหาข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลอื่นๆ รวมถึงการหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์ บุคคลหรือผู้มีประสบการณ์ โดยมีความคาดหวังในผลการ เรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความสามารถในการรับผิดชอบดังนี้

- 1) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้อย่างดี

- 2) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- 3) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้อย่างดี
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและบุคคลทั่วไป
- 5) มีภาวะผู้นำ

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียนและสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ดำเนินกิจกรรม

### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1) มีทักษะในการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
- 5.1.2) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติ ประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องของอย่างสร้างสรรค์
- 5.1.3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน ในการนำเสนออย่างเหมาะสม
- 5.1.4) สามารถใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

#### 5.2 วิธีการสอน

ในการเรียนการสอนด้านการออกแบบนิทรรศการและการจัดแสดง จำเป็นต้องมีการเขียนแบบ การออกแบบคำนวณตัวเลขเพื่อหาขนาดสัดส่วน เพื่อนำแบบไปผลิตเป็นชิ้นงานหรือผลงานจริง ส่วนการนำเสนอแบบจำเป็นต้องมีการออกแบบและนำเสนอแบบผ่านระบบสารสนเทศ ทำให้นักศึกษาสามารถใช้ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 5.3 วิธีการประเมินผล

- 1) การประเมินจากผลงานการออกแบบ และการนำเสนอผ่านระบบสารสนเทศ ที่มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
- 2) การประเมินจากความสามารถในการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆ ที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

### หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

#### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ผู้สอน
1	- ลักษณะรายวิชา - วัตถุประสงค์รายวิชา - แนวการสอนและภาพรวม ของเนื้อหาที่สอนในแต่ละสัปดาห์ - การวัดและการประเมินผล	3	กิจกรรมการเรียนการสอน ผู้สอนแนะนำตนเอง และพูดคุยทำความรู้จักเพื่อให้นักศึกษาผ่อนคลาย และเสริมสร้างความสัมพันธ์	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อตกลงในการเรียน และการเข้าชั้นเรียน</li> <li>- ความสำคัญของการศึกษา การบริหารโครงการ</li> <li>- สื่อการเรียนรู้เพิ่มเติม</li> </ul>		<p>ผู้สอนบรรยายด้วย PPT พร้อมทั้งอภิปรายร่วมกับผู้เรียน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนะนำลักษณะรายวิชา</li> <li>- แนะนำวัตถุประสงค์รายวิชา</li> <li>- อธิบายแนวการสอน และภาพรวมของเนื้อหาที่สอนในแต่ละสัปดาห์</li> <li>- ทำความเข้าใจเรื่องการวัดและการประเมินผล</li> <li>- กำหนดข้อตกลงในการเรียนและการเข้าชั้นเรียนร่วมกัน</li> <li>- อธิบายความสำคัญของการศึกษาการตลาด</li> <li>- แนะนำสื่อการเรียนรู้เพิ่มเติมที่นักศึกษาเข้าถึงได้</li> </ul> <p><b>สื่อการเรียนรู้</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> </ul>	
2	<p><b>บทที่ 1 ลักษณะทั่วไปของตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ความหมายและลักษณะตลาด</li> <li>● องค์ประกอบของตลาด</li> <li>● ความสำคัญของการตลาด</li> <li>● แนวคิด/วิวัฒนาการทางการตลาด</li> <li>● หน้าที่ทางการตลาด</li> </ul> <p>ส่วนประสมทางการตลาด</p>	3	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน</li> <li>- แบ่งกลุ่ม วิเคราะห์ความสำเร็จในการทำธุรกิจ</li> </ul> <p><b>สื่อการเรียนรู้</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> <li>- กรณีศึกษาการตลาด ตามสถานการณ์ปัจจุบัน</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
3	<p><b>บทที่ 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ความหมายของสิ่งแวดล้อมทางการตลาด</li> </ul>	3	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์



สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>SWOT Analysis</li> </ul>		<b>สื่อการเรียน</b> - เอกสารบรรยาย power point	
4	<b>บทที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภค</li> </ul>	3	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> - ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน - ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม จำลองเหตุการณ์สถานการณ์ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาแบ่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ ตามความถนัดของแต่ละคน พร้อมออกมารายงานหน้าชั้นเรียน <b>สื่อการเรียน</b> - เอกสารบรรยาย power point	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
5	<b>บทที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>กระบวนการตัดสินใจซื้อ</li> <li>กระบวนการการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค</li> </ul>	3	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> - ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน <b>สื่อการเรียน</b> - เอกสารบรรยาย power point - แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
6	<b>บทที่ 4 STP Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>การแบ่งส่วนตลาด</li> <li>การเลือกตลาดเป้าหมาย</li> </ul> การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> - ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน <b>สื่อการเรียน</b> - เอกสารบรรยาย power point - แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์  ผ ศ . ม า น ะ เอี่ยมบัว
7-8	<b>บทที่ 5 ผลิตภัณฑ์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ความหมายของผลิตภัณฑ์</li> <li>การจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์</li> <li>ระดับชั้นของผลิตภัณฑ์</li> <li>ส่วนประสมผลิตภัณฑ์</li> <li>ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก</li> </ul>	6	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> - ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน <b>สื่อการเรียน</b> - เอกสารบรรยาย power point - แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์

สัปดาห์ที่	หัวข้อเรื่อง	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	อาจารย์ผู้สอน
	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่			
9-10	<b>บทที่ 6 ราคา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความหมายและลักษณะของราคา</li> <li>• ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดราคา</li> <li>• วิธีการคำนวณราคา</li> </ul> นโยบายและกลยุทธ์ราคา	6	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน</li> </ul> <b>สื่อการเรียน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> <li>- แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
11-12	<b>บทที่ 7 ช่องทางการจัดจำหน่าย</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>• รูปแบบการจัดจำหน่าย</li> <li>• ช่องทางการจัดจำหน่าย</li> </ul> การกระจายสินค้า	6	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน</li> </ul> <b>สื่อการเรียน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> <li>- แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
13-14	<b>บทที่ 8 การส่งเสริมการตลาด</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ความหมายของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>• ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>• วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>• การพัฒนาการติดต่อสื่อสารทางการตลาด</li> <li>• ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด</li> </ul> การตลาดแบบบูรณาการ	6	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้สอนบรรยายด้วย PPT ถามตอบและอภิปรายร่วมกับผู้เรียน</li> </ul> <b>สื่อการเรียน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> <li>- แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
15	<b>นำเสนอรายงานกรณีศึกษา สรุบบทเรียน</b>	3	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ชักถามประเด็นข้อสงสัย</li> </ul> <b>สื่อการเรียน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารบรรยาย power point</li> <li>- แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ</li> </ul>	อ.รัตนนภดล สมิตินันท์
16	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการ	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่	สัดส่วนของ
---------	-------	----------------	------------	------------

ที่	เรียนรู้		ประเมิน	การประเมินผล
1	1.1.7,2.1.1	สังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม (คะแนนการมีส่วนร่วมกิจกรรมใน ชั้นเรียนและบุคลิกภาพ)	1 - 15	10 %
2	1.1.2,2.1.1,3.1.1,3.1.3	ประเมินผลงานจากเนื้อหา รูปแบบ การเขียนรายงาน การ นำเสนอผลงาน ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ของงาน	2 -14	20 %
3	2.1.1,3.1.1,3.1.3,4.1.5,5.1.3	สังเกตพฤติกรรม การมีส่วนร่วม ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย (งานในชั้นเรียน)	8 - 14	30 %
4	1.1.7,2.1.1,3.1.1,3.1.3,4.1.5,5.1.3	สอบปลายภาค	16	40 %

### การประเมินผล

ประเมินผลการเรียนรู้โดยใช้คะแนนอิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ในสัดส่วน คะแนนเก็บ (60) : สอบปลายภาค (40)

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

-

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1	วิสูตร จิระดำเกิง. (2555). การบริหารโครงการ แนวทางปฏิบัติจริง 3 <sup>rd</sup> Edition. จังหวัดปทุมธานี: สำนักพิมพ์วรรณกวี
2	สุปัญญา ไชยชาญ. (2548). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	อัจจิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช. (2547). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4	Philip Kotler.(2000). Marketing Management. (The Millennium Edition). N.J. : Prentice – Hall

#### 3.เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1	พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. (2548). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2	วิสูตร จิระดำเกิง. (2555). การบริหารโครงการ แนวทางปฏิบัติจริง 3 <sup>rd</sup> Edition. จังหวัดปทุมธานี: สำนักพิมพ์วรรณกวี

### หมวดที่ 7 การประเมิน และการปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนของอาจารย์เป็นรายบุคคลผ่านระบบออนไลน์ ของมหาวิทยาลัย

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- สังเกตการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนของนักศึกษา

- ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

### 3. การปรับปรุงการสอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำ มคอ.5 รายงานรายวิชาทุกภาคการศึกษา

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

4.1 อาจารย์ผู้สอนศึกษาเครื่องมือ เลือกเครื่องมือ และรายวิชาที่จะนำมาใช้ในการทวนสอบ เช่น คะแนนผลการสอบ หรือ คะแนนด้านอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในเกณฑ์ผลการเรียนรู้ของรายวิชาพร้อมหลักฐานที่แสดงออกมาของคะแนนแต่ละส่วนกับรายละเอียดของรายวิชา (มคอ. 3)

4.2 อาจารย์ผู้สอนดำเนินการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา

4.3 อาจารย์ผู้สอนประมวลผลและเขียนรายงานผลการทวนสอบ

4.4 อาจารย์ผู้สอนนำเสนอรายงานที่จัดทำขึ้นเมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรพร้อมทั้งแนวทางการปรับปรุง และรายงานในผลการดำเนินการของรายวิชา (มคอ. 5) เพื่อใช้ประกอบการทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 4 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และอาจารย์ผู้สอนสร้างระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาโดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอนหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาภายในหลักสูตร และนำเข้าไปประชุมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ระดับหลักสูตรโดยผ่านคณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอน ผลการประชุมการทบทวนผลสัมฤทธิ์ และกลยุทธ์การสอนที่ใช้ เพื่อสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป