



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

รหัสวิชา 3671104 ชื่อรายวิชา การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
Consumer Behavior Analysis for Retail Business

อาจารย์ผู้สอน

ดร.นุสรุ ลาภภูวนารถ

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก (Consumer Behavior Analysis for Retail Business) รหัสวิชา 3671104 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการฝึกปฏิบัติภาคสนามเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
พฤศจิกายน 2561

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	23
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	23

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3671104 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
 (Consumer Behavior Analysis for Retail Business)

2. จำนวนหน่วยกิต

3(2-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.นุสรา ลาภภูวนารถ
 4.2 อาจารย์ผู้สอน อ.นุสรา ลาภภูวนารถ ตอนเรียน A1 และ B1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2561 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)(ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

9.1 วันที่จัดทำ 16 พฤศจิกายน 2561
 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด -

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

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

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

-

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

บทบาทและความสำคัญของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และการฝึกปฏิบัติภาคสนามเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก

Roles and importance of consumers, consumer segmentation, factors influencing consumer decision making, social and culture factors, individual factors, psychology factors, consumer decision process for retail business and fieldwork to analyze consumer behavior in retail business

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร อาทิเช่น Line Facebook เป็นต้น

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจทางด้านคุณธรรม จริยธรรมทางธุรกิจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความเสียสละ ไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่องานตัวเอง สังคมและสิ่งแวดล้อม

● 1.1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

○ 1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

○ 2.1.2 มีความรู้ และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจค้าปลีก

2.1.3 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างเท่าทัน

○ 2.1.4 มีความสามารถบูรณาการความรู้ในศาสตร์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับศาสตร์ทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก

2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (3) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 มีความสามารถในการสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

3.1.2 มีความสามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม

○ 3.1.3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม หรือแนวทางในการประกอบอาชีพ

3.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก
- (2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก ในสถานการณ์ปัจจุบัน
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงาน “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”

3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภครู้จักสำหรับธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม มีความรับผิดชอบ และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของกลุ่ม

4.2 วิธีการสอน

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

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 มีความสามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ

● 5.1.2 มีความสามารถสื่อสารภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 มีความสามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

○ 5.1.4 มีความสามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผลพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดสมัยใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - บทบาทและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค - การพัฒนาแนวคิดการตลาด - คุณค่าลูกค้า ความพึงพอใจและการจดจำ - ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อกลยุทธ์การตลาด - ความท้าทายของนักการตลาด - จรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหา รายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3 	<p>ดร.นุสรรา</p> <p>ลาภภูวนารถ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
2	<p>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก - รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าปลีก ทั้งความต้องการ สินค้า/บริการ ของลูกค้ากลุ่มต่างๆ ได้</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “6 W 1 H ของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำกิจกรรม “ธุรกิจค้าปลีกสำหรับผู้สูงอายุ” โดยให้นักศึกษาไปสำรวจความต้องการและเลือกชุมชนพร้อมนำเสนอในครั้งต่อไป 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “6 W 1 H ของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจค้าปลีก” 	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ
3	<p>การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแบ่งส่วนตลาด - การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภค - เกณฑ์ประเมินส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพ - การนำกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดไปปฏิบัติ 	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน 	ข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในส่วนตลาดที่แตกต่างกัน		3. ให้นักศึกษานำเสนอการสำรวจความต้องการและเลือกชุมชน โดยให้เพื่อนในชั้นเรียนร่วมตัดสินใจเลือก 1 ชุมชน เพื่อดำเนินโครงการต่อไป 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	Power point 3. ใบงาน “การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”		
4	การวิจัยผู้บริโภค - การวิจัยผู้บริโภค - การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ - กระบวนการวิจัยผู้บริโภค - จรรยาบรรณในการวิจัยผู้บริโภค	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาเขียน “โครงร่างการวิจัยผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก (งานกลุ่ม) เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point	ข้อ 1	ดร.นุสรา ลาภานารณ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถออกแบบการวิจัยเพื่ออธิบายพฤติกรรม และลักษณะที่สนใจของผู้บริโภคได้			3. ใบงาน “โครงร่างการวิจัยผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”		
5	การจูงใจและความต้องการของผู้บริโภค - ความหมายของความต้องการ - ทฤษฎีความต้องการ - ความหมายของการจูงใจ - ธรรมชาติของการจูงใจ - กระบวนการของการจูงใจ - การจูงใจด้านบวกและด้านลบ - การจูงใจด้านตุผลและอารมณ์ - การจูงใจและความต้องการของผู้บริโภค Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดขึ้น มีสาเหตุจากแรงจูงใจประเภทอะไร	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การจูงใจและความต้องการของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การจูงใจและความต้องการของผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
6	<p>การรับรู้ของผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการรับรู้ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค - พลวัตของการรับรู้ของผู้บริโภค - จินตนาการของผู้บริโภค - ความเสี่ยงของผู้บริโภค - การจัดการความเสี่ยงของผู้บริโภค <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และปัจจัยอะไรที่เป็นอุปสรรคและความเสี่ยงต่อการรับรู้ของผู้บริโภค</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การรับรู้ของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การรับรู้ของผู้บริโภค” 	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ดร.นุสรรา</p> <p>ลาภภูวนารถ</p>
7	<p>การเรียนรู้ของผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการเรียนรู้ - ส่วนประกอบของการเรียนรู้ของผู้บริโภค - การวางเงื่อนไขสิ่งเร้า - การเรียนรู้โดยเงื่อนไขการกระทำ - การเรียนรู้ด้วยความเข้าใจ 	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การเรียนรู้ของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ดร.นุสรรา</p> <p>ลาภภูวนารถ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - การวัดการเรียนรู้ของผู้บริโภค - วิธีการทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าได้ง่ายขึ้น <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ เเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้บริโภคได้ว่าเเงื่อนไขที่เกิดขึ้นเป็นแบบใด</p>		<ul style="list-style-type: none"> 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “การเรียนรู้ของผู้บริโภค” 		
8	<p>บุคลิกภาพของผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของบุคลิกภาพ - ความสำคัญของบุคลิกภาพ - ทฤษฎีบุคลิกภาพ - บุคลิกภาพและการเข้าใจความหลากหลายของผู้บริโภค - บุคลิกภาพตราผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นเพราะอะไร</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “บุคลิกภาพของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “บุคลิกภาพของผู้บริโภค” 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อ 1 ข้อ 3 	<ul style="list-style-type: none"> ดร.นุสรุรา ลาภวานารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
9	ทัศนคติของผู้บริโภค - ความหมายของทัศนคติ - ความสำคัญของทัศนคติ - หน้าที่ของทัศนคติ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ - โมเดลเชิงโครงสร้างของทัศนคติ - กลยุทธ์ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมแบบไหนได้รับผลมาจากทัศนคติแบบใด	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ทัศนคติของผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “ทัศนคติของผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ
10	การสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของการสื่อสาร - องค์ประกอบของการสื่อสาร - รูปแบบในการสื่อสาร - การออกแบบการสื่อสารที่จูงใจ - การสื่อสารกับพฤติกรรมผู้บริโภค - การสื่อสารกับจรรยาบรรณ	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “การสื่อสารและพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถออกแบบการสื่อสารที่ ให้ผลตามเป้าหมายที่ต้องการ		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ใบงาน “การ สื่อสารและ พฤติกรรม ผู้บริโภค”		
11	วัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของวัฒนธรรม - องค์ประกอบของวัฒนธรรม - อิทธิพลของวัฒนธรรม - การเรียนรู้วัฒนธรรม - พลวัตวัฒนธรรม - ประโยชน์ของการศึกษาวัฒนธรรม - วัฒนธรรมย่อย - ประเภทของวัฒนธรรมย่อย Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรม ของผู้บริโภคแบบไหนที่ได้รับผลจากปัจจัย ด้านวัฒนธรรม	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “วัฒนธรรมกับ พฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสาร ประกอบการ สอนวิชาการ วิเคราะห์ พฤติกรรม ผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “วัฒนธรรมกับ พฤติกรรม ผู้บริโภค”	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
12	<p>ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของชนชั้นทางสังคม - การจำแนกชนชั้นทางสังคม - เกณฑ์การแบ่งชนชั้นทางสังคมในประเทศไทย - รูปแบบการดำเนินชีวิตของชนชั้นทางสังคม - ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ระดับชนชั้นทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค และการประยุกต์ใช้ทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคแบบไหนที่ได้รับผลจากปัจจัยด้านชนชั้น</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “ชนชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค” 	ข้อ 1 ข้อ 3	ดร.นุสรา ลาภภูวนารถ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
13	<p>กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลุ่มอ้างอิง - ประเภทของกลุ่มอ้างอิง - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง - กลุ่มอ้างอิงที่มีความสัมพันธ์กับผู้บริโภค - กลุ่มอ้างอิงกับการสื่อสารทางการตลาด <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มอ้างอิงเกิดขึ้นได้อย่างไร และกลุ่มอ้างอิงมีผลอย่างไรต่อการสื่อสารทางการตลาด</p>	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงาน “กลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมผู้บริโภค” 	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ดร.นุสรรา</p> <p>ลาภภูวนารถ</p>
14	<p>ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของครอบครัว - บทบาทและหน้าที่ของครอบครัว - วงจรชีวิตครอบครัว - บทบาทของบุคคลในครอบครัว - บทบาทการตัดสินใจซื้อในครอบครัว 	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค” เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 	<p>ข้อ 1</p> <p>ข้อ 3</p>	<p>ดร.นุสรรา</p> <p>ลาภภูวนารถ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัว		3. นักศึกษานำเสนอ พร้อมสรุปกิจกรรมธุรกิจค้าปลีก อาสาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค”		
15	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก - การตัดสินใจซื้อ - กระบวนการตัดสินใจซื้อ - พฤติกรรมซื้อของของผู้บริโภค - การตลาดสร้างความสัมพันธ์ การนำเสนอผลงาน Learning Outcome นักศึกษาสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละปัจจัย มีผลต่อกระบวนการซื้อได้อย่างไร และสามารถออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้าใจถึงกระบวนการซื้อของผู้บริโภค	4	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา “กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก” เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน “กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจค้าปลีก”	ข้อ 2 ข้อ 3	ดร.นุสรรา ลาภภูวนารถ

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความรับผิดชอบต่อตนเอง/การมีจิตสำนึกความถูกต้อง/คุณธรรมจริยธรรม	(1.1.1) (1.1.3) (1.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม กำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย(งานเดี่ยวและงานกลุ่ม)	(1.1.1) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.3) (5.1.2) (5.1.3) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริตไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการทำกิจกรรมกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
3. การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.1.1) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.3) (5.1.2) (5.1.3) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม กำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	7-8	15%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
		3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากงานที่นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 6. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
4. รายงานและการนำเสนอ	(1.1.1) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.3) (5.1.2) (5.1.3) (5.1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถามตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	1-14 15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
5. สอบปลายภาค	(2.1.1) (2.1.2) (2.1.4) (3.1.1)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภัทรพร ทิมแดง. (2561). เอกสารประกอบการเรียนการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

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

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

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

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ