



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

รหัสวิชา 3642101 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

อาจารย์ผู้สอน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

คำนำ

เอกสารรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ของรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวให้มีความเป็นมาตรฐาน ครบถ้วน และถูกต้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

12 ตุลาคม 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	21
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	22

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้ นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหา มีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการปรับปรุงความถูกต้องของเนื้อหา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณของนักการตลาด

Basic concepts and marketing responsibility; principles of marketing process; marketing environment; marketing information systems and marketing research; consumer behavior; market segmentation; targeting; product positioning; product management, pricing, marketing channels, physical distribution, promotion, social and environmental marketing; marketers' codes of conduct.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1. ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- 1.1.2. มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม
- 1.1.3. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- 1.1.4. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- 1.1.5. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- 1.1.6. สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้คอมพิวเตอร์ต่อบุคคล องค์กรและสังคม
- 1.1.7. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

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 และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ หรือสาขาวิชาบริหารธุรกิจ

2.1.2. สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจและอธิบายความต้องการทางคอมพิวเตอร์ รวมทั้ง ประยุกต์ความรู้ ทักษะ และการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหา

2.1.3. สามารถวิเคราะห์ ออกแบบ ติดตั้ง ปรับปรุงและหรือประเมินระบบองค์ประกอบต่าง ๆ ของระบบคอมพิวเตอร์ให้ตรงตามข้อกำหนด

2.1.4. สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการคอมพิวเตอร์ รวมทั้งการ นำไปประยุกต์

○ 2.1.5. รู้ เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญทางคอมพิวเตอร์หรือสาขาวิชา บริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

○ 2.1.6. มีความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจเพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถานการณ์ทางธุรกิจ

2.1.7. มีประสบการณ์ในการพัฒนาและหรือการประยุกต์ซอฟต์แวร์ที่ใช้งานได้จริง

○ 2.1.8. สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้อง

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและ ทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาหลักการตลาด

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น การ มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากสื่อต่างๆ แบบรายงานเฉพาะบุคคลหรือรายงานกลุ่ม พร้อมวิเคราะห์ ประเด็นที่เรียนมานำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน และนอก ห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดท้ายบทเรียน และแบบฝึกหัดเพิ่มเติม

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1. คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ

● 3.1.2. สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่าง สร้างสรรค์

○ 3.1.3. สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ

3.1.4. สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางคอมพิวเตอร์ได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด

(2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานทางการตลาดที่ได้รับมอบหมาย

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

(2) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1. สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 4.1.2. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

4.1.3. สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม

4.1.4. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบต่องานในกลุ่ม

○ 4.1.5. สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างพอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม

○ 4.1.6. มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

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. มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์

○ 5.1.2. สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

● 5.1.3. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

○ 5.1.4. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

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

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของตลาด - วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหา รายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
2	<p>ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดหลักทางการตลาด - ความหมายของการจัดการการตลาด - กระบวนการจัดการการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>ยกตัวอย่าง กระบวนการจัดการการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ พร้อมกับอธิบาย</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	เหตุผลประกอบได้					
3	สภาพแวดล้อมทางการตลาด - สภาพแวดล้อมภายนอก - สภาพแวดล้อมภายใน - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
4	สภาพแวดล้อมทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์ SWOT - ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT Learning Outcome - ผู้เรียนวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ - จัดทำตารางสรุปวิเคราะห์ SWOT	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา SWOT เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
5	<p>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>- ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>- การแบ่งส่วนตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในราคา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	<p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 1, 2</p>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
6	<p>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>- การกำหนดตลาดเป้าหมาย</p> <p>- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p> <p>- การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	<p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 1, 2</p>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>					
7	<p>ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย - ระบบสารสนเทศทางการตลาด - การวิจัยตลาด - กระบวนการวิจัยการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
8	<p>พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมผู้บริโภค 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ	

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อ <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในปัจจัยที่ ผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือใน การสรุปสาระสำคัญ</p>		<ol style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของ สินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
9	<p>ผลิิตภัณท์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของผลิิตภัณท์ - ระดับของผลิิตภัณท์ - ลำดับชั้นของผลิิตภัณท์ - ประเภทของผลิิตภัณท์ - ส่วนประสมผลิิตภัณท์ <p>Learning Outcome ผู้เรียนวิเคราะห์ลักษณะของผลิิตภัณท์ พร้อมยกตัวอย่างและนำเสนอผลิิตภัณท์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับผลิิตภัณท์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาคำนวนหาส่วนประสมผลิิตภัณท์ทาง ธุรกิจ เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
10	<p>ผลิิตภัณท์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตราผลิิตภัณท์ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ	

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - การบรรจุภัณฑ์ - ป้ายฉลาก - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ		<ol style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปึกษา
11	ราคา <ul style="list-style-type: none"> - แนวความคิดเรื่องราคา - ความสำคัญของราคา - ขั้นตอนการตั้งราคา - การกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่อง ราคา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปึกษา
12	ช่องทางการจัดจำหน่าย <ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจในปัจจุบัน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปึกษา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดองค์การของช่องทางการจัดจำหน่าย - การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของช่องทาง - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - การกระจายสินค้าและการจัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจ <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่อง ช่องทางการจำหน่าย โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p>		<ul style="list-style-type: none"> 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	3. ใบงาน		
13	<p>การส่งเสริมการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด - กระบวนการสื่อสาร - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด - เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด - การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือ 	3	<ul style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	การส่งเสริมการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่อง การส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุป โดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการ สรุปสาระสำคัญ					
14	การส่งเสริมการตลาด - การโฆษณา - การส่งเสริมการขาย - การขายโดยบุคคล - การประชาสัมพันธ์ - การตลาดทางตรง Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่อง การส่งเสริมการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุป โดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการ สรุปสาระสำคัญ	3	1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา
15	การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร - การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3	ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ปักษา

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - ความสัมพันธ์ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลและสนับสนุนต่อการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - กิจกรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด - จรรยาบรรณของนักการตลาด Learning Outcome - ผู้เรียนได้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดเพื่อสังคม - ยกตัวอย่างองค์การที่มีจริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคมได้ - วิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อองค์การ หากดำเนินงานโดยไม่มีจริยธรรมหรือละเลยความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 		<ul style="list-style-type: none"> 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ul style="list-style-type: none"> 3. วิดีทัศน์ เรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาด 4. ใบงาน 		
16	สอบปลายภาค					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การ แต่งกาย	1.1.1, 1.1.2, 1.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.1, 1.1.2, 1.1.4, 1.1.7 2.1.1, 2.1.5, 2.1.6, 2.1.8 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 4.1.2, 4.1.5, 4.1.6 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าร่วม และทำกิจกรรม งานที่ได้รับ มอบหมาย 2. ประเมินจาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล 3. ประเมินจากกิจกรรมและ งานที่มอบหมายให้นักศึกษา ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็น ของตน เช่น แบบฝึกหัด ทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจ ของนักศึกษา/ การเขียน สรุปความรู้ความเข้าใจ Mind Map 4. ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการแสดง ความ คิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมใน ห้องเรียน เช่น การมีส่วน ร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	10%
3. การวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.1, 1.1.2, 1.1.4, 1.1.7	1. ประเมินจากการส่งงาน ตามกำหนดระยะเวลาที่	1-15	30%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
	2.1.1, 2.1.5, 2.1.6, 2.1.8 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 4.1.2, 4.1.5, 4.1.6 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4	มอบหมาย 2. ประเมินจาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและ บุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์ กรณีศึกษา/การเขียนสรุป Mind Map เพื่อวัด ความ เข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วน ร่วมในการแสดง ความ คิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมใน ห้องเรียน เช่น การมีส่วน ร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม		
4. รายงานและการ นำเสนอ	1.1.1, 1.1.2, 1.1.4, 1.1.7 2.1.1, 2.1.5, 2.1.6, 2.1.8 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3 4.1.2, 4.1.5, 4.1.6 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่มและ บุคคล 4. ประเมินจากรายงาน ที่ ได้รับมอบหมาย มีความ ซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ ผลงานของผู้อื่นมาเป็นของ ตน 5. ประเมินจากการนำเสนอ ผลงานหน้าชั้นเรียน การ เป็นผู้นำและผู้ตามในการ อภิปรายซักถาม ตลอดจน การใช้ความคิดแก้ไขปัญหา ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม 6. ประเมินจากผลการ	1-15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
		สืบค้นเทคนิคการนำเสนอ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ ได้อย่าง เหมาะสม		
5. สอบปลายภาค	2.1.1 ,2.1.5, 2.1.6, 2.1.8 3.1.1,	ประเมินจากการสอบปลาย ภาค โดยใช้ข้อสอบแบบ ปรนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2559). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 วารุณี ต้นติวงศ์วาณิชและคณะ. (2543). *หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

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

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนประเมินรายวิชาผ่านระบบฯ ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์ผู้สอน เช่น สุ่มตรวจผลงานนักศึกษา ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของนักศึกษาวิธีการให้คะแนนสอบและการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ