



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ ....1/2562.....

รหัสวิชา. 3642101.. ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย)..หลักการตลาด

.....

(ภาษาอังกฤษ) ...Principles of Marketing.....

อาจารย์ผู้สอน

(1) .....ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวรรณ รุ่งอดุลพิศาล.....

## คำนำ

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาหลักการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	22
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	23

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
คณะ    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา ...3642101.....ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) .....หลักการตลาด.....  
(ภาษาอังกฤษ) ... Principle of Marketing .....
2. จำนวนหน่วยกิต  
3(3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ  
3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา.....  
อาจารย์ผู้สอน                      (1)...ผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกวรรณ รุ่งอดุลพิศาล    ตอนเรียน B1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ .....1..... / ชั้นปีที่ .....1.....
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
1 กรกฎาคม พ.ศ.2562

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
  1. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
  2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
  3. เพื่อให้นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน
2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
  1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้

2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้นักศึกษาทราบถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จตามยุคสมัย

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา (ระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

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

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

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชม. ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	90 ชม. ต่อภาคการศึกษา (6 ชม.ต่อสัปดาห์)

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่าน เว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

### หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1 คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 ผลการเรียนรู้

● (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

○ (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ (3) มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

○ (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

### 1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้

(1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา

(2) เปิดโอกาสให้นักศึกษาจัดทำโครงการ/กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและแสดงถึงความเสียสละและความรับผิดชอบ

(3) เน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา รวมถึงการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของสถาบันพร้อมทั้งยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี

(4) อบรม สัมมนา ศึกษาดูงานในองค์กรที่เป็นที่ยอมรับและทำคุณประโยชน์ให้แก่สังคม

### 1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

(1) ประเมินจากการกระทำการทุจริตในการสอบ และผลการทำรายงาน

(2) สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับ

(3) ประเมินจากการเข้าเรียนตรงเวลาและการส่งงานตามกำหนด

(4) แบบรายงานผลการอบรม สัมมนา และสังเกตพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง

## 2 ความรู้

### 2.1 ผลการเรียนรู้

● (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของแนวคิด ทฤษฎี หลักการและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

○ (2) มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้อื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

○ (3) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งมีความเข้าใจในผลกระทบในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลกอย่างเท่าทัน

### 2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้

(1) ใช้การสอนหลายรูปแบบต่างๆ เช่น การสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การใช้กรณีศึกษา การสอนแบบบรรยายและอภิปราย เป็นต้น

(2) เชิญวิทยากรที่มีความรู้ความชำนาญในสาขาที่เกี่ยวข้องมาบรรยายพิเศษ

(3) จัดให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น อบรม สัมมนา ศึกษาดูงานในองค์กรที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ ฝึกการเขียนแผนธุรกิจ เป็นต้น

### 2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

(1) ประเมินจากการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วม การตอบคำถาม

(2) ใช้รูปแบบและเครื่องมือประเมินที่หลากหลาย เช่น การสอบข้อเขียนทั้งกลาง-ภาคและปลายภาค การทำรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำโครงการ เป็นต้น

(3) ประเมินการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

## 3 ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ผลการเรียนรู้

○ (1) สามารถสืบค้น แสวงหาความรู้และประเมินข้อมูลเพิ่มเติมได้ด้วยตนเองเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปของโลกและธุรกิจ

● (2) มีความคิด คิดอย่างสร้างสรรค์ อย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

○ (3) สามารถคิดค้น วางแผน วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

### 3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้

(1) ศึกษากรณีศึกษา

(2) เข้าฝึกทักษะอาชีพในสถานประกอบการจริง

(3) การอภิปรายกลุ่ม

(4) การระดมสมอง

(5) อบรม สัมมนา หรือศึกษาดูงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มพูนความรู้ในด้านธุรกิจระหว่างประเทศ

### 3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

(1) ประเมินผลความสามารถในการคิดวิเคราะห์จากกรณีศึกษาที่มอบหมายให้นักศึกษา

(2) ประเมินผลงานที่เกิดจากการใช้กระบวนการแก้ไขปัญหาและการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ เช่น แบบประเมินผลจากการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การสัมมนา การรายงาน ผลการอภิปรายกลุ่ม เป็นต้น

(3) ประเมินผลจากการศึกษาค้นคว้ารายงาน/โครงการ/งานวิจัยที่ได้รับมอบหมาย

## 4 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ผลการเรียนรู้

● (1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ

○ (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งของตนเองและส่วนรวม พร้อมทั้งช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ

○ (3) มีมนุษยสัมพันธ์สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

### 4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้

(1) มอบหมายงานกลุ่มและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและหมุนเวียนกัน

(2) จัดให้เข้าร่วมกิจกรรม/โครงการในระดับชุมชน ระดับจังหวัด ระดับประเทศ

### 4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

(1) ประเมินจากผลการทำงานของกลุ่มและผลงานของผู้เรียนในกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานกลุ่ม และการเป็นผู้นำในการอภิปรายซักถาม

(3) ประเมินจากการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการ และการนำเสนอรายงาน

## 5 ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ผลการเรียนรู้

● (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณใน การวิเคราะห์ และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

○ (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน และมีรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม

○ (3) สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อเพื่อการสื่อสาร ค้นคว้า ประมวลผลและสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม

## 5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้

(1) มอบหมายให้ค้นคว้าหาข้อมูลและนำเสนอหน้าชั้นเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

(2) จัดกิจกรรมส่งเสริมให้มีการตัดสินใจบนฐานข้อมูลและข้อมูลเชิงตัวเลข โดยใช้กรณีศึกษาหรือรายงานทางธุรกิจทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

## 5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้

(1) ประเมินการสืบค้นงานและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งในรูปแบบการเขียนรายงาน และ/หรือการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(2) ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาหรือรายงานทางธุรกิจ



## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p><b>- หัวข้อการสอน</b>  <b>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดใน</b>  <b>การจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน</b>  <b>และเกณฑ์การวัดผลความหมาย</b>  <b>ความสำคัญและแนวคิดทางการ</b>  <b>ตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของตลาด</li> <li>- วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</li> <li>- Learning Outcome</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>3. ให้นักศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</li> <li>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)
2	<p><b>ความหมาย ความสำคัญและแนวคิด</b>  <b>ทางการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดหลักทางการตลาด</li> <li>- ความหมายของการจัดการการตลาด</li> <li>- กระบวนการจัดการการตลาด</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> </ol>	1,2,3	(1)

			แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ใบงาน		
3	<b>สภาพแวดล้อมทางการตลาด</b> - สภาพแวดล้อมภายนอก - สภาพแวดล้อมภายใน - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,3	(1)
4	<b>สภาพแวดล้อมทางการตลาด</b> - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์ SWOT - ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน	1,2,3	(1)

			SWOT เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	Power point 3. ใบงาน		
5	<b>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</b> - ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการตลาดกำหนดตำแหน่งทางการตลาด - การแบ่งส่วน	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1,2,3	(1)
6	<b>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</b> - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อ	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	1,2,3	(1)

	<p>สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</li> </ul>		<p>แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	3. ใบงาน		
7	<p><b>ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย</li> <li>- ระบบสารสนเทศทางการตลาด</li> <li>- การวิจัยตลาด</li> <li>- กระบวนการวิจัยการตลาด</li> </ul>		<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1,2,3	(1)
8	<p><b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>- กระบวนการตัดสินใจซื้อ</li> </ul>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1,2,3	(1)

			<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
9	<p><b>ผลิตภัณฑ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ระดับของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ลำดับขั้นของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ประเภทของผลิตภัณฑ์</li> <li>- ส่วนประสมผลิตภัณฑ์</li> </ul>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาคำนวณหาส่วนประสมผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1,2,3	(1)
10	<p><b>ผลิตภัณฑ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตราผลิตภัณฑ์</li> <li>- การบรรจุภัณฑ์</li> </ul>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p>	1,2,3	(1)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายฉลาก</li> <li>- วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์</li> <li>- ผลิตภัณฑ์ใหม่</li> <li>- กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</li> </ul>		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>		
11	<b>ราคา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวความคิดเรื่องราคา</li> <li>- ความสำคัญของราคา</li> <li>- ขั้นตอนการตั้งราคา</li> <li>- การกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)
12	<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>- ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด</li> <li>- หน้าที่ของช่องทางการจัด</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย ของธุรกิจในปัจจุบัน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสาร ประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดองค์การของช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>- การเปลี่ยนแปลงในดหน้า</li> </ul>		<p>บทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
13	<p><b>การส่งเสริมการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- กระบวนการสื่อสาร</li> <li>- วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด</li> <li>- ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)
14	<p><b>การส่งเสริมการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การโฆษณา</li> <li>- การส่งเสริมการขาย</li> <li>- การขายโดยบุคคล</li> <li>- การประชาสัมพันธ์</li> <li>- การตลาดทางตรง</li> </ul>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานพร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)

			4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
15	<p><b>การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>- ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</li> <li>- ความสัมพันธ์ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)</li> <li>- ปัจจัยที่มีอิทธิพลและสนับสนุนต่อการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>- กิจกรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</li> <li>- จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด</li> <li>- จรรยาบรรณของนักการตลาด</li> </ul> <p><b>การนำเสนอผลงาน</b></p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. วิดีทัศน์ เรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาด</li> <li>4. ใบงาน</li> </ol>	1,2,3	(1)

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย	(1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.2) (1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น แบบฝึกหัด ทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%

3.การวิเคราะห์ กรณีศึกษา	(1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2) (5.3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</li> <li>2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</li> <li>3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา</li> <li>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายกลุ่ม</li> <li>5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</li> </ol>	1-15	15%
4. รายงานและ การนำเสนอ	(1.2) (1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2) (5.3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</li> <li>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</li> <li>3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</li> <li>4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทู่จริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</li> <li>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิด</li> </ol>	1-14 15	20%

		แก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม		
5. สอบปลายภาค	(2.2) (3.2)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย	16	40%

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2557). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

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

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

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

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

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ประเมินประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอนของคณะวิทยาการจัดการ
- การสนทนาระหว่างผู้สอนกับนักศึกษา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

#### 3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชา และคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจากมคอ. 5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับกลยุทธ์การสอน และการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียนแต่ละหลักสูตร

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ