



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3644601 ชื่อรายวิชา แผนการตลาด

Marketing plan

อาจารย์ผู้สอน

ผศ. ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาแผนการตลาด (Marketing Plan) รหัสวิชา 3644601 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชาแผนการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “ความหมาย ความสำคัญ และ บทบาทของการวางแผนการตลาด คุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด กระบวนการวางแผนการตลาด การ วิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ทางการตลาด และ โปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม”

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

16 กรกฎาคม 2562

สารบัญ

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

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642401 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) แผนการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Plan

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ อาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

16 กรกฎาคม 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของการวางแผนการตลาด
- 2) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด
- 3) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- 4) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด และโปรแกรมการตลาด
- 5) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้มาใช้บูรณาการและสร้างประสบการณ์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของการวางแผนการตลาด คุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด กระบวนการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ทางการตลาด และโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การนำไปใช้และการควบคุม

Definition, importance, and roles of marketing planning. Outstanding characteristic of marketing plans. Marketing planning process. Situational analysis. Sales forecast. Objective, strategy, and marketing program formation. Budgeting. Implementation and control.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย และการฝึกปฏิบัติ 45 ชม. ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	30 ชม. ต่อภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนด วัน เวลาในการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และประกาศให้ผู้เรียนทราบ

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ประยุกต์จรรยาบรรณวิชาชีพ อาทิ ความโปร่งใส ยึดถือในความถูกต้องสู่การเรียนวิชาการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ

○ 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชานี้

● 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพทั้งกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับหมายหมายให้ทำนอกชั้นเรียน เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

● 1.1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม ให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมและงานกลุ่มที่ต้องมุ่งเน้นความรับผิดชอบเป็นสำคัญ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาร่วมกันสร้างกระบวนการเรียนรู้ กระตุ้นและสร้างจิตสำนึกในการเป็นนักศึกษาที่ดี โดยการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการเรียนในรายวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

1.2.2 อาจารย์ผู้สอนกำหนดแนวทางปฏิบัติ ตามกฎของมหาวิทยาลัย ระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติตน เช่นการแต่งกาย ความตรงต่อเวลาในการเข้าเรียน การส่งงาน และความซื่อสัตย์สุจริตในการเรียน รายงานและการสอบ

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนร่วมกับนักศึกษาร่วมกันกำหนดแนวทางในการบริหารเวลาและจัดสรรกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับมอบหมายนอกชั้นเรียน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตของนักศึกษา

1.2.4 อาจารย์ผู้สอนร่วมกับนักศึกษาร่วมกันกำหนดกิจกรรมประกอบการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อกระตุ้นการทำงานทั้งในและนอกชั้นเรียน

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกถึงทัศนคติที่มีต่อวิชาชีพ ผ่านการมีส่วนร่วมและการอภิปรายที่จัดขึ้น

1.3.2 สังเกตพฤติกรรมของของนักศึกษาในการแสดงออกถึงความเคารพในกฎระเบียบข้อบังคับของสถาบันและสังคม เช่น การแต่งกาย การเข้าเรียนตรงต่อเวลาและการลอกงานของนักศึกษา

1.3.3 สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนักศึกษาในกิจกรรมที่เป็นส่วนรวม การให้ความร่วมมือในกิจกรรมที่จัดขึ้นและความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

1.3.4 สังเกตพฤติกรรมการแสดงออกของนักศึกษาในการให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมและงานกลุ่มที่ต้องมุ่งเน้นความรับผิดชอบเป็นสำคัญ

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.2.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● 2.2.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.2.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 กระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

2.2.2 กระบวนการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นให้เห็นความสัมพันธ์ของศาสตร์บริหารธุรกิจ การตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงานเพื่อให้เห็นภาพและความเชื่อมโยงกันการรายวิชา

2.2.3. การเรียนการสอนโดยการมอบหมายงานที่เป็นการวิเคราะห์กระบวนการบริหารการตลาดซึ่งประกอบด้วยด้านการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินงาน จากกรณีศึกษา

2.2.4 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากข่าวและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นโดยชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การสังเกตจากการอภิปรายในชั้นเรียน การรับฟังและการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และการทดสอบ

2.3.2 การสังเกตจากการแสดงความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์ของศาสตร์การตลาดและการเชื่อมโยงไปในศาสตร์อื่นๆของการบริหารธุรกิจ และการสอบกลางภาค

2.3.3 การทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

2.3.4 การแสดงความคิดเห็นในกรณีศึกษา และการทดสอบโดยข้อสอบกลางภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 กระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

2.2.2 กระบวนการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม โดยการวิเคราะห์กรณีศึกษา

2.2.3. การเรียนการสอนโดยการกระบวนการกลุ่ม การวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อที่จะสามารถอภิปราย การคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 การสังเกตจากการอภิปรายในชั้นเรียน การรับฟังและการแสดงความคิดเห็นร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ และการทดสอบ

3.3.2 ประเมินคุณภาพงานของนักศึกษาในการค้นหาข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบรายงาน

3.3.3 การสังเกตถึงความสามารถในการแสดงความคิดเห็นในกรณีศึกษาที่ได้รับมอบหมายโดยการนำความรู้จากวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องาน

○ 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 มอบหมายให้ทำแผนการตลาดร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในวิชาแก้ปัญหาที่กำหนดในลักษณะของการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem based learning)

4.2.2 แทรกประสบการณ์จริงของอาจารย์ในระหว่างการสอน โดนผ่านการเล่าเรื่องต่าง ๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 การสังเกตถึงความสามารถในการทำงานเป็นทีม การรับฟังและการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น และการบริหารจัดการกลุ่มให้บรรลุเป้าหมาย

4.2.1 สังเกตการแสดงทักษะและการแสดงออกทางความคิดบทบาททางสังคมการเป็นผู้นำและการมีบทบาทของการเป็นผู้ตาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.2.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.3.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง

● 5.3.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาโดยการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ตัวเลขแนวโน้มทางการตลาดเพื่อนำไปใช้ในการคิดวิเคราะห์ โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและจัดทำรายงาน

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2.3 จัดกิจกรรมการนำเสนอแผนการตลาด โดยนำเสนอในเวทีที่มีความหลากหลาย

5.2.4 จัดกิจกรรมเพื่อเป็นการนำเสนองานที่จัดทำโดยนักศึกษาเพื่อเผยแพร่ในสื่อที่หลากหลาย ทั้ง online และ offline

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 พิจารณาจากรายงานที่ได้มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.2 พิจารณาจากผลงานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนอย่างทันสมัย

5.3.3 พิจารณาจากทักษะการนำเสนอแผนการตลาด โดยนำเสนอในเวทีที่มีความหลากหลาย

5.2.4 พิจารณาจากความสามารถในการทำงานที่จัดทำโดยนักศึกษาเพื่อเผยแพร่ในสื่อที่หลากหลาย ทั้ง online และ offline

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>แนะนำเนื้อหาารายวิชา</p> <p>1. วิธีการเรียนการสอน วิธีการประเมินผล</p> <p>2. ทบทวนความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้เกี่ยวกับการตลาดและแผนการตลาด และสามารถเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจและ</p>	3	<p>1. อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหา รายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา ข้อปฏิบัติในการเรียน การสอนเกณฑ์การวัดผล และ ประเมินผล แนะนำหนังสือ แหล่งการเรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้</p> <p>3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหาด้วยการถามตอบ</p> <p>4. มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลของเวทีการแข่งขันแผนการตลาด แผนการสื่อสารการตลาด แผนกลยุทธ์หรือแผนธุรกิจ จากหน่วยงานหรือเวทีภายนอก</p> <p>5. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำ เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้ทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด แนวโน้มตลาด ในรูปแบบ infographiic</p> <p>6. สื่อการสอน</p>	<p>1.ตำรา วิชาทางการตลาด</p> <p>2. Power point</p> <p>3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง แผนการตลาด</p>	<p>กิจกรรมที่ 1 2 3 4 5</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> <p>ข้อ1</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
			<ul style="list-style-type: none"> • ตำราการวางแผนการตลาด • สื่อการสอน PowerPoint • สื่อออนไลน์ 			
2	<p>แผนการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายและความสำคัญของแผนการตลาด 2. รูปแบบของแผนการตลาด 3. กระบวนการวางแผนการตลาด 4. วงจรการวางแผนการตลาด 5. การเตรียมแผนการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในแผนการตลาด และ ประโยชน์ของการตลาด กระบวนการวางแผนการตลาด และการเตรียมแผนการตลาดโดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ infographiic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อกรีนนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป 2. บรรยายประกอบ Power point 3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน กระบวนการเขียนแผนการตลาด โดยใช้ infographic 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำรา ทางการตลาด 2. Power point / สื่ อดิจิทัล 3. กรณีศึกษาที่นักศึกษาสืบค้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
3	<p>การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ 2.การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ โดยใช้ infographiic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1.ตำราวิชาการตลาด 2. กรณีศึกษาที่นักศึกษาสืบค้นเพื่อนำมาใช้ในการ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>3. การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ทางการตลาด การวิเคราะห์ SWOT และสามารถนำไปใช้ เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ สามารถนำเสนอข้อสรุป สามารถแสดงความคิดเห็นจากการนำเสนอของนักศึกษาเอง</p>		<p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด</p> <p>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจบำรุงรักษารถยนต์</p> <p>4. มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT และนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อคิดวิเคราะห์ความสอดคล้องของแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด</p>	วิเคราะห์	ข้อ1,2	
4	<p>การกำหนดตลาดเป้าหมาย</p> <p>1.การแบ่งส่วนทางการตลาด</p> <p>2.การเลือกตลาดเป้าหมาย</p> <p>3.การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยสามารถนำเสนอสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>		<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา</p>	<p>1.ตำรา การตลาด</p> <p>2. Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา</p> <p>4. สื่อ Digital media จาก youtube</p>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
5	<p>การวางแผนผลิตภัณฑ์</p> <p>1.การพัฒนาผลิตภัณฑ์</p> <p>2.การพัฒนารวมผลิตภัณฑ์</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2.มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้า</p>	<p>1.ตำราทางการตลาด</p> <p>2. Power point</p> <p>3.</p>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	3. การพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ วางแผนผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดย ใช้ เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น		ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนผลิตภัณฑ์ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปราย		ข้อ 3	
6-7	การวางแผนราคา และช่องทางการจัด จำหน่าย 1.การกำหนดวัตถุประสงค์การตั้งราคา 2. การกำหนดกลยุทธ์ราคา 3. การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ วางแผนราคาและการจัดการช่องทางการจัด จำหน่าย และสามารถแสดงความคิดเห็นใน การเนื้อหา ฝึกการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุมี ผลในการตัดสินใจวางแผนการตลาด	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตั้ง ราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายในสถานการณ์ ปัจจุบัน โดยให้นำข้อมูลจากกรณีศึกษาในปัจจุบัน มาใช้ในการคิดวิเคราะห์ 2. ทบทวนความรู้เกี่ยวกับนโยบายราคาและการ จัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	1.เอกสารประกอบการ สอนวิชาการบริหารราคา และการจัดการช่องทาง การจัดจำหน่าย 2. กรณีศึกษาที่นักศึกษา สืบค้นมาโดยมีความ เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้ง ราคาและการกำหนด ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ ประสบความสำเร็จ เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จทางธุรกิจ	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
8-9	การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด -การกำหนดวัตถุประสงค์ของสื่อสารทางการ ตลาด	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ กรณีศึกษาที่สามารถใช้ การสื่อสารการตลาดได้อย่างประสบความสำเร็จ ที่ ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่	1.เอกสารประกอบการ สอนการสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	-กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด -การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดได้อย่างหลากหลาย ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์		บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการโฆษณา	3 . แบบ บ จ ำ ล อ ง กระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ	ข้อ3	
10	การกำหนดงบประมาณทางการตลาด การวิเคราะห์การคืนทุน และการกำหนดพฤติกรรมการปฏิบัติงาน Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณทางการตลาด การวิเคราะห์การคืนทุน และการกำหนดพฤติกรรมการปฏิบัติงานโดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้แผนการตลาด เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอ	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ แผนการตลาด ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. ทดลองวางแผนการกำหนดงบประมาณ การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด	1.เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. ตัวอย่างแผนการตลาดที่ได้รับรางวัลเพื่อนำมาใช้เป็นตัวอย่างในการถอดบทเรียนความคิดและการวิเคราะห์	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ล ี อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
11-12	<p>กิจกรรมทางการตลาด</p> <p>การกำหนดกิจกรรมทางการตลาดในแผนการตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจของแผนการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดกิจกรรมทางการตลาดในแผนการตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจของแผนการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้แผนการตลาดเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอแผนการตลาด ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา)	1.แผนการตลาด 2. สื่อ Digital media จาก youtube แผนกิจกรรมการตลาดที่สามารถสร้างความสนใจในปัจจุบัน	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
13	<p>จริยธรรมทางการตลาด</p> <p>1.ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด 2.กรณีศึกษาของแผนการตลาดกับจริยธรรม</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด โดยนำเสนอหลักการทางจริยธรรมเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และ</p>	3	1. มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลของธุรกิจที่มีข้อพิพาทเกี่ยวกับจริยธรรมทางการตลาด 2. วิเคราะห์และทำความเข้าใจในผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการขาดจริยธรรมทางการตลาด	1.กรณีศึกษา เกี่ยวกับนักธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมทางธุรกิจ	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ลั อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	สามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอ เนื้อหา					
14-15	<p>นำเสนอแผนการตลาด</p> <p>นำเสนอแผนการตลาดที่นักศึกษาได้จัดทำ ขึ้น โดยเปิดโอกาสให้เพื่อนในชั้นเรียนได้ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ วางแผนการตลาด และกระบวนการนำเสนอ แผนการตลาดที่มีความน่าสนใจ และฝึก ความสามารถในการตอบคำถามในเวลา จำกัด</p>	3	1. ให้นักศึกษานำเสนอ แผนการตลาด ที่ได้ มอบหมายให้นักศึกษาได้จัดทำขึ้น โดยเปิดโอกาส ให้เพื่อนในชั้นเรียนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ แผนการตลาด	1. แผนการตลาดซึ่งเป็น ผลงานของนักศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 ส อ ด ค ล ็ อ ง กั บ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. กิจกรรมในชั้นเรียน จิตพิสัย การมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน ความ รับผิดชอบของงานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.1,1.1.2 2.1.1,2.1.2,2.1.4,3 .1.1,3.1.2,3.1.3 4.1.1 5.1.3	1. นักศึกษาเข้าเรียนสม่ำเสมอ 2. นักศึกษาแต่งกายถูกระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. นักศึกษามีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น 4. นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา	ทุกสัปดาห์	20%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.4, 2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.2, 4.1.1,4.2.2 5.1.1,5.1.3	วิเคราะห์กรณีศึกษางานเดี่ยวและงานกลุ่ม และ การนำเสนอแผนผังความคิด		20%
3. การจัดทำแผนการ ตลาดและการนำเสนอ	1.1.1,1.1.4 2.1.2,2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.3 4.1.1 5.1.1,5.1.3	การนำเสนองานกลุ่ม		30%
4. การทดสอบวัดผล ความรู้	1.1.4 2.1.2, 2.1.3	การทดสอบ -ทดสอบย่อย - สอบปลายภาค	7,16	30%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- กานต์สุดา มาฆะศิริรานนท์ และ วีรจูธ มาฆะศิริรานนท์ .(2555). วิธีเขียนแผนการตลาด.
กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.
- วิภารนต์ มงคลจันทร์. (2555) Marketing for work งานการตลาดจากการวางแผนสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ .บริษัทอาร์เนย์การพิมพ์ จำกัด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. PowerPoint ประจำบทเรียน
2. VDO Clips ,Websites ,กรณีศึกษาประจำบท

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ประเมินจากแนวคิดและการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา โดย การสนทนา และการแสดงความคิดเห็นแบบคิดวิเคราะห์

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้การประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชาแบบทวนสอบ

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการพิจารณาคุณภาพของผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น