



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

รหัสวิชา3644202

ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน  
(ภาษาอังกฤษ) Competitive Marketing Strategy

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

## คำนำ

รายละเอียด วิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน รหัสวิชา 3644202 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ใน หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและ แนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการ เปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ เพื่อให้ นักศึกษาได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วย ตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการ ประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันได้

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	23
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	23

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
คณะ    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา**  
รหัสวิชา 3644202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน  
(ภาษาอังกฤษ) Competitive Marketing Strategy
- จำนวนหน่วยกิต**  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**
  - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
  - ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา    ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์  
อาจารย์ผู้สอน                              ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์              ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน**  
ภาคการศึกษาที่ 2 / 2561 ชั้นปีที่ 3
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)**  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)**  
ไม่มี
- สถานที่เรียน**  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**
  - วันที่จัดทำ                              17 พฤศจิกายน 2561
  - วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้จากการเรียน)

1.1 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์และการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.2 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์

1.3 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์การรับรู้ ภาพลักษณ์ ความซื่อสัตย์ และคุณค่าของตราผลิตภัณฑ์

1.4 เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจถึงกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

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

2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในแต่ละกลุ่มได้

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ทางกลยุทธ์และยุทธวิธีในการนำเสนอ การจัดการ และการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์

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

3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและนำเสนอ นักศึกษาต้องนำของของบริษัทที่เปิดดำเนินการจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง

3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูล และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ

2. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

3. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกทางการตลาดได้

4. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค

5. เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และมีแนวทางในการตัดสินใจภายใต้การใช้ข้อมูล (Information) ที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและการบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์

Definitions, roles, importance of marketing strategy for competitive advantage. Principles and concepts in marketing strategy formation. External and internal environment analysis. Consumer demand and behavior analysis. Patterns and integration of marketing strategy. Strategy formation and adjustment.

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่นักศึกษาร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชาให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชาจัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของนักศึกษา โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาใจเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

- 1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ
- 1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- 1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- 1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- 1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- 1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- 1.4.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

#### 2.2 วิธีการสอน

- 2.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.3.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม โดยการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆพร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.2.6 มอบหมายให้นักศึกษารายงานความเคลื่อนไหวทางการตลาดจากข่าวสารทางการตลาดประจำสัปดาห์

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน

### 3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้นจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.3 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตามสถานการณ์การณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3.2.4 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

3.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

3.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน



#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

##### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดการอภิปราย/การแสดงความคิดเห็น

4.2.2 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม และความคิดสร้างสรรค์

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนอ งานอย่างถูกต้อง

● 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

##### 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

##### 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>แนะนำรายวิชา ทบทวนความรู้ด้านการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของตลาด และตลาดเป้าหมาย</li> <li>- หน้าที่ทางการตลาด</li> <li>- การกำหนดตลาดเป้าหมาย</li> <li>- ส่วนประสมการตลาด</li> <li>- กลยุทธ์ทางการตลาด</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึง ความหมายความสำคัญของ การตลาด แนวโน้มทางการตลาด และสามารถ สถานการณ์ทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ต่างๆได้ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และ อธิบายเนื้อหาารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม</li> <li>2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้</li> <li>3. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการ สอนวิชากลยุทธ์ทาง การตลาดเพื่อการ แข่งขัน</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. แนวการสอน</li> <li>4. Website หลักสูตร และWebsite ของ ผู้สอน</li> <li>5.ใบงาน</li> </ol>	1.1,	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. ความหมายของกลยุทธ์การตลาด 2. บทบาทและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน -3. กลยุทธ์ในองค์กรธุรกิจ 4. บทบาทของการตลาดในการสร้างและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาด <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและเห็นความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจและสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษาได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.1,1.3,1.4,2.3,3.3	(1) (2)
3	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับบริษัท 2. การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ณ ระดับบริษัท 3. การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัท 5. การจัดสรรทรัพยากรบริษัท	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับบริษัท การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ณ ระดับบริษัท การกำหนดวิสัยทัศน์ภารกิจ และวัตถุประสงค์ของบริษัทและการจัดสรรทรัพยากรบริษัท		ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน		
4	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. กลยุทธ์ของระดับฝ่ายกับการประยุกต์ทางการตลาด 2.การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ณ ระดับ SBU 3. แหล่งที่มาของข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน 4. กลยุทธ์ในการปรับตัว 5. การประยุกต์ใช้ทางการตลาดสำหรับกลยุทธ์ต่างๆ ของ SBU <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายได้ถึงกลยุทธ์ระดับต่างๆ และการตัดสินใจใน SBU และการนำไปประยุกต์ใช้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตรและWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.1,1.4,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
5	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมหภาค 2. การระบุคู่แข่งชั้น 3. การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นประเภทต่างๆ ของการแข่งขัน 4. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและวิเคราะห์ความสามารถของบริษัท <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายถึงสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5. ใบงาน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
6	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การแบ่งส่วนตลาด 2. การเลือกตลาดเป้าหมาย 3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และโมเดล S-R Theory <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายการกำหนด STP Marketing ได้	3	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์ 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5. ใบงาน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
7	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การสร้างกลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด 2. กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 3. การสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 4. การรับรู้ตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการสร้างกลยุทธ์การวางตำแหน่งทางการตลาด กลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการรับรู้ตำแหน่งของตราผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. นำเสนอแนวคิดในการสร้างบริการใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และ Website ของผู้สอน 5. ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
8	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. หลักกลยุทธ์เบื้องต้น 2. การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ และการสร้างกลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาด <b>Learning Outcome</b>	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการหลักกลยุทธ์เบื้องต้น การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ และการสร้างกลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาดได้		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน		
9	<b>หัวข้อการสอน</b> 1การมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านตราหือ 2. การมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางด้านนวัตกรรม- -3. การมุ่งเน้นกลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย 4. การมุ่งเน้นกลยุทธ์ราคา-ต้นทุนต่ำ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านตราหือ การมุ่งเน้นกลยุทธ์ทางด้านนวัตกรรม-การมุ่งเน้นกลยุทธ์การบริหารช่องทางการจำหน่าย และการมุ่งเน้นกลยุทธ์ราคาได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
10	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. กลยุทธ์ผู้บุกเบิก 2. กลยุทธ์ของผู้ตาม 3. โปรแกรมการตลาด (4P's) ใน	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน	1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	เชิงกลยุทธ์สำหรับผู้บุกเบิก <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์ผู้บุกเบิก กลยุทธ์ของผู้ตาม โปรแกรมการตลาด (4P's) ในเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้บุกเบิก		แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตรและWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน		
11	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. กลยุทธ์ในตลาดเติบโตสำหรับผู้ผู้นำตลาด 2. กลยุทธ์เพื่อการเติบโตของส่วนครองตลาดสำหรับผู้ตาม <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการ- กลยุทธ์ในตลาดเติบโตสำหรับผู้ผู้นำตลาดกลยุทธ์เพื่อการเติบโตของ ส่วนครองตลาดสำหรับผู้ตามได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตรและWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1,2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
12	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. กลยุทธ์ในตลาดเติบโตเต็มที่ 2.การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเติบโตไปสู่ตลาดเติบโตเต็มที่ 3.กลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดเติบโตเต็มที่ <b>Learning Outcome</b>	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน	1,2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)



สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องกลยุทธ์ในตลาดเดิบทเพิ่มเติมที่ การเปลี่ยนแปลงจากตลาดเดิบทไปสู่ตลาดเดิบทเพิ่มเติมที่กลยุทธ์ของธุรกิจสำหรับตลาดเดิบทเพิ่มเติมที่		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน		
13	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.กลยุทธ์การตลาดสำหรับตลาดเดิบทเพิ่มเติมที่ 2. กลยุทธ์สำหรับตลาดถดถอยและการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องการกลยุทธ์การตลาดสำหรับตลาดเดิบทเพิ่มเติมที่ และกลยุทธ์สำหรับตลาดถดถอยและการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจได้	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)
14	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 2. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ระดับฝ่าย และกลยุทธ์การตลาด 3. ความสัมพันธ์ทางการบริหารและการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ 4. โครงสร้างขององค์กรและกระบวนการและนำกลยุทธ์ไปใช้	3	1. นำเสนอแนวคิด และการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตร	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายถึงการประยุกต์ใช้กลยุทธ์และการควบคุม ความสัมพันธ์กลยุทธ์ระดับฝ่าย และกลยุทธ์การตลาด ความสัมพันธ์ทางการบริหาร โครงสร้างขององค์กรและ กระบวนการและการนำกลยุทธ์ไปประยุกต์สินค้าแต่ละกลุ่มได้			และWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน		
15	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การควบคุมกลยุทธ์และโปรแกรมทางการตลาด -2. กระบวนการควบคุมกลยุทธ์ 3. การตรวจสอบงานการตลาด 4. จรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อในการกำหนดกลยุทธ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่องจรรยาบรรณและความรับผิดชอบต่อในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. แนวการสอน 4. Website หลักสูตรและWebsite ของผู้สอน 5.ใบงาน	1.2,1.4,2.1,2.2,2.3,3.1,3.2,3.3	(1) (2)

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความซื่อสัตย์	(1.1),(1.3),(1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10 %
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (4.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัดทบทวน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	30 %
3.สอบประมวลความรู้	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3)	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	8	20 %
4.สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	16	40 %

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ภุชงค์ เมนะสินธุ์ (2560). กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ มสส.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2554). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2549) กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. (2006). Marketing Management. New Jersey : Pearson Education.

นิตยสารทางการตลาด

<https://www.google.co.th/>

<http://app.tisi.go.th/otop/standard/standards.html>

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

- รับฟังคำสะท้อนจากนักศึกษาเพื่อปรับกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ