



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตร นิเทศศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3054505 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การบริหารงานลูกค้า

(ภาษาอังกฤษ) Account Service Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์

คำนำ

เอกสาร มคอ.3 ของรายวิชาการบริหารงานลูกค้า รหัสวิชา 3054505 จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวการสอนประจำภาคเรียนที่ 1 / 2561 สำหรับนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 โดยเนื้อหาในรายวิชาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิธีการบริหารงานโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณา การหาลูกค้า การรักษาลูกค้า การควบคุมงบประมาณ การแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับลูกค้า การสร้างบรรยากาศในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี การร่วมมือวางแผนโฆษณาร่วมกันระหว่างฝ่ายต่างๆในบริษัท

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์

18 กรกฎาคม 2562

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	16
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	17

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3054505 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การบริหารงานลูกค้า

(ภาษาอังกฤษ) Account Service Management

2. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต 3(-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา -

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์นุชฤดี รุ่งใหม่

อาจารย์ผู้สอน (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ปาลโมกษ์ ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) -

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) -

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

12 กรกฎาคม 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้ นักศึกษารู้และเข้าใจ วิธีการบริหารงานโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณา

1.2 เพื่อให้ นักศึกษารู้และเข้าใจการหาลูกค้า การรักษาลูกค้า การควบคุมงบประมาณ การแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับลูกค้า

1.3 เพื่อให้ นักศึกษาเรียนรู้การสร้างบรรยากาศในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี รวมทั้งการเรียนรู้เพื่อร่วมมือวางแผนโฆษณาร่วมกันระหว่างฝ่ายต่างๆในบริษัท

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อให้ เนื้อหารายวิชาทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ด้านโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2.2 เพื่อปรับปรุงเนื้อหาวิชาให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษาในการเรียนรู้และนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานจริงในอนาคตให้มากที่สุด

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาวิธีการบริหารงานโฆษณาของบริษัทตัวแทนโฆษณา การหาลูกค้า การรักษาลูกค้า การควบคุมงบประมาณ การแก้ไขปัญหาต่างๆให้กับลูกค้า การสร้างบรรยากาศในการทำงานเพื่อให้ได้ผลงานที่ดี การร่วมมือวางแผนโฆษณาร่วมกันระหว่างฝ่ายต่างๆในบริษัท

Studying of advertising management of advertising agency, customer prospect, customer relation management, budget control, solving problems for customers, creation of work environment for productivity, cooperation in organization

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ตามปัญหาในชั้นเรียน และความต้องการของนักศึกษา		

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอน กำหนดวันเวลา ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายกลุ่มและรายบุคคล ตามความต้องการของนักศึกษา อย่างน้อย 6 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ประยุกต์จรรยาบรรณวิชาชีพ อาทิ ความโปร่งใส ยึดถือในความถูกต้องสู่การเรียนรู้วิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ

● 1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชานี้

● 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพทั้งกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับหมายหมายให้ทำนอกชั้นเรียน เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

● 1.1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม ให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมและงานกลุ่มที่ต้องมุ่งเน้นความรับผิดชอบเป็นสำคัญ

1.2 วิธีการสอน

- (1) ปลุกฝังให้นักศึกษาตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม
- (2) ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น
- (4) ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินผลจากพฤติกรรม การแสดงออก กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร
- (4) ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน การปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต
- 2.1.2 มีวินัย ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม

2.2 วิธีการสอน

- (1) จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง
- (2) จัดให้มีการศึกษาดูงาน หรือมอบหมายงานให้นักศึกษาไปหาความรู้เพิ่มเติมจากสถานที่จริง
- (3) เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงด้านวิชาชีพตัวแทนโฆษณามาเป็นวิทยากรพิเศษ

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การทดสอบย่อย
- (2) การสอบปลายภาคเรียน
- (3) ประเมินจากความสมบูรณ์ของเนื้อหารายงาน หรือโครงการที่นักศึกษาจัดทำ
- (4) ประเมินจากการจัดกิจกรรมในชั้นเรียน
- (5) ประเมินจากการนำเสนอผลรายงานการศึกษาค้นคว้า

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.2 มีความใฝ่รู้ รอบรู้ รู้จักใช้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อเท็จจริง สามารถพิจารณาและตัดสินใจนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน
- 3.1.3 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ประเด็นปัญหาทางสังคม การสื่อสาร ประยุกต์ใช้ทักษะทางสื่อสารเสนอปัญหา และแนวทางแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์

3.2 วิธีการสอน

- (1) มีการฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ เช่น วิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แวดวงโฆษณา แวดวงสื่อสารมวลชนและสังคม
- (2) จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้รู้จักคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์จากตัวอย่าง หรือกรณีศึกษา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง
- (3) การอภิปรายกลุ่มจากกรณีปัญหา หรือกรณีตัวอย่าง

3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา
- (2) ประเมินจากผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อในรายงาน ผลงานสร้างสรรค์
- (3) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน ตลอดจนการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในบริษัทตัวแทนโฆษณา หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารลูกค้า เข้าใจกระบวนการทำงานของผู้บริหารงานลูกค้า แก้ปัญหาการประสานงานภายในและภายนอก
- 4.1.2 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีบุคลิกภาพเหมาะสม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กร และบุคคลทั่วไป ตลอดจนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ สังคม และวัฒนธรรมองค์กรได้
- 4.1.4 สามารถแสดงออกตามบทบาทหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน และอนาคต

4.2 วิธีการสอน

- (1) ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วม หรือฝึกการทำงานเป็นทีม
- (2) ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม
- (3) มีการเสริมสร้างบุคลิกภาพ และการสร้างมนุษยสัมพันธ์
- (4) ส่งเสริมการพัฒนาความคิด และการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกทางบุคลิกภาพของนักศึกษา
- (2) ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.3 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล และนำเสนอ งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 วิธีการสอน

(1) จัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรมจากการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเสริมสร้าง หรือเพิ่มทักษะ และความชำนาญเชิงวิชาชีพอย่างสร้างสรรค์

(2) การติดตาม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการโฆษณาและการสื่อสารจากสื่อต่าง ๆ

(3) สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการโฆษณาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ

(2) ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความ เพื่อการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการอภิปราย ทักษะการนำเสนอผลงานอย่างมีประสิทธิภาพ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1.	ปฐมนิเทศรายวิชา Learning Outcome วิธีการเรียน กิจกรรมและการ ประเมินผล	3	1.แนะนำรายวิชา การจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล 2.ข้อตกลงร่วมกันในการเรียนการสอน การ ทำกิจกรรมกลุ่ม	1.สื่อ power point	1.1.1 1.1.3	(1)
2.	บทที่ 1 1.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัทตัวแทน โฆษณา 2.ประเภทของบริษัทตัวแทนโฆษณา Learning Outcome ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของบริษัท ตัวแทนโฆษณาและประเภทของบริษัท ตัวแทนโฆษณา	3	1.อภิปรายความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบริษัท ตัวแทนโฆษณา 2.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 3.ตัวอย่างบริษัทตัวแทนโฆษณา	1.สื่อ power point 2.ตัวอย่างบริษัทตัวแทนโฆษณา 3.เว็บไซต์ต่างๆ	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

3.	บทที่ 1 (ต่อ) 1.หน้าที่และความรับผิดชอบของบริษัท ตัวแทนโฆษณา 2.การจัดโครงสร้างของบริษัทตัวแทน โฆษณา 3.การประสานงานของฝ่ายต่างๆในบริษัท ตัวแทนโฆษณา Learning Outcome ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ การจัดโครงสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับการประสานงานของ ฝ่ายต่างๆในบริษัทตัวแทนโฆษณา	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.ตัวอย่างโครงสร้างของบริษัทตัวแทน โฆษณา	1.สื่อ power point 2.ตัวอย่างโครงสร้างบริษัท ตัวแทนโฆษณา 3.เว็บไซต์ต่างๆ	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
4.	บทที่ 2 1.ความหมายของผู้ประสานงานลูกค้า 2.คุณสมบัติ ที่ดีของผู้ประสานงานลูกค้า 2.หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ ประสานงานลูกค้า Learning Outcome ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้ประสานงาน ลูกค้า คุณสมบัติ หน้าที่และความ รับผิดชอบของผู้ประสานงานลูกค้า	3	1.อภิปรายความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ ประสานงานลูกค้า 2.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

5.	บทที่ 2.(ต่อ) 1.กระบวนการทำงาน การประสานงานของผู้ประสานงานลูกค้า 2.เทคนิคในการประสานงานทั้งภายนอกและภายในบริษัทตัวแทนโฆษณาของผู้ประสานงานลูกค้า Learning Outcome ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทำงานและเทคนิคการประสานงาน	3	1.อภิปรายความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ประสานงานลูกค้า 2.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ 3.วิถีทัศนการทำงานของผู้ประสานงานลูกค้า	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
6.	บทที่ 3. 1.การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า 2.การเตรียมข้อมูลก่อนเข้าพบลูกค้า 3.เทคนิคในการเข้าพบลูกค้า Learning Outcome ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเตรียมข้อมูล เทคนิคการเข้าพบลูกค้า	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.กรณีศึกษาการเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า เทคนิคในการเข้าพบลูกค้า	1.สื่อ power point 2.นำเสนอหน้าชั้นเรียน 3.การจำลองสถานการณ์การเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า <i>(active learning)</i>	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

7.	บทที่ 3. (ต่อ) 1. ความหมายและความสำคัญของ บุคลิกภาพ 2. บุคลิกภาพที่ดีของผู้ประสานงานลูกค้า 3. ลักษณะของบุคลิกภาพที่ช่วยให้การเข้า พบลูกค้าและนำเสนองานประสบ ความสำเร็จ Learning Outcome ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของบุคลิกภาพ การตระหนักใน ความสำคัญของบุคลิกภาพ	3	1. บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2. กรณีศึกษาบุคลิกภาพของผู้ประสานงาน ลูกค้า	1. สื่อ power point 2. นำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. การจำลองสถานการณ์ บุคลิกภาพในการเข้าพบลูกค้า <i>(active learning)</i>	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

8.	บทที่ 4. 1.ความหมายและความสำคัญของข้อมูล สำหรับงานโฆษณา 2.องค์ประกอบของข้อมูลสำหรับการ สร้างสรรค์งานโฆษณา 3.ข้อมูลสำหรับการวางแผนสื่อโฆษณา Learning Outcome จัดเตรียมข้อมูลสำหรับงานโฆษณาได้	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.ฝึกปฏิบัติการหาข้อมูลสำหรับการ สร้างสรรค์และวางแผนสื่อโฆษณา	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ 3.การนำเสนอข้อมูลสำหรับการ สร้างสรรค์และวางแผนสื่อตาม โจทย์ที่ได้รับในชั้นเรียน <i>(active learning)</i>	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
9.	บทที่ 5. 1.การกำหนดวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ งานต่อลูกค้า 2.การวิเคราะห์ลูกค้า 3.รูปแบบและเทคนิคในการนำเสนองานแก่ ลูกค้า Learning Outcome สามารถวิเคราะห์ลูกค้าได้ เข้าใจรูปแบบ การนำเสนองาน	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.นำเสนอตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอ แก่ลูกค้า	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ 3.ตัวอย่างสื่อ และการนำเสนอ งานแก่ลูกค้ารูปแบบต่างๆ	2.1.2 4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
10.	บทที่ 5.(ต่อ) 1.ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการนำเสนอ แก่ลูกค้า 2.เครื่องมือที่ใช้ในการนำเสนอ 3.หลักและเทคนิคในการเลือกเครื่องมือ นำเสนอแก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ Learning Outcome เข้าใจหลักในการนำเสนอ สามารถเลือก เครื่องมือที่เหมาะสมในการนำเสนอ	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.นำเสนอตัวอย่างรูปแบบการนำเสนอ แก่ลูกค้า	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ 3.ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการ นำเสนองานแก่ลูกค้า	2.1.2 4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

11.	บทที่ 6. 1.รูปแบบการนำเสนองานโฆษณา 2.ลำดับการนำเสนองานโฆษณา 3.เทคนิคในการตอบข้อซักถามแก่ลูกค้า Learning Outcome นำเสนองานแก่ลูกค้ารูปแบบต่างๆได้	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.ฝึกปฏิบัติการนำเสนองานแก่ลูกค้า	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ 3.ฝึกการนำเสนองานแก่ลูกค้า <i>(active learning)</i>	2.1.2 4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
12.	บทที่ 6.(ต่อ) 1.การประสานงานในบริษัทตัวแทนโฆษณา 2.การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในบริษัทตัวแทน โฆษณาและภายนอก Learning Outcome เข้าใจกระบวนการประสานงาน และ สามารถสร้างมนุษยสัมพันธ์ได้	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.กรณีศึกษาการสร้างมนุษยสัมพันธ์ใน องค์กร	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ	3.1.2 4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
13.	บทที่ 7. 1.ปัญหาการทำงานในบริษัทตัวแทนโฆษณา 2.การแก้ไขปัญหาในการประสานงาน Learning Outcome สามารถแก้ปัญหาในการประสานงานได้	3	1.บรรยายและอภิปรายในชั้นเรียน 2.กรณีศึกษาปัญหาในการประสานงาน	1.สื่อ power point 2.เว็บไซต์ต่างๆ	4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)
14.	นำเสนอรายงานกลุ่ม Learning Outcome รายงานกลุ่มตามโจทย์ที่ได้รับ	3	อภิปรายในชั้นเรียน	1.นักศึกษานำเสนอรายงานหน้า ชั้นเรียนเกี่ยวกับการบริหารงาน ลูกค้าในบริษัทตัวแทนโฆษณา ยุคปัจจุบัน	2.1.2 3.1.2 4.1.1 4.1.2 4.1.4 5.1.3	(1)

15.	สรุปและทบทวนเนื้อหารายวิชา Learning Outcome ความเข้าใจภาพรวมการบริหารงานลูกค้า	3	อภิปรายในชั้นเรียน ตอบข้อซักถาม	1.สื่อ power point	4.1.1 4.1.4	(1)
16.	สอบปลายภาค					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล (เปอร์เซ็นต์)
1.กิจกรรมในชั้นเรียน	1.1.2,1.1.3,2.1.2	-การเข้าชั้นเรียน -การมีส่วนร่วม -การอภิปราย แสดงความคิดเห็น	ตลอดภาค เรียน	10
2.การจำลอง สถานการณ์การเข้าพบ ลูกค้า	1.1.3,2.1.2,3.1.3	-คุณภาพในการแสดงสถานการณ์ จำลอง	6	10
3.การจำลอง สถานการณ์บุคลิกภาพ ในการเข้าพบลูกค้า	4.1.1,4.1.2,4.1.4	-คุณภาพในการแสดงสถานการณ์ จำลอง	7	10
4.การนำเสนอบันทึก การประชุมตามโจทย์ที่ ได้รับในชั้นเรียน	3.1.2	-ความถูกต้องของบันทึกการประชุม	8	10
5.การนำเสนอรายงาน กลุ่ม	1.1.3,2.1.2,5.1.3	-ข้อมูล ความพร้อม ในการนำเสนอ รายงานกลุ่ม	14	20
6.สอบปลายภาค				40

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารประกอบการสอนวิชาการบริหารงานลูกค้า

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ชนบพันธ์ เอี่ยมโอภาส.(2543).*การจัดการบริการลูกค้า*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

คาซูโอ,อิโนโมริ.(2540).*แรงปรารถนาสู่ความสำเร็จ*. (แปลจาก A Passion For Success โดย เยวภา พุก
กะคุปต์). กรุงเทพฯ: แม็คกรอฮิล.

เค็นท์,เวิร์ธไทม์.(2546).*สร้างแบรนด์ด้วยศรัทธา*. (แปลจาก Building Brands & Believers โดย วรณคำ)
. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ

แจ๊ค เทร่าต และสตีฟ ริฟกิน.(2544).*แตกต่างเพื่ออยู่รอด*. (แปลจาก Differentiate or Die โดย กรรณ พิระ
อัมพร). กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี .

ฉัตยาพร เสมอใจ.(2545).*สรุปรวม สุดยอดกลยุทธ์ตลาด*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

-----และ มัทนียา สมมิ.(2545).*พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ.(2543).*กลยุทธ์สื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

ซีแมน,เซอร์จิโอ.(2545).*แบรนด์จ่อมพลัง*. (แปลจาก Building Brandwidthโดย ศิระ โอภาสพงษ์.
กรุงเทพฯ) : เอ อาร์ บีซิเนส.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ.(2546). *Event & Sponsorship*. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

วิทวัส ชัยปาณี.(2548).*สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ:มติชน.

วีระศักดิ์ เจริญศิริสุทธิกุล.(2544) *Internet Marketing ก้าวสู่ความสำเร็จบนธุรกิจ.com* . กรุงเทพฯ : ซี
เอ็ดยูเคชั่น.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2540).*การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ:เอ เอ็น การพิมพ์.

-----.(2541).*กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม แอนด์ ไซเท็กส์ .

-----.(2543).*หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กส์ .

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนโฆษณาทั้งไทยและต่างประเทศ

เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

1.2 การสังเกตจากพฤติกรรมของผู้เรียน

1.3 แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

1.4 แบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 ผลการสอน

2.2 ประเมินโดยแบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

3. การปรับปรุงการสอน

3.1 ใช้การสัมมนาระดมความเห็นในการจัดการเรียนการสอนเพื่อร่วมหาแนวทางในการปรับปรุง
การสอน

3.2 การวิจัยในชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

จากการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในเนื้อหาวิชาระหว่างการสอนกับนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

5.1 วางแผนปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี

5.2 ทบทวนประสิทธิผลของรายวิชาจากการประเมินการสอนของนักศึกษาที่ประเมินผ่าน
แบบสอบถามความคิดเห็นออนไลน์ของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน อาจารย์ผู้สอนร่วมกัน
ทบทวนเนื้อหาวิชาที่สอนและกลยุทธ์ที่ใช้ สรุปวางแผนและพัฒนาปรับปรุงเพื่อใช้ในการปีการศึกษาถัดไป