

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	2512726	ชื่อวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ Marketing and Consumer Psychology
----------	---------	---

1.2 จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

1.3 หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 1) หลักสูตร : ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ (หลักสูตร 2560)
- 2) ประเภทของรายวิชา : หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

1.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
- 2) อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์ (ตอนเรียน A1)

1.5 ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2562 / ชั้นปี 2

1.6 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

1.7 รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

1.8 สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ห้อง 11607

1.9 วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 9 กรกฎาคม 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

2.1 จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1) รักความถูกต้องและความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน มีจิตสาธารณะ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและอยู่ร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์
- 2) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และเนื้อหาสาระสำคัญในสาขาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ โดยมีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง และสามารถบูรณาการความรู้กับศาสตร์อื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการนำความรู้ไปเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
- 3) มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มีความสามารถอธิบาย แยกแยะ และวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ จากความรู้ที่ได้ศึกษามาโดยสามารถแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
- 4) มีความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวกับผู้อื่นโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
- 5) มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นคว้าข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกใช้สื่อในการนำเสนอและสื่อสารข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

2.2 วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ในภาพรวมของการตลาดและผู้บริโภค และสามารถนำความรู้ทางจิตวิทยาไปประยุกต์ใช้กับการทำงานร่วมกับสาขาวิชาชีพอื่นอย่างเป็นสหวิชาชีพ โดยที่นักจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การต้องนำความรู้ที่ได้ไปสังเคราะห์และนำเสนอในมุมมองของวิชาชีพของตนได้อย่างถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

3.1 คำอธิบายรายวิชา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพและทัศนคติ บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาในการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

Influence factors in decision making of consumer behavior, motivation, perception, learning, personality and attitude, roles of psychologist that involve

marketing and consumer, the application of psychological theories to promote the marketing activities for more efficiency

3.2 จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	ให้คำปรึกษา แนะนำ สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เป็นรายกลุ่ม เพื่อ ทบทวนความรู้ให้ชัดเจน และแม่นยำยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มของ นักศึกษาที่มีผลการเรียน ต่ำ	30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา

3.3 จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคลพร้อมทั้งระบุช่องทางต่างๆ ตัวอย่าง สถานที่ Social Network

- 1) อาจารย์ประจำรายวิชา แจ้งเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ประจำรายวิชา หรือผ่าน Social Network เช่น Facebook Line
- 2) อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ อย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

4.1 แผนพัฒนาและประเมินผลการเรียนรู้แต่ละด้าน

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p>ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1.1 ตระหนักในคุณค่าของจรรยาบรรณนักจิตวิทยา ศึกษาระเบียบข้อบังคับขององค์การ มีความซื่อสัตย์ มีวินัยความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน</p> <p>1.2 รักความถูกต้องและความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและอยู่ร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์</p> <p>1.3 มีจิตสาธารณะ มีความเข้าใจปัญหาทางสังคมคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ</p>	<p>1. ผู้สอนจัดการเรียนการสอนโดยการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อประกอบ การบรรยายในแต่ละสัปดาห์</p> <p>2. การปลูกฝังวัฒนธรรมที่ต้งามให้นักศึกษามีระเบียบวินัย และปลูกฝังความเป็นสวนดุสิต โดยเน้นความรับผิดชอบต่อ การตรงต่อเวลา การแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพที่ดี และการช่วยเหลือให้เพื่อนร่วมชั้นในด้านต่างๆที่ตนเองถนัดชำนาญ</p> <p>3. มอบหมายงานหรือกิจกรรมกลุ่มโดยให้นักศึกษาแบ่งความรับผิดชอบตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและนักศึกษาส่งงานตรงตามเวลาที่กำหนดไว้</p>	<p>1. ประเมินจากการสังเกตโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษารวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อ บุคลิกภาพ และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่าง การเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>3. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p>	<p>1-15</p>	<p>10%</p>

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>4. มอบหมายงานหรือกิจกรรมกลุ่มโดยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงกฎกติกาต่างๆ ในการเรียนการสอน รู้จักถึงความถูกต้องและความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและทำงานร่วมกันโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ</p>			
<p>ด้านความรู้</p> <p>2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และเนื้อหาสาระสำคัญในสาขาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ</p> <p>2.3 สามารถนำความรู้และประสบการณ์ในการศึกษาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>2.4 มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง และสามารถบูรณาการความรู้กับศาสตร์อื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการนำความรู้ไปเสริมสร้างทักษะการ</p>	<p>1. ให้นักศึกษาชมวีดิทัศน์ที่เกี่ยวกับเนื้อหา</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือตามความสนใจของนักศึกษา หรือการให้นักศึกษาได้ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>3. ให้นักศึกษาได้</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียนและการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</p> <p>3. ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น</p>	<p>1-15 และ 16</p>	<p>30%</p>

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p>เรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p>	<p>ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ประกอบกับวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>4. ให้นักศึกษา ทบทวนความรู้ด้วยการค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย และการค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต</p> <p>5. ให้นักศึกษาดำเนินกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา” โดยการบูรณาการความรู้และการใช้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p>	<p>มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด หรือ รายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือ การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา”</p> <p>4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ข้อสอบปลายภาคโดยเน้นการประยุกต์ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สาระความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง</p>		
<p>ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>3.1 มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบตามหลักการที่ได้ศึกษามารวมทั้งสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>3.3 มีความสามารถอธิบาย แยกแยะ และวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ จากความรู้</p>	<p>1. ให้ทำทบทวนแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</p> <p>2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</p> <p>3. ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด</p>	<p>1-15 และ 16</p>	<p>20%</p>

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p>ที่ได้ศึกษามา รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยการประยุกต์ความรู้ได้อย่างถูกต้องและสร้างสรรค์</p>	<p>หรือตามความสนใจของนักศึกษา</p> <p>3. ให้นักศึกษาได้ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ประกอบกับวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>4. ผู้สอนอธิบายขั้นตอนและรายละเอียดในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา” รวมทั้งการจัดทำรูปเล่มรายงาน</p> <p>5. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษามีวิเคราะห์ ออกแบบและประยุกต์ใช้เครื่องมือทางจิตวิทยา ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม</p> <p>6. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษามีทักษะในการทำงานรายบุคคลและรายกลุ่ม โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้คิดอย่างเป็นระบบและสามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในการทำงาน</p>	<p>หรือ รายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือ การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา”</p> <p>4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>5. ประเมินจากการวิเคราะห์ ออกแบบและประยุกต์ใช้เครื่องมือทางจิตวิทยา ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม</p> <p>6. ข้อสอบปลายภาคโดยเน้นการประยุกต์ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สาระความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง</p> <p>7. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>8. ประเมินจากการแก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา</p>		

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>7. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษาได้การสืบค้นข้อมูล ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ</p> <p>8. ผู้สอนกำกับความก้าวหน้าของการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา</p>			
<p>ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>4.1 มีความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวกับผู้อื่นโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>4.3 มีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเองและแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำตลอดจนสามารถเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม</p>	<p>1. ผู้สอนแบ่งกลุ่มให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือตามความสนใจของนักศึกษา</p> <p>2. ผู้สอนแบ่งกลุ่มนักศึกษาได้ฝึกการลงมือปฏิบัติ (Practice) ดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา เพื่อฝึกความรับผิดชอบต่อหน้าที่การติดต่อสื่อสาร การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการเปิดโอกาสได้ทำงานร่วมกันของนักศึกษา</p> <p>3. ผู้สอนแบ่งกลุ่ม</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียนและการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือแบบฝึกหัด หรือรายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือการประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัด</p>	1-15	20%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>ให้นักศึกษาฝึกการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) เพื่อเป็นการให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในประเด็นที่ได้ผู้สอนมอบหมายและมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถมีภาวะผู้นำตลอดจนเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม</p> <p>4. ให้นักศึกษาทบทวนความรู้ด้วยการค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย การค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง</p>	<p>จิตวิทยา”</p> <p>3. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing)</p> <p>4. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>5. ประเมินการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ประเมินจากผลการทบทวนความรู้ด้วยการค้นคว้าเพิ่มเติม เช่น รายงานหรือ ใบงาน</p>		
<p>ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>5.1 ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านจิตวิทยา</p> <p>5.3 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ</p> <p>5.4 สามารถใช้เทคโนโลยี</p>	<p>1. ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและนำเสนอโดยใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม</p> <p>2. ผู้สอนสาธิตการสืบค้นข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์</p> <p>3. ผู้สอนแนะนำวิธีการเลือกใช้ข้อมูล</p>	<p>1. ประเมินจากการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>2. ประเมินจากการเลือกใช้ข้อมูลประกอบการทำรายงาน</p> <p>3. ประเมินจากวิธีการนำเสนอรายงานผลการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ</p>	1-15	20%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p>สารสนเทศในการค้นคว้าข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกใช้สื่อในการนำเสนอและสื่อสารข้อมูลได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>ต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4. มอบหมายงานที่ต้องสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีจากการวิเคราะห์สังเคราะห์</p> <p>5. มอบหมายให้นักศึกษาดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา โดยฝึกให้นักศึกษามีทักษะการสื่อสารกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ฝึกให้นักศึกษาได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศมาประกอบการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา</p>	<p>ที่เหมาะสม</p> <p>4. ประเมินจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศมาประกอบการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา</p> <p>5. ประเมินการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p>		

หมายเหตุ ผลการเรียนรู้ตัวเข้ม = ความรับผิดชอบหลัก ผลการเรียนรู้ตัวธรรมดา = ความรับผิดชอบรอง

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

5.1 แผนการสอน

ลำดับที่ ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
1 (4 ชม.)	<p>กล่าวนำเนื้อหาและขอบเขตของเนื้อหาวิชา แนวทางในการเรียนการสอน การวัดและการประเมินผล</p> <p>บทที่ 1 บทนำ - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด</p>	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนแนะนำและชี้แจงจุดมุ่งหมายของรายวิชา กิจกรรมการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ รวมทั้งวิธีการวัดและการประเมินผล 2. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ใบงาน เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยา 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย (Multimedia for Presentation) 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ความเป็นมาของจิตวิทยา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม 2. ประเมินจากการทำใบงาน เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด” 3. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่ 	<p>ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศรพวงศ์</p>

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
				มอบหมาย 5. ประเมินจาก การมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม 6. ประเมินจาก ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย	
2 (4 ชม.)	บทที่ 2 การตลาดและ พฤติกรรมผู้บริโภค	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณาสินค้าต่างๆ จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับ การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยแบ่งเป็น กลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมา จำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดง ความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการ อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การตลาดและ พฤติกรรมผู้บริโภค 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและ เฉลยคำตอบ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการตลาด และผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อ ค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงาน เรื่อง การตลาดและพฤติกรรม ผู้บริโภค	1. เอกสาร ประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉาย ภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์ แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อ เพาเวอร์ พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณา สินค้าต่างๆ	1. การใช้แบบ สังเกต โดยสังเกต พฤติกรรมในชั้น เรียน และการ ปฏิบัติตนของ นักศึกษา รวมถึง ความสนใจ ความ มีวินัย ความ รับผิดชอบ การ ส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย โดย บันทึกพฤติกรรม ของนักศึกษาใน ระหว่างการเรียน การสอนและการ เข้าร่วมกิจกรรม 2. ประเมินด้วย การตอบคำถาม และการทำ แบบฝึกหัด 3. ประเมินผล จากการอภิปราย ตามหัวข้อหรือ ประเด็นที่	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
				มอบหมาย 4. ประเมินจาก การมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม 5. ประเมินจาก ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย 6. ประเมินผล จากการทำใบงาน เรื่อง ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับจิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค	
3 (4 ชม.)	บทที่ 3 การแบ่งส่วน การตลาดและเป้าหมาย	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “การแบ่งส่วนการตลาด” จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการตลาดในยุคปัจจุบัน 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ	1. เอกสารประกอบกรเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เรื่อง การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอเรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย”</p>	4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “การแบ่งส่วนการตลาด”	<p>ทัศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย”</p> <p>5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	
4 (4 ชม.)	บทที่ 4 ผลิตภัณฑ์ (Product)	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนตั้งคำถามเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถาม</p>	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		<p>นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อ ทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “การนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Product)”</p>		<p>และการทำ แบบฝึกหัด</p> <p>3. ประเมินผล จากการอภิปราย ตามหัวข้อหรือ ประเด็นที่ มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจาก การมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจาก กิจกรรมการแสดง บทบาทสมมติ (Role-Playing)</p> <p>6. ประเมินจาก ความรับผิดชอบใน หน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย</p>	
5 (4 ชม.)	บทที่ 5 ราคา (Price)	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณาสินค้าต่างๆ จากนั้นตั้งคำถามนำ เกี่ยวกับราคา (Price) โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็น อภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการ อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่องราคา (Price)</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและ เฉลยคำตอบ</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง ราคา (Price) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุด</p>	<p>1. เอกสาร ประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉาย ภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์ แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อ</p>	<p>1. การใช้แบบ สังเกต โดยสังเกต พฤติกรรมในชั้น เรียน และการ ปฏิบัติตนของ นักศึกษา รวมถึง ความสนใจ ความ มีวินัย ความ รับผิดชอบ การ ส่งงานที่ได้รับ มอบหมาย โดย บันทึกพฤติกรรม ของนักศึกษาใน ระหว่างการเรียนรู้</p>	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เพื่อค้นหาเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. การอภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion)</p>	<p>เพาเวอร์พอยต์</p> <p>มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณาสินค้าต่างๆ</p>	<p>การสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	
6 (4 ชม.)	บทที่ 6 การจัดจำหน่าย (Place)	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “แม่ค้าอาหารเหนือจากตลาดสดสู่โลกออนไลน์” จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย (Place) โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็น อภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการสอนแบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การจัดจำหน่าย (Place)</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อ</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนรู้</p>	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศรวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง การจัดจำหน่าย (Place) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อ ทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p>	<p>เพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “แม่ค้าอาหารเหนือจากตลาดสดสู่โลกออนไลน์”</p>	<p>การสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	
7 (4 ชม.)	<p>บทที่ 7 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p>	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “Promotion” จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับ ทฤษฎีวางเงื่อนไขแบบการกระทำ โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการสอนแบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 2” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปราย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อ</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนรู้</p>	<p>ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์</p>

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		<p>กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 2”</p>	<p>เพาเวอร์พอยต์</p> <p>มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวีดิทัศน์เรื่อง “Promotion”</p>	<p>การสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>6. ประเมินผลจากใบงาน</p>	
8 (4 ชม.)	บทที่ 8 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) โดยการนำเสนอการสำรวจตลาด</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา</p>	<p>1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</p> <p>3. ประเมินจากการปฏิบัติ</p> <p>4. ประเมินผลจากการอภิปราย</p>	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เฉลยคำตอบ</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. การนำเสนอการสำรวจตลาด</p>	(Laptop) 3. สื่อ เพาเวอร์ พอยต์ มัลติมีเดีย	ตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
9 (4 ชม.)	บทที่ 9 พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน :</p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมภาพโฆษณาสินค้า จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ</p> <p>2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แรงจูงใจ” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>7. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p>	1. เอกสาร ประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉาย ภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์ แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์ พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง เป้าหมายมีไว้ พุ่งชน (แม่) 5. ภาพ โฆษณาสินค้า	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากการปฏิบัติ 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 5. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่)	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศรวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แรงจูงใจ”		วิเคราะห์ในหัวข้อ “แรงจูงใจ” 6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 7. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
10 (4 ชม.)	บทที่ 10 พฤติกรรมของ ผู้บริโภคด้านการรับรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้ โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้ 3. ผู้สอนได้แบ่งกลุ่มให้นักศึกษากลุ่มละ 6-10 คน โดยนักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติ (Practice) ในหัวข้อ “การทดลองการรับรู้” 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา กิจกรรม/ใบงาน : 1. กิจกรรมการทดลองการรับรู้	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากการลงมือปฏิบัติ (Practice) ในหัวข้อ “การทดลองการรับรู้” 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบ	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
				ในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย	
11 (4 ชม.)	บทที่ 11 พฤติกรรมของ ผู้บริโภคด้านการเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง นางรำ จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้ 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แสดมปีเซเวน” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากกรณีวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) “แสดมปีเซเวน”	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์เรื่อง นางรำ	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) “แสดมปีเซเวน” 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพงศ์
12 (4 ชม.)	บทที่ 12 พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านบุคลิกภาพ	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง บุคลิกภาพของผู้ชายและผู้หญิง จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำ 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยา การตลาดและ	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจาก	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>(Case Study) จากวิดีโอทัศน์ เรื่อง สูตรเสนาหาวิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านบุคลิกภาพ</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง บุคลิกภาพ โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แนวความคิดมนุษยนิยม โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>7. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p>กิจกรรม/ใบงาน :</p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอทัศน์ เรื่อง สูตรเสนาหาวิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค”</p> <p>2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “บุคลิกภาพ”</p>	<p>ผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวิดีโอทัศน์ เรื่อง สูตรเสนาหา</p>	<p>การสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอทัศน์ เรื่อง สูตรเสนาหา วิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค”</p> <p>5. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing)</p> <p>6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>7. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
13 (4 ชม.)	บทที่ 13 พฤติกรรมของ ผู้บริโภคด้านทัศนคติ	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) จากวิดีโอ เรื่อง อินเดียนรณรงค์สวมหมวกกันน็อกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านทัศนคติ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง ทัศนคติกับการตลาด โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านทัศนคติ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ เรื่อง อินเดียนรณรงค์สวมหมวกกันน็อกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด” 2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวิดีโอ เรื่อง อินเดียนรณรงค์สวมหมวกกันน็อกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ เรื่อง อินเดียนรณรงค์สวมหมวกกันน็อกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด” 5. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) 6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 7. ประเมินจาก	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		“ทัศนคติกับการตลาด”		ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย	
14 (4 ชม.)	บทที่ 14 การประยุกต์ ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่ เกี่ยวข้องกับการตลาดและ ผู้บริโภค	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ใก่ฟ้า พญาลอ จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการ ประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับ การตลาดและผู้บริโภค 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) จากวีดิทัศน์เรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ในหัวข้อ “การประยุกต์ ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและ ผู้บริโภค” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษา ร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6- 10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง การนำเสนอการจัด กิจกรรมทางการตลาด Event Marketing โดย ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็น อภิปรายเพิ่มเติม 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและ เฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อ เรื่อง การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง กับการตลาดและผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้า ห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัยหรือสืบค้นข้อมูลทาง อินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา	1. เอกสาร ประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและ ผู้บริโภค 2. เครื่องฉาย ภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์ แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อ เพาเวอร์ พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ใก่ฟ้า พญาลอ 5. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ทำไมต้อง คนนี้ (WHY HIM?)	1. ประเมินด้วย การตอบคำถาม และการทำ แบบฝึกหัด 2. ประเมินจาก การสังเกต พฤติกรรมในชั้น เรียน 3. ประเมินผล จากการอภิปราย ตามหัวข้อหรือ ประเด็นที่ มอบหมาย 5. ประเมินจาก การวิเคราะห์กรณี ตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิ ทัศน์เรื่อง ทำไม ต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ ในหัวข้อ “การ ประยุกต์ทฤษฎีทาง จิตวิทยาที่ เกี่ยวข้องกับการ การตลาดและ ผู้บริโภค” 6. ประเมินจาก กิจกรรมการแสดง บทบาทสมมติ	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดิทัศน์ เรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ในหัวข้อ “การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค” 2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing” 3. กิจกรรมตอบคำถามโปรแกรมคอมพิวเตอร์ KAHOOT เรื่อง การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค		(Role-Playing) 7. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 8. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
15 (4 ชม.)	บทที่ 15 บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนตั้งคำถามนำถึงบทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการอภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค และการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) ด้วยการปฏิบัติการจัดกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา” 3. นักศึกษานำเสนอการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย (Multimedia for Presenta-	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการแก้ไขปัญหาในการประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริงกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา”	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและ ประเมินผล (สัดส่วนการ ประเมิน)	ผู้สอน
		กิจกรรม/ใบงาน : 1. การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา”	tion)	5. ประเมินจาก การมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม 6. ประเมินจาก ความรับผิดชอบ ในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย	
16 (4 ชม.)	สอบปลายภาค				

5.2 การวัดและการประเมินผล

1) การวัดผล :

- กิจกรรมในชั้นเรียน	40%
- การจัดกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา”	20%
- สอบปลายภาค	30%
- จิตพิสัย	10%

2) การประเมินผล : ใช้ระบบ อิงกลุ่ม อิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับผลการเรียน
90-100	A
85-89	B+
75-84	B
70-74	C+
60-69	C
55-59	D+
50-54	D
0-49	F

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

6.1 เอกสารและตำราหลัก

พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์ .(2562) . *เอกสารประกอบการเรียนวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค* ,
ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต . มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

6.2 เอกสารและข้อมูลสำคัญ

สิริอร วิชชาวุธ .(2554) . *จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค* , กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

6.3 เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ปริญ ลักขิตานนท์ .(2544) . *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ทิพย์
พอยท์.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

7.1 กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- 1) การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- 2) การประเมินอาจารย์ผู้สอนโดยนักศึกษา
- 3) นักศึกษาประเมินตนเองในผลการเรียนรู้แต่ละด้าน

7.2 กลยุทธ์การประเมินการสอน

- 1) ใช้แบบประเมินอาจารย์ผู้สอนโดยนักศึกษา
- 2) ใช้แบบสังเกตการณ์สอนของผู้สอน
- 3) ใช้แบบประเมินตนเองสำหรับนักศึกษา

7.3 การปรับปรุงการสอน

หลังจากผ่านการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมใน
การระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้

- 1) การนำผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษามาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการสอน ใน
กรณีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาต่ำ โดยวิธีการเรียนเสริม
- 2) การสัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- 3) ระดมสมองจากทีมผู้สอน

7.4 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจากการสังเกตพฤติกรรม คะแนนการสอบ การปฏิบัติ และการนำเสนอผลงาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้	วิธีการประเมิน			
	พฤติกรรมความ รับผิดชอบและ การมีส่วนร่วมใน การทำงาน	คะแนนสอบ	งานที่ได้รับ มอบหมาย (แบบฝึกหัด โครงการ รายงาน)	การนำเสนอผลงาน ด้วยทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข/ การสื่อสาร/ การใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ
คุณธรรม จริยธรรม	✓			
ความรู้	✓	✓	✓	✓
ทักษะทางปัญญา		✓	✓	✓
ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความ รับผิดชอบ	✓		✓	✓
ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓		✓	✓

7.5 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1) อาจารย์ผู้สอนดำเนินการทวนสอบรายวิชาด้วยตนเอง ด้วยการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาตามวิธีการข้อ 7.4

2) กรณีที่ผลการเรียนรู้ของรายวิชายังไม่ได้ประสิทธิผล อาจารย์ผู้สอนจะให้โอกาสนักศึกษาปรับปรุงแก้ไขได้ตามความจำเป็นเป็นรายกรณี