



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3641104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Technology and Information System in Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

ในการจัดทำ มคอ.3 ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด (Technology and Information System in Marketing) รหัสวิชา3641104 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชา**เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด** หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

ผู้สอนควรได้ศึกษารายละเอียดแต่ละหัวข้อเพิ่มเติมอีกและหวังว่าเอกสารประกอบการสอนนี้จะมีประโยชน์และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	28
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	29

	รายละเอียดของรายวิชา
ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3641104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Technology and Information System in
Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3(2-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
- 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

7 กรกฎาคม 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรอบรู้ แนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้เรื่องเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับพัฒนาเพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การสื่อสารการตลาด

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษาจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

3.2 นักศึกษาจะต้องทำมีความซื่อสัตย์หาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎี บทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด กระบวนการพัฒนา การจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง การสร้างตราผลิตภัณฑ์ และการควบคุมทางการตลาด

Concepts, theories, roles, and function of technology and information system in marketing. Development process, management, and application of technology and

information system in decision making, marketing mix development, relationship building, branding, and marketing control.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ช.ม. ต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อ ทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	30 ช.ม. ต่อภาค การศึกษา	75 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
(เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและ
สิ่งแวดล้อม
- (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล
และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- (3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว
- (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหา
ทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ และคุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สอดแทรกตัวอย่างทางธุรกิจที่ปฏิบัติตามหลักจริยธรรม

(3) มอบหมายงาน กิจกรรม กรณีศึกษา รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลาและการทำงานร่วมกัน

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการมีวินัยของนักศึกษา การตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตรงตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายงานกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน กิจกรรม กรณีศึกษา รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

○ (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาด

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ สอดแทรกกรณีศึกษาและตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานการตลาด

(3) สอนแบบการคิดวิเคราะห์ การอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษานำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการค้นคว้า และพัฒนากระบวนการทางการตลาด โดยจัดทำรายงานเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด พร้อมทั้งนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร

(5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทั้งทักษะ ความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

(7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

1.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● (1) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

○ (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

1.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการแนวคิด และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศทางการตลาด

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ และเปลี่ยนความคิด โดยใช้กรณีศึกษา

(3) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูล แนวคิด เทคโนโลยี เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์

(4) มอบหมายงานต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์

หลักสูตร

(5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทักษะความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

(7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● (1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

● (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้นักศึกษานำเสนอความคิดเห็นเพื่อแสดงทักษะในการเป็นผู้นำ และรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น

(2) มอบหมายให้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในรายวิชากับปัญหาที่กำหนดและนำเสนอหน้าชั้นเรียนโดยการอภิปรายเป็นกลุ่ม กระตุ้นให้เกิดการซักถามและตอบคำถาม

(3) กำหนดให้นักศึกษาทำกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินพฤติกรรมในห้องเรียน และการทำกิจกรรมกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการอภิปราย

(2) การวิเคราะห์ผลการทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรม

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการ

การตลาด การนำเสนอ และการทำงานเป็นทีม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางธุรกิจ

○ (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองาน อย่างถูกต้อง

● (4) สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

(1) บรรยายและใช้สื่อ Power Point โดยสอดแทรกภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชา

(2) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน และการทำ รายงาน โดยมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลที่นำมาเชื่อถือ

(3) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนา ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

(4) มอบหมายงาน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(5) มอบหมายงานในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการตลาด โดยการทำคลิปเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ หลักสูตรโดยใช้กระบวนการทางการตลาดมาเป็นหลัก

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัยข

(2) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความรู้และความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการรายงานและการนำเสนอ เรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานการตลาด

(4) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาสื่อทางการตลาด โดยจัดทำคลิปเพื่อประชาสัมพันธ์ หลักสูตร

(5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(6) ประเมินจากรายงาน ผลงานที่นักศึกษาค้นคว้า ความถูกต้อง ผลงานสร้างสรรค์ พร้อมทักษะ ความสามารถในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

(7) ประเมินจากทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา การบ้าน และการทำกิจกรรมทั้งในและนอกห้องเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>แนะนำเนื้อหาารายวิชา</p> <p>1. วิธีการเรียนการสอน วิธีการประเมินผล</p> <p>2. ทบทวนความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางการตลาด และพื้นฐานทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>แนวคิดบทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <p>- ความหมายของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <p>- แนวคิดของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p>	4	<p>1.อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหาารายวิชาวัตถุประสงค์ของรายวิชา</p> <p>ข้อปฏิบัติในการเรียน การสอน</p> <p>เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล</p> <p>แนะนำหนังสือ แหล่งการเรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียนเนื้อหาเพื่อทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานทางการตลาด และพื้นฐานทางเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ</p> <p>3. อาจารย์และนักศึกษาร่วมกัน</p>	<p>1.เอกสารประกอบการเรียนวิชาการจัดการเทคโนโลยีและสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>3. แบบทดสอบย่อย</p> <p>3. สื่อออนไลน์</p>	1.1,1.2,1.3,1.4,12.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนประกอบของระบบสารสนเทศทางการตลาด - บทบาทและหน้าที่ของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดบทบาท และหน้าที่ของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		สรุปเนื้อหาด้วยการถามตอบ 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
2	<p>กระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนการนำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมาใช้ในการตลาด - ระบบสารสนเทศภายใน 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าขั้นตอนการนำเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศมาใช้ทางการตลาดและนำเสนอหน้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 	1.1, ,1.3,1.4,12.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	กิจกรรม - ระบบข่าวกรองทางการตลาด - ระบบการวิจัยการตลาด - ระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนและสามารถตอบข้อสงสัยของอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้		ชั้นเรียน 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
3	การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ระบบประมวลผลรายการ - ระบบจัดการรายงาน	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบ	1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนและสามารถตอบข้อสงสัยของอาจารย์และเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้		สารสนเทศในการตลาด 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
4	การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด - ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับสูง - ลักษณะสำคัญของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ - การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ - องค์ประกอบหน้าที่ทางการจัดการ	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายอภิปรายเรื่อง “การใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ” 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและ	1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - ประสิทธิภาพในการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ - ความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูล - การใช้ระบบสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		สงสัย			
5	<p>การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิธีการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ - การค้นหาความต้องการ - การประเมินเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ 	4	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบ 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 5. แบบทดสอบย่อย 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการ - การนำระบบไปใช้ <p>สอบปฏิบัติ เรื่อง การใช้ Software ในการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>สารสนเทศในการตลาด</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
6	<p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมา - ประยุกต์ใช้ในทางการตลาด การตัดสินใจ - สภาพการณ์ในการตัดสินใจ 	4	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - ระดับ และขั้นตอน การ ตัดสินใจ <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการ จัดการเทคโนโลยีและระบบ สารสนเทศในการตลาดและ สามารถอธิบายเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<ul style="list-style-type: none"> 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกัน อภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย 			
7	<p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ ระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการ ตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ลั ก ษ ณะ ของ ระบบ สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการ ตัดสินใจ - ความแตกต่างของระบบ สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการ ตัดสินใจกับระบบสารสนเทศ อื่น - ส่วน ประกอบของระบบ 	4	<ul style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วน ร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2.มอบหมายให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษาโดยนำการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกัน อภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ 	<ul style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศใน การตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทร พร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยี และ ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ - ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของบุคคล <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถและเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>		สงสัย			
8	<p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศสนับสนุน 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่ม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>การตัดสินใจแบบกลุ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ระบบห่วงโซ่อุปทาน - ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ - ระบบจัดการองค์ความรู้ - ระบบผู้เชี่ยวชาญ - ระบบเครือข่ายประสาทเทียม - ระบบลูกผสม - ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจที่ชาญฉลาด - ประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ <p>ทดสอบย่อยเพื่อประเมินผลความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ 		<p>เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อใช้ในการตัดสินใจ</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p> <p>5. แบบทดสอบย่อย</p>		

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในการตลาดและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน และสามารถทำแบบทดสอบย่อยได้มากกว่าร้อยละ 50</p>					
9	<p>ประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่วนประสมทางการตลาด - ความสำคัญของการให้บริการลูกค้า - การบริหารส่วนประสมทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปประโยชน์ของระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตลาด และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยน</p>	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลถึงการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อบริหารส่วนประสมทางการตลาด 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	เรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม		สงสัย			
10	<p>การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า - การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ - ประโยชน์ของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p>	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
11	<p>การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> -ส่วนประกอบของการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -ขั้นตอนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ -การดำเนินการทางการตลาดเพื่อลดจำนวนของลูกค้าที่เริ่มไม่พอใจกับบริษัท -เทคโนโลยีเพื่อการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า -ปัจจัยที่ทำให้การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าประสบความสำเร็จ -การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้า -การบริหารประสบการณ์ของ 	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลการจัดการกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์ 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ลูกค้า</p> <p>-การบริการลูกค้า</p> <p>-ความร่วมมือด้านองค์กร</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถอภิปรายเพื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และ กระบวนการกลุ่ม</p>					
12	<p>การใช้เทคโนโลยีในการสร้าง ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-ความหมายของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-ส่วนประกอบตรา</p> <p>-เอกลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-มูลค่าของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-ความสัมพันธ์ของตรา ผลิตภัณฑ์กับสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>-การสร้างตราและการสร้าง คุณค่าตรา</p>	4	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่ม เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการสร้างตรา ผลิตภัณฑ์</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกัน อภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-ขั้นตอนการสร้างตราผลิตภัณฑ์บนอินเทอร์เน็ต</p> <p>-เครื่องมือในการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-การสร้างและออกแบบเว็บไซต์เพื่อการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-การเผยแพร่ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>-การประเมินผลการสร้างตราผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการสร้างตราผลิตภัณฑ์และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p>		และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
13	<p>การใช้เทคโนโลยีในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>-เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>-เทคโนโลยีกับความสัมพันธ์</p>	4	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับ</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p>	<p>1.1,1.2,1.4,2.1,2.2</p> <p>3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4</p>	<p>ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ตามแนวตั้งระหว่างสมาชิกใน ช่องทางการจัดจำหน่าย -เทคโนโลยีทางเทคโนโลยีกับ ความสัมพันธ์กับความต้องการ ขั้นสุดท้าย Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้ เทคโนโลยีในการจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่ายและ สามารถอภิปรายเพื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้และ กระบวนการกลุ่ม		การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่าย 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกัน อภิปรายสรุปเนื้อหา 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย	4. สื่อออนไลน์		
14	การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ ราคา -ความหมายของของราคา -วัตถุประสงค์ของการตั้งราคา -กลไกการคั่นหาราคา -ปัจจัยในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ	4	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วน ร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่ม เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับ การใช้เทคโนโลยีในการจัดการ ช่องทางการราคา	1. เอกสารประกอบการเรียน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศใน การตลาด 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย 4. สื่อออนไลน์	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทร พร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-เทคโนโลยีกับการจัดการด้านราคา</p> <p>-รูปแบบการตั้งราคาในอินเทอร์เน็ต</p> <p>-เทคโนโลยีที่การอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อของลูกค้า</p> <p>-เว็บไซต์วัดความนิยมหรือเรตติ้ง</p> <p>-รูปแบบการชำระเงินออนไลน์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีในการจัดการราคา และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p>		<p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
15	<p>การใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด</p> <p>-ความหมายของการส่งเสริมการตลาด</p>	4	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่ม</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3,5.1,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>-บทบาทของการสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ตลาด</p> <p>-เป้าหมายและกลยุทธ์ของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>-เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ</p> <p>-การตลาดแบบไวรอล</p> <p>นำเสนอแผนการตลาดและคลิปที่บูรณาการความรู้เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีในการจัดการราคา และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม</p>		<p>เพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด</p> <p>3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปรายสรุปเนื้อหา</p> <p>4. นำเสนอรายงานการนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาการตลาดฉบับสมบูรณ์</p> <p>5. คลิปประชาสัมพันธ์หลักสูตร</p>	<p>3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย</p> <p>4. สื่อออนไลน์</p>		

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผล การเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย (บุคลิกภาพ)	(1.1) (1.3) ,(1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน 2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	5%
2. การตอบคำถามทบทวนท้ายบท/ กิจกรรมในชั้นเรียน	(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)	1. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การทำงานเป็นทีม การอภิปรายกลุ่ม 3. ประเมินจากคุณภาพของงาน ความครบถ้วนถูกต้อง เรียบร้อย	1-15	5%

กิจกรรมที่	ผล การเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
3. รายงานและ นำเสนอ “การ ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีกับ งานการตลาด	(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)	1. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รายกลุ่มและบุคคล มี ความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงาน ผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม 3. ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย	2-15	10%
4 . การนำ เทคโนโลยีไป พัฒนาสื่อทาง การตลาด โดย จัดทำคลิปเพื่อ ประชาสัมพันธ์ หลักสูตร	(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)	1. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รายกลุ่มและบุคคล มี ความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงาน ผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม	2-15	10%

กิจกรรมที่	ผล การเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
		3.ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย		
5. รายงานการ นำเทคโนโลยี มาเขียน แผนการตลาด	(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)	1. ประเมินจากความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย รายกลุ่มและบุคคล มี ความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงาน ผู้อื่นมาเป็นของตน 2. ประเมินจาก พฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมใน ชั้นเรียน การทำงาน เป็นทีม การอภิปราย กลุ่ม 3.ประเมินจาก คุณภาพของงาน ความครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย	15	15
6. ทดสอบย่อย - องค์ความรู้ - ศัพท์ ภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2) (3.1) (3.2) (5.2) (5.3)	ประเมินจากการ ทดสอบย่อย โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย	8	15%
7. สอบปลาย ภาค	(1.1),(1.3),(1.4),(2.1),(2.2),(2.4), (3.1),(3.3) ,(4.1), (4.2), (4.3) ,(5.1),(5.2),(5.3),(5.4)	ประเมินจากการสอบ ปลายภาค โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภัทรพร ทิมแดง.(2558). *เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศทางการตลาด*. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Web site อ้างอิง

<http://www.adassthai.com> (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย)

<http://www.bangkokbiznews.com> (สมาคมป้ายโฆษณา)

<http://www.marketeer.co.th> (นิตยสารมาร์เก็ตเทียร์)

<http://www.brandagemag.com> (นิตยสารแบรนด์เอง)

<http://www.manager.co.th> (นิตยสารผู้จัดการ)

<http://www.positioningmag.com> (นิตยสารโพสิชั่นนิ่ง)

2.2 หนังสืออ่านประกอบ

Kotler, P. 2003. *Marketing management*. UpperSaddle River, New Jersey : Prentice Hall.

Laudon, Kenneth C. and Laudon, Jane P. 2011. *Essentials of Management Information Systems*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Mohammed, R. and others. 2003. *Internet Marketing*. 2nd ed. USA : McGraw Hill.

Strauss, Judy and Frost, R. 2014. *E-Marketing*. 7th ed. USA : Pearson Education Limited.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ วารสารอ้างอิง

3.1 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปรายรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ