



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3642106 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Channel Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

ในการจัดทำ มคอ.3 ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management) รหัสวิชา364106 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย สภาวะแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย โซ่อุปทาน การกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย การเจรจาต่อรองในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการความขัดแย้ง การรักษาความสัมพันธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ และจริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้สอนควรได้ศึกษารายละเอียดแต่ละหัวข้อเพิ่มเติมอีกและหวังว่าเอกสารประกอบการสอนนี้จะมีประโยชน์และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	24
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	25

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642106 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
 (ภาษาอังกฤษ) (Distribution Channel Management)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

8 กรกฎาคม 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้นักศึกษาสามารถอธิบายความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.2 เพื่อให้นักศึกษาสามารถอธิบายกลยุทธ์การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.3 เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความสำคัญของโซ่อุปทานได้

- 1.4 เพื่อให้นักศึกษาสามารถอธิบายเทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.5 เพื่อให้นักศึกษาสามารถอธิบายความหมายและความสำคัญเกี่ยวกับ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย รูปแบบของคนกลางได้
- 1.6 เพื่อให้นักศึกษาสามารถหาวิธีการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ได้
- 1.7 เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมได้
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ความสำคัญของโซ่อุปทาน
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้
- 2.4 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ปัจจุบันและสามารถหาวิธีการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ได้

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
- 3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า ความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทาน เทคโนโลยีสำหรับการจัดการช่องทาง การเลือกช่องทาง ประเภทของคนกลางทางการตลาด การเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการความขัดแย้ง การรักษาความสัมพันธ์ การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการตลาด

Channels of distribution, physical distribution; importance of supply chain management; technology for channel management; channel selection, types of market intermediary; negotiation with parties involved in marketing channels, conflict management, relationship management; occasional adjustment of distribution system; ethics and code of conduct in distribution channel management.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อ ทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

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

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

1.1.3 มีจิตสำนึก มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม และ มโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.4 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด

○ 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการจัดการทางการตลาด

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 จัดให้มีการเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทฤษฎี และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน

2.2.3 เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้

2.2.4 กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในหน่วยงานหรือสถาน-ประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.2 ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรมหรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ใช้วิธีการสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น การทำงานกับหลักสูตรอื่นๆ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือจากผู้มีประสบการณ์

4.2.2 จัดให้มีการฝึกงานในสถานประกอบการในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนอ งานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ โดยเน้นให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลองและสถานการณ์เสมือนจริงแล้วนำเสนอการแก้ไขปัญหา

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 สังเกตและประเมินทำงานกลุ่ม

5.3.2 ประเมินการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้ สื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย - การไหลเวียนของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง - โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียนเนื้อหาเพื่อทบทวนพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาด 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. แบบทดสอบก่อนเรียน 	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

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถอภิปราย เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน					
2	หัวข้อการสอน สภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความหมายของสภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย - ประเภทของสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่ายและและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำแบ่งกลุ่มเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่ายในสถานการณ์ปัจจุบัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. วีดิทัศน์ เรื่อง สภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ใบงาน	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
3	หัวข้อการสอน การจัดการข้อมูลของสภาพแวดล้อมในช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการด้านพลวัตของสภาพแวดล้อมใน	3	1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ค้นคว้าระบบสนุนการ	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power	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	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การจัดการระบบสนับสนุนการตัดสินใจ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการจัดการข้อมูลของสภาพแวดล้อมในช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>ตัดสินใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ และนำมาอภิปรายร่วมกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>point</p> <p>3. ใบงาน</p>		
4	<p>กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- ช่องทางการจัดจำหน่ายกับกลยุทธ์การบริหารการตลาด</p> <p>- ความหมายของกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและบทบาทของการจัดจำหน่ายในกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ของบริษัท</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องกลยุทธ์ช่องทางการจัด</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาค้นคว้าตัวอย่างกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าที่นักศึกษาสนใจและอภิปรายร่วมกัน เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการ</p> <p>ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	<p>1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2</p> <p>3.1,3.2,3.3,4.2, 4.3</p>	<p>ผศ.ดร.ภัทรพร</p> <p>ทิมแดง</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	จำหน่ายและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
5	หัวข้อการสอน กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและการเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและการประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเรื่อง “การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและการเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย” เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,1.4 2.1,2.2,2.3,2.4 3.1,3.2,3.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
6	หัวข้อการสอน การจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การกำหนดวัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การกระจายงานช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ค้นคว้าวิธีการจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายในองค์กรที่นักศึกษาสนใจ และนำมาอภิปรายร่วมกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 4. แบบรายงาน	1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2 3.1,3.2,3.3,4.2, 4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
7	หัวข้อการสอน การคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การฝึกอบรม - การจูงใจสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การประเมินผลสมาชิกในช่องทางการจัด	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ศึกษาการคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย แล้วนำมาอภิปรายโดยการแบ่งกลุ่มย่อยใน	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. วิดิทัศน์ เรื่องการจูงใจสมาชิกในช่องทาง	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	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>จำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การปรับเปลี่ยนวิธีการจัดจำหน่าย - การปรับปรุงการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและข้อตกลง - รูปแบบการจัดองค์กรของช่องทางการจัดจำหน่าย <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน</p>		<p>ชั้นเรียน</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>การจัดจำหน่าย</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. ใบงาน 		
8	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>โซ่อุปทาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน - การจัดการโซ่อุปทาน - ทดสอบย่อยเพื่อประมวลความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - องค์กรความรู้ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา วิเคราะห์กรณีศึกษา เกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานแล้ว นำมาอภิปรายแสดงความคิดเห็น โดยการแบ่งกลุ่มย่อย ในชั้นเรียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. แบบทดสอบย่อย 	<p>1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2</p> <p>3.1,3.2,3.3,4.2, 4.3</p>	<p>ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	- ศัพท์ภาษาอังกฤษ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องโซ่อุปทานสามารถ อภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้น เรียน และสามารถทำแบบทดสอบย่อยได้ มากกว่าร้อยละ 50		4. ทดสอบย่อย เพื่อประมวลความรู้ โดยข้อสอบจะมีทั้งองค์ความรู้ และศัพท์ภาษาอังกฤษ 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
9	หัวข้อการสอน การกระจายสินค้าและ โลจิสติกส์ - ความหมายของโลจิสติกส์ - บทบาทของโลจิสติกส์ - ระบบโลจิสติกส์ - ความสอดคล้องประสานกันระหว่างโลจิสติกส์ และการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการกระจายสินค้า และโลจิสติกส์และสามารถนำเสนอหน้าชั้น เรียน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้าการกระจาย สินค้าและโลจิสติกส์ของธุรกิจที่ นักศึกษาสนใจและนำเสนอหน้าชั้น เรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการ ช่ อ ง ท า ง ก า ร จั ด จำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. วีดิทัศน์ เรื่องข้อมูล ระบบโลจิสติกส์	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	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
10	หัวข้อการสอน เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย - แรงแกระตุ้นของนวัตกรรมในช่องทางการจัดจำหน่าย - นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีกับความสัมพันธ์ แนวตั้งระหว่างสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีกับความสัมพันธ์ กับความต้องการขั้นสุดท้าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2}3.1,3.2,3.3 ,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
11	หัวข้อการสอน การเจรจาต่อรองในช่องทางการจัดจำหน่าย - ความหมายของการเจรจาต่อรอง - ความสำคัญของการเจรจาต่อรองที่ก่อให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่าย	3	1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. สอบปฏิบัติวิธีการ การเจรจาต่อรอง (รายกลุ่ม) โดยใช้วิธีการบทบาทสมมติ	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point	1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2}3.1,3.2,3.3 ,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง - เป้าหมายการเจรจาต่อรอง - ขั้นตอนการเจรจาต่อรอง - ปัญหาสำคัญของการเจรจาต่อรอง <p>สอบปฏิบัติวิธีการ เจรจาต่อรองในช่องทางการ จัดจำหน่าย</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการเจรจาต่อรองใน ช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถนำเสนอ หน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่ง ก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>		<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. แบบทดสอบย่อย		
12	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>การจัดการความขัดแย้ง การรักษา ความสัมพันธ์ ในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและลักษณะของความขัดแย้ง - สาเหตุของความขัดแย้ง - ความขัดแย้งกับประสิทธิภาพในการทำงาน - ประเภทและระดับของความขัดแย้ง 	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาทำกรณีศึกษาเรื่องการ จัดการความขัดแย้ง และการรักษา ความสัมพันธ์ในช่องทางการจัด จำหน่าย เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการ ช่องทางการจัด จำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา</p>	<p>1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2}3.1,3.2,3.3 ,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4</p>	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>- ความร่วมมือกันในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- ความพึงพอใจของช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการจัดการความขัดแย้ง และการรักษาความสัมพันธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>		<p>ภายใต้ กระบวนการกลุ่ม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
13	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์</p> <p>- สถานการณ์ตลาดสินค้าใหม่</p> <p>- สถานการณ์ตลาดสินค้าที่มีการเติบโต</p> <p>- สถานการณ์ตลาดสินค้าอิมพอร์ต</p> <p>- สถานการณ์ตลาดสินค้าตกต่ำ</p> <p>- สภาพแวดล้อม</p> <p>- สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาทำกรณีศึกษาเรื่องการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ภายใต้ กระบวนการกลุ่ม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. กรณีศึกษา</p>	<p>1.1,1.2,1.4,2.1,2.2}3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.2,5.4</p>	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุดำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
14	หัวข้อการสอน ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ - ลักษณะพิเศษของบริการ - ลักษณะของบริการกับการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - ความเกี่ยวข้องกับลูกค้าและการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - มุมมองอื่นของช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ - ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบแฟรanchise - คณกลางทางการตลาดในการจัดจำหน่ายธุรกิจบริการ	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการที่นักศึกษาสนใจ และนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2}3.1,3.2,3.3 ,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	- นัยสำคัญของนักการตลาดในธุรกิจบริการ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องช่องทางการจัด จำหน่ายในธุรกิจบริการ และสามารถนำเสนอ หน้าชั้นเรียน					
15	จริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัด จำหน่าย - การตลาดทางตรงและการละเมิดสิทธิความเป็น ส่วนตัวในด้านข้อมูล - การตลาดเครือข่าย - การตลาดสี่เทา - การใช้อำนาจในทางที่ผิด - ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการจัดซื้อ - การใช้แรงงานเด็ก - สภาพแวดล้อมในการทำงานแบบโรงงานนรก - โซอุปทานสีเขียว - จรรยาบรรณต่อลูกค้า - จรรยาบรรณต่อบริษัท	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง กับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ศึกษาข้อมูลพร้อมการ อภิปราย เกี่ยวกับจริยธรรมและ จรรยาบรรณในช่องทางการจัด จำหน่ายว่ามีความสำคัญอย่างไร และ ยกตัวอย่างการดำเนินธุรกิจที่มีและไม่ มีจริยธรรม โดยการแบ่งกลุ่มย่อยในชั้น เรียน 3. การนำเสนอผลงาน และการ อภิปรายพร้อมการวิพากษ์ผลงานของ นักศึกษาได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้	1. ตำราวิชาการจัดการ ช อ ง ท า ง ก า ร จั ด จ ำ ห ำ น ำ ย 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา	1.1,1.2,1.4,2.1, 2.2}3.1,3.2,3.3 ,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - จรรยาบรรณต่อคู่แข่งชั้น - จรรยาบรรณต่อสังคม - จรรยาบรรณต่อตัวพนักงานขาย - กรณีศึกษาจรรยาบรรณต่อคู่แข่งชั้น - แนวโน้มอาชีพการขายในอนาคต <p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>		ภายใต้กระบวนการกลุ่ม			

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	(1.1) (1.3) (1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม กำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	5%
2. แบบฝึกหัด / กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม กำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน / กิจกรรม ต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียน ต้องมีความ	1-15	10%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
		<p>ซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัด ทบทวน</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายกลุ่ม</p> <p>5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</p>		
3. สอบปฏิบัติวิธีการเจรจาต่อรองในช่องทาง การ จัด จําหน่าย	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)(3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3)	ประเมินจากการสอบปฏิบัติ เรื่องการเจรจาต่อรองในช่องทาง การ จัดจําหน่าย	11	5%
4. สอบ ประมวลความรู้ทางด้านการจัดการช่องทางการจัดจําหน่าย - องค์ความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2)(2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.2)	ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	8	10%
5. รายงาน กลยุทธ์การจัดการช่องทางการจัดจําหน่าย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (3.1) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.2) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด	1-14 15	30%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
	(5.4)	<p>ระยะเวลาที่มอบหมาย</p> <p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาในกระบวนการขายได้</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p>		

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภัทรพร ทิมแดง. (2557). การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

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)

2.2 หนังสืออ่านประกอบ

2.1 ฐิติรัตน์ คุณรัตนภรณ์. (2550). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย. กรุงเทพฯ : ช่อระกา.

2.2 Rosenbloom, Bert. (2011). Marketing Channel : A Management View (8thed).

Texas : Harcourt Brace College Publishers.

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 สรุปรายปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ