



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2/2562

รหัสวิชา 3643111 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Forecast and Measurement

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

## คำนำ

รายละเอียดรายวิชา การพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด (Marketing Forecast and Measurement) รหัสวิชา 3643111 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ การพยากรณ์ยอดขายและกำไร การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน กระบวนการและเทคนิคในการพยากรณ์ การนำข้อมูลพยากรณ์มาจัดทำงบประมาณ เครื่องมือและวิธีการในการวัดผลทางการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

พฤศจิกายน 2562

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	18
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา                    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3643111 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด  
 (ภาษาอังกฤษ) Marketing Forecast and Measurement

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 สาขาวิชาการตลาด

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

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

ไม่มี

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

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

19 พฤศจิกายน 2562

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญของการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาดได้
- 1.2 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจได้
- 1.3 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถพยากรณ์ยอดขายและกำไรได้
- 1.4 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายและวิเคราะห์การวัดผลทางการตลาดได้
- 1.5 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของตลาดได้
- 1.6 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายขั้นตอนและเทคนิคการพยากรณ์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- 1.7 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการวัดผลทางการตลาด

#### 2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ตลาดและพยากรณ์ และกำหนดวิธีการวัดผลทางการตลาด
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำกำหนดปัจจัยที่ต้องศึกษา การวิเคราะห์ระบบตลาดเพื่อการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้
- 2.4 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปเสนอแนะกลยุทธ์การตลาด

#### 3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจจริยธรรม จรรยาบรรณในการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด
- 3.2 นักศึกษาต้องวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษาต้องมีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญของการพยากรณ์และการวัดผลทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ การพยากรณ์ยอดขายและกำไร การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน กระบวนการและเทคนิคในการพยากรณ์ การนำข้อมูลพยากรณ์มาจัดทำงบประมาณ เครื่องมือและวิธีการในการวัดผลทางการตลาด

Definitions, importance of marketing forecast and measurement; situational analysis; sales and profit forecasting; demand and supply analysis; forecasting process and techniques; applying forecasting data in budgeting; tools and methods for marketing measurement

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่ สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	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) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

(2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

(3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

○ (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยและข้อบังคับ

(2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

### 2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม “การวิเคราะห์ธุรกิจ” พร้อมการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน กรณีศึกษา

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● (1) สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

(2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

○ (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

#### 3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการพยากรณ์และวัดผลทางการตลาด

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ

(3) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานการพยากรณ์และวัดผลทางการตลาด

(4) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา

### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

(1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้



- (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

#### 4.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- (2) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด
- (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- (4) สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

#### 5.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเสนอ
- (2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

#### 5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p><b>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียน</b> การสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p><b>แนวคิดพื้นฐานของการพยากรณ์ยอดขาย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้พยากรณ์การขายเพื่อการตัดสินใจในธุรกิจ</li> <li>- ประโยชน์ของการพยากรณ์การขาย</li> <li>- ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์กรและการพยากรณ์ยอดขาย</li> <li>- เทคนิคการพยากรณ์</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถอธิบายความสำคัญ ปัจจัย และเทคนิคการพยากรณ์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล หนังสือเรียน website และสื่อเพิ่มเติม</li> <li>2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ</li> <li>3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย</li> <li>4. มอบหมายรายงานการพยากรณ์ยอดขายของธุรกิจที่สนใจ</li> <li>5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
2	<p><b>ข้อมูลที่ใช้ในการพยากรณ์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายและการระบุตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์</li> <li>- การได้มาซึ่งข้อมูล</li> <li>- การจัดเตรียมข้อมูล</li> <li>- ระบบฐานข้อมูล</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถจัดหา จัดเก็บ จัดเตรียมข้อมูลประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการพยากรณ์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ</li> <li>2. ทำคำถามทบทวน</li> <li>3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย</li> <li>4. ติดตามงาน</li> <li>5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. วิดีทัศน์</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
3	<p>กระบวนการพยากรณ์การขาย การเลือกวิธีการพยากรณ์ และความผิดพลาดในการพยากรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กระบวนการพยากรณ์การขาย</li> <li>- ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกเทคนิคการพยากรณ์</li> <li>- ประเภทของความผิดพลาดในการพยากรณ์</li> <li>- Durbin-Watson Test</li> <li>- การวัดความแม่นยำทางสถิติ</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนสามารถอธิบายกระบวนการพยากรณ์การขาย และความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ</li> <li>2. ทำคำถามทบทวน</li> <li>3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย</li> <li>4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน</li> <li>5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน</li> <li>Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>ลักษณะความผิดพลาด</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
4	<p>การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมายของอุปสงค์และอุปทาน</li> <li>- ประเภทและกฎของอุปสงค์และอุปทาน</li> <li>- ปัจจัยที่ทำให้เส้นอุปสงค์และอุปทานเปลี่ยนแปลง</li> <li>- ภาวะดุลยภาพของอุปสงค์และอุปทาน</li> <li>- การนำวิธีการวิเคราะห์ดุลยภาพไปใช้ในกรณีต่าง ๆ</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนสามารถคำนวณอุปสงค์ อุปทาน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ</li> <li>2. ทำคำถามทบทวน</li> <li>3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย</li> <li>4. ติดตามงาน</li> <li>5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน</li> <li>Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>อุปสงค์ อุปทาน</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
5	<p>เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ</p> <p><b>Time-Series Methods - Smoothing Methods</b></p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ</li> <li>2. ทำคำถามทบทวน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน</li> </ol>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการพยากรณ์แบบ Smoothing Methods		3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	Power point 3. กรณีศึกษา Smoothing	(3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	
6	<b>เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ</b> - Decomposition Methods <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการพยากรณ์แบบ Decomposition Methods	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา Decomposition	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
7	<b>เทคนิคการพยากรณ์ เชิงปริมาณ</b> - การพยากรณ์โดยใช้ Regression Analysis <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการพยากรณ์ แบบ Regression Analysis	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา Regression	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
8	<b>เทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ</b> - การพยากรณ์โดยใช้ Multiple Regression Analysis <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการพยากรณ์ แบบ Multiple Regression	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา M. Regression	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
9	<b>การพยากรณ์เชิงคุณภาพ</b> - การพยากรณ์เชิงคุณภาพรูปแบบต่าง ๆ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพ และการใช้ร่วมกับการพยากรณ์เชิงปริมาณ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
10	<b>การพยากรณ์วัฏจักรธุรกิจ</b> - สาเหตุของการเกิดวัฏจักรธุรกิจ - เทคนิคการพยากรณ์วัฏจักรธุรกิจ - การวางแผนดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้จากการพยากรณ์วัฏจักรธุรกิจ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิคการพยากรณ์วัฏจักร	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การพยากรณ์วัฏจักร	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
11	<b>การวัดผลทางการตลาด</b> - ความหมาย ความสำคัญ และปัญหาการวัดผล - ส่วนครองตลาดและส่วนแบ่งต่าง ๆ - การศึกษาทัศนคติของลูกค้า - การวัดความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจซื้อซ้ำ - อัตราการเข้ามาของลูกค้าใหม่และการออกไปของลูกค้าปัจจุบัน - การวัดคุณค่าตรา - อัตราการบอกต่อ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การวัดผลทางการตลาด 4. วิดีทัศน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการวัดผลทางการตลาด					
12	<b>การวัดผลทางการเงิน</b> - ส่วนต่างราคาขายส่ง ราคาขายปลีก - ยอดขาย กำไร และอัตรากำไรสุทธิ - การวิเคราะห์ต้นทุนและราคาเฉลี่ย - จุดคุ้มทุนและปริมาณการขายตามเป้าหมาย - อัตราผลตอบแทนทางการเงิน - การคืนทุน <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการวัดผลทางการเงิน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ติดตามงาน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การวัดผลทาง การเงิน	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
13	<b>การวัดผลการสื่อสารทางการตลาด</b> - การวัดประสิทธิภาพการโฆษณา - การวัดประสิทธิภาพการส่งเสริมการขาย - การวัดประสิทธิภาพการตลาดทางตรง - การวัดประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์และ การตลาดเชิงกิจกรรม - การวัดประสิทธิภาพการ IMC <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการวัดผลการสื่อสาร	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสาร ประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การวัดผลการ สื่อสาร	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
14	<b>การวัดผลเว็บไซต์และสื่อทางสังคม</b> - อัตราการชม การออก และเวลาที่ใช้ในเว็บไซต์ - อัตราการเปลี่ยนการเยี่ยมชมให้เป็นไปตามเป้าหมาย - การให้ตำแหน่งที่ดีที่สุดในการค้นหา - อัตราการเข้าถึง (การเจริญเติบโตของสมาชิก) - อัตราการปฏิสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาด - ความถี่การใช้และการส่งต่อ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการวัดผลออนไลน์	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ติดตามงาน 5. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสารประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การวัดผลออนไลน์	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
15	<b>การวัดประสิทธิภาพการขายและผลงานของพนักงานขาย</b> - ส่วนแบ่งชั้นสินค้า - การวัดประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลัง - การวิเคราะห์ภาระงานพนักงานขายและการกำหนดจำนวนพนักงานขาย - การกำหนดเป้าหมายการขายและเขตการขาย - การวัดประสิทธิภาพพนักงาน - การวิเคราะห์เพื่อกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทน - การควบคุมต้นทุนการขาย <b>การนำเสนอผลงาน</b>	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ 2. ทำคำถามทบทวน 3. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย 4. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	1. เอกสารประกอบการสอน 2. สื่อการสอน Power point 3. กรณีศึกษา การวัดประสิทธิภาพการขายและพนักงานขาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) 5.1) (5.4)	ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนสามารถใช้เทคนิควิธีการวัดประสิทธิภาพการ ขายและพนักงานขาย					



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	(1.1) (1.3)	1. พิจารณาการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน และมารยาทในชั้นเรียน 2. พิจารณาการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	1-15	5%
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. พิจารณางาน / กิจกรรมฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. พิจารณาการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. พิจารณาพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	20%
3. ทดสอบย่อย	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3) (5.1) (5.2)	1. พิจารณาผลทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	2-15	15%
4. รายงาน กลยุทธ์การพยากรณ์ และวัดผลทางการตลาด “การวิเคราะห์ธุรกิจ”	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (3.1) (3.2) (4.1) (4.2) (5.1) (5.3) (5.4)	1. พิจารณาการส่งงานตามกำหนดเวลา 2. พิจารณาความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. พิจารณาความสมบูรณ์ของงาน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน	1-14	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
		5. พิจารณาการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหา 6. พิจารณาเทคนิคการสืบค้น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม	15	
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.2)	1. พิจารณาผลการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

### หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

นิภา นิรุตติกุล. (2557). *การพยากรณ์การขาย*. ศรีราชา : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Farris, Paul W., Bendle, Neil T., Pfeifer, Phillip E., & Reibstein, David J. (2010). *Marketing metrics: The definitive guide to measuring marketing performance* (2<sup>nd</sup> ed.). USA: Pearson Education.

2.2 Montgomery, Douglas C., Jennings, Cheryl L., Kulahci, Murat. (2008). *Introduction to Time Series Analysis and Forecasting* (1<sup>st</sup>ed). USA: Wiley-Interscience.

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ
- 3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาด
- 3.3 เว็บไซต์สำนักหอสมุดของสถาบันการศึกษาต่างๆ

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ

- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

### 3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปรายปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ