



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 2 /2562

รหัสวิชา 3643507 ชื่อรายวิชา การตลาดดิจิทัล  
Digital Marketing

### อาจารย์ผู้สอน

- (1) ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล
- (2) ดร.สมธีรารักษ์ พรหมศิริ

## คำนำ

มคอ.3 นี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับอาจารย์ผู้สอนที่ดำเนินการสอน ในรายวิชา การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) รหัสวิชา 3643507 เป็นรายวิชาบังคับของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดิจิทัลที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคม การใช้เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมและโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเป็นช่องทางในการขายและการสื่อสารการตลาด รวมถึง การเรียนรู้เรื่องฐานข้อมูลของลูกค้า การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อ การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และการวัดประสิทธิผลของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล รวมถึง จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล ซึ่งเนื้อหาการเรียนรู้ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความรู้ และประสบการณ์ตรงแก่นักศึกษาอันเป็นประโยชน์ในการต่อยอดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพแก่นักศึกษาในภาคเรียนต่อไป

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

20 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	19

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

วิทยาเขต / คณะ / ภาควิชา

คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

3643507 ชื่อรายวิชา การตลาดดิจิทัล

Digital Marketing

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3(2-2-5) หน่วยกิต

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน

ประเภทของรายวิชา วิชาบังคับ (วิชาแกน)

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ดร.สมธิราภ์ พรหมศิริ

อาจารย์ผู้สอน ดร.สมธิราภ์ พรหมศิริ/ ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล ตอนเรียน A1

#### 5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 3

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

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

20 พฤศจิกายน 2562

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจแนวคิดด้านการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคม
- 1.2 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงการใช้เว็บไซต์ เครือข่ายสังคม และโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อเป็นช่องทางการขายและการสื่อสารการตลาด ที่ใช้ในการขายและสื่อสารการตลาด
- 1.3 เพื่อให้ศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับ ฐานข้อมูลของลูกค้าเพื่อการตลาดดิจิทัล การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อทางการตลาดดิจิทัล
- 1.4 เพื่อให้ศึกษาสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวัดประสิทธิผลของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาที่เปิดสอนเป็นครั้งแรก

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลต่อธุรกิจ ผู้บริโภค และสังคม การใช้เว็บไซต์ เครือข่ายสังคม และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นช่องทางการขายและการสื่อสารการตลาด ฐานข้อมูลของลูกค้าเพื่อการตลาดดิจิทัล การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อ การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวัดประสิทธิผลของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล

Definitions, importance of digital marketing for business, consumers, and society, usages of websites, social networking, and mobile phones as channels for selling and marketing communications, customer database for digital market, content creation, media design, software application, tools for measuring effectiveness of digital marketing, ethics in digital marketing.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย / การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

วันและเวลาในการให้คำปรึกษา (Office Hour) จำนวน 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ สามารถติดต่อผู้สอนได้ที่ห้องพักอาจารย์หลักสูตร (345) โดยนักศึกษาสามารถติดต่อผู้สอนผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสังคมออนไลน์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึก มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม และมีโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบทางวิชาชีพทั้งต่อตนเองและสังคม

1.2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษามีระเบียบวินัย มีการแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 ส่งเสริมให้นักศึกษาตระหนัก เคารพกติกาขององค์กรและสังคมให้ยอมรับในบทบาท สิทธิหน้าที่ของตนเองและผู้อื่น

1.2.4 ส่งเสริม สนับสนุนให้จัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้นักศึกษามีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ จิตสาธารณะ และมีค่านิยมที่ดีในการดำเนินชีวิต

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

1.3.2 ประเมินผลจากพฤติกรรมการปรากฏกาย กิริยามารยาทของนักศึกษาตามบทบาททั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมในหลักสูตรและนอกหลักสูตร

1.3.4 ประเมินผลจากความถูกต้องเหมาะสมของชิ้นงาน การปฏิบัติกิจกรรมของนักศึกษา

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

○ 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านการเงิน และการวางแผนทางการเงิน

● 2.1.2 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติงานด้านการเงินในสถาบันการเงิน ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

● 2.1.3 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการเงิน รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

○ 2.1.4 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาทางด้านการเงินกับความรู้ในศาสตร์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา หรือลักษณะเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง การฝึกปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง

2.2.3 จัดให้มีการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง

## 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การทดสอบย่อย

2.3.2 การสอบกลางภาคเรียน และปลายภาคเรียน

2.3.3 ประเมินจากความสมบูรณ์ของเนื้อหารายงาน หรือโครงการที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.4 ประเมินจากการจัดกิจกรรมในชั้นเรียน

2.3.5 ประเมินจากการนำเสนอผลรายงานการศึกษาค้นคว้า

2.3.6 ประเมินจากคุณภาพของชิ้นงานจากการฝึกทักษะทางวิชาชีพด้านต่าง ๆ

2.3.7 ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1 สามารถสืบค้นจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

● 3.1.3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม หรือแนวทางในการประกอบวิชาชีพทางการเงิน

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ในการเรียนการสอนฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษา โดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา นอกจากนั้น ทุกรายวิชาต้องฝึกการคิดเชิงวิเคราะห์ เช่น วิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และคิดเชิงสร้างสรรค์

3.2.2 จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมีกิจกรรมการเรียนการสอนให้รู้จักคิดวิเคราะห์สร้างสรรค์จากตัวอย่าง หรือกรณีศึกษา ตลอดจนการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง

3.2.3 การอภิปรายกลุ่มจากกรณีปัญหาหรือกรณีตัวอย่าง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา

3.3.2 ประเมินจากผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อในรายงาน ผลงานสร้างสรรค์

3.3.3 ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน ตลอดจนการทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของกลุ่ม

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ ส่งเสริมให้นักศึกษาเรียนรู้แบบการมีส่วนร่วม หรือฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม

4.2.2 ให้นักศึกษารู้จักความรับผิดชอบต่อตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

4.2.3 มีการเสริมสร้างบุคลิกภาพและการสร้างมนุษยสัมพันธ์

4.2.4 ส่งเสริมการพัฒนาความคิดและการนำเสนอความคิดเห็นผ่านสื่ออย่างสร้างสรรค์

4.2.5 ส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกทางบุคลิกภาพของนักศึกษา

4.3.2 ประเมินจากการวางตน การมีมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาในการทำงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรม

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน



## 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 กลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงาน หรือจัดกิจกรรมจากการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการเสริมสร้างหรือเพิ่มทักษะ และความชำนาญเชิงวิชาชีพอย่างสร้างสรรค์

5.2.2 การติดตาม วิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารจากสื่อต่างๆ

5.2.3 สืบค้นและนำเสนอรายงานประเด็นสำคัญด้านการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

## 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจากความสามารถของนักศึกษาในการใช้ทักษะ เทคนิค รูปแบบการเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และสารสนเทศ

5.3.2 ประเมินผลการเรียนรู้จากความสามารถในการใช้ภาษาอธิบายขยายความ เพื่อการสื่อสาร ตลอดจนความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย และทักษะการนำเสนอผลงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชั้นเรียน

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1	<p>แนะนำรายวิชา อธิบายความสำคัญของรายวิชา การตลาดดิจิทัล</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับภาพรวมของการเรียนการตลาดดิจิทัล เนื้อหารายวิชา กิจกรรม และการประเมินผล</p>	3	<p>(1) การบรรยายเนื้อหา</p> <p>(2) ชี้แจงการเรียน แนะนำวิธีการ และแหล่งสืบค้นข้อมูล</p>	<p>(1) เอกสารประกอบการเรียน การตลาดดิจิทัล</p> <p>(2) PowerPoint</p> <p>(3) ระบบอินเทอร์เน็ต</p> <p>(4) เครื่องคอมพิวเตอร์</p> <p>(5) เครื่องโปรเจคเตอร์</p>	ข้อ 1 และ ข้อ 2	<p>-ดร.สมธิรัตน์ พรมศิริ</p> <p>-ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล</p>
2	<p>แนวคิดการตลาดดิจิทัล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญของการตลาดดิจิทัล</li> <li>- ธุรกิจกับการตลาดดิจิทัล</li> <li>- การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล และสามารถแยกความแตกต่างจากการตลาดแบบออฟไลน์ได้</p>	3	<p>(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง</p> <p>(2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์</p>	<p>(1) เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>(2) PowerPoint</p> <p>(3) ระบบอินเทอร์เน็ต</p> <p>(4) เครื่องคอมพิวเตอร์</p> <p>(5) เครื่องโปรเจคเตอร์</p>	ข้อ 1 และ ข้อ 2	<p>-ดร.สมธิรัตน์ พรมศิริ</p> <p>-ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล</p>

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
3	ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัลและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน (4) มอบหมายงานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 และ ข้อ 2	-ดร.สมธีรารักษ์ พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล
4	พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล - ลักษณะของผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล - การใช้สื่อดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล และสามารถอธิบายลักษณะการใช้สื่อของผู้บริโภคได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) นำเสนองานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	-ดร.สมธีรารักษ์ พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล
5	การจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า - ความสำคัญในการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า - การทำ CRM (Customer Relationship Management) <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาได้เรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการ	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 และ ข้อ 2	-ดร.สมธีรารักษ์ พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ฐานข้อมูลและสามารถอธิบายถึงความสำคัญของการทำ CRM ได้					
6	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล - ความหมายและลักษณะของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล - เครื่องมือของการสื่อสารการตลาดดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และสามารถเลือกใช้เครื่องมือของการสื่อสารการตลาดได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) กิจกรรมในชั้นเรียน นำเสนอและอภิปรายผ่านเพชบุ๊คกลุ่ม (4) มอบหมายงานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	-ดร.สมธีรภักดิ์ พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล
7	การสื่อสารการตลาดดิจิทัล (ต่อ) <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และสามารถเลือกใช้เครื่องมือของการสื่อสารการตลาดได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) นำเสนองานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	-ดร.สมธีรภักดิ์ พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จรีจุมพล
8	การวัดประสิทธิผลของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล - โปรแกรมที่ใช้ในการวัดประสิทธิภาพ - วิธีการวัด	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต	ข้อ 1 และ ข้อ 2	-ดร.สมธีรภักดิ์ พรมศิริ -ดร.นกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการวัด ประสิทธิผลของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล และ สามารถอธิบายประสิทธิภาพของเครื่องมือได้		เว็บไซต์ออนไลน์			ฤกษ์จริจุมพล
9	การออกแบบเนื้อหา ของการตลาดดิจิทัล - วัตถุประสงค์การสื่อสาร - รูปแบบเนื้อหา (ข้อความ ภาพนิ่ง แอนิเมชั่น เสียง อินโฟกราฟิก ภาพยนตร์) <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ออกแบบเนื้อหาของการตลาดดิจิทัล และ สามารถออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว- เว็บไซต์ออนไลน์ (3) กิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียนผ่าน เฟซบุ๊กกลุ่มและมอบหมายงานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) ระบบอินเทอร์เน็ต	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	-ด ร .ส ม ธิ ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
10	การออกแบบเนื้อหา ของการตลาดดิจิทัล (ต่อ) <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาของการตลาดดิจิทัล และสามารถออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) นำเสนองานกลุ่ม	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	-ด ร . ส ม ธี ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤกษ์จริจุมพล
11	การใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล - ลักษณะและรูปแบบสื่อ (เว็บไซต์ เครือข่ายสังคม ระบบสตรีมมิ่ง โทรศัพท์เคลื่อนที่...) - วิธีการใช้งาน ความถี่ ช่วงเวลาในการใช้ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล และสามารถอธิบายวิธีการใช้งานแต่ละสื่อได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์ (3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 และ ข้อ 2	ด ร . ส ม ธี ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล
12	การใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัลและสามารถอธิบายลักษณะการใช้งานได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) วิเคราะห์กรณีศึกษา (3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	ด ร . ส ม ธี ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
11	<p>การใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล</p> <p>- ลักษณะและรูปแบบสื่อ (เว็บไซต์ เครือข่ายสังคม ระบบสตรีมมิ่ง โทรศัพท์เคลื่อนที่...)</p> <p>- วิธีการใช้งาน ความถี่ ช่วงเวลาในการใช้</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล และสามารถอธิบายวิธีการใช้งานแต่ละสื่อได้</p>	3	<p>(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง</p> <p>(2) การสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว-เว็บไซต์ออนไลน์</p> <p>(3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน</p>	<p>(1) เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>(2) PowerPoint</p> <p>(3) กรณีศึกษา</p> <p>(4) เครื่องคอมพิวเตอร์</p> <p>(5) เครื่องโปรเจคเตอร์</p>	ข้อ 1 และ ข้อ 2	<p>ด ร . ส ม อี ร า ภั</p> <p>พรมศิริ</p> <p>-ดร.นกุล</p> <p>ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล</p>
12	<p>การใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัล</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัลและสามารถอธิบายลักษณะการใช้งานได้</p>	3	<p>(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง</p> <p>(2) วิเคราะห์กรณีศึกษา</p> <p>(3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน</p>	<p>(1) เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>(2) PowerPoint</p> <p>(3) กรณีศึกษา</p> <p>(4) เครื่องคอมพิวเตอร์</p> <p>(5) เครื่องโปรเจคเตอร์</p>	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	<p>ด ร . ส ม อี ร า ภั</p> <p>พรมศิริ</p> <p>-ดร.นกุล</p> <p>ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล</p>
13	<p>การใช้เครือข่ายสังคมในการตลาดดิจิทัล</p> <p>- Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Netflix,....</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมในการตลาดดิจิทัลและสามารถอธิบายลักษณะการใช้งานได้</p>	3	<p>(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง</p> <p>(2) วิเคราะห์กรณีศึกษา</p> <p>(3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน</p>	<p>(1) เอกสารประกอบการเรียน</p> <p>(2) PowerPoint</p> <p>(3) กรณีศึกษา</p> <p>(4) เครื่องคอมพิวเตอร์</p> <p>(5) เครื่องโปรเจคเตอร์</p>	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	<p>ด ร . ส ม อี ร า ภั</p> <p>พรมศิริ</p> <p>-ดร.นกุล</p> <p>ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล</p>

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน (Active Learning)	สื่อที่ใช้	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
14	การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการตลาดดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ โทรศัพท์มือถือในการตลาดดิจิทัลและสามารถ อธิบายลักษณะการใช้งานได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) วิเคราะห์กรณีศึกษา (3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	ด ร . ส ม อี ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล
15	จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล <b>Learning Outcome</b> นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรม สำหรับการตลาดดิจิทัลและสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้	3	(1) บรรยาย/ ยกตัวอย่าง (2) วิเคราะห์กรณีศึกษา (3) อภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน	(1) เอกสารประกอบการเรียน (2) PowerPoint (3) กรณีศึกษา (4) เครื่องคอมพิวเตอร์ (5) เครื่องโปรเจคเตอร์	ข้อ 1 ข้อ 2 และ ข้อ 3	ด ร . ส ม อี ร า ภั พรมศิริ -ดร.นกุล ฤ ก ษ์ จ ริ จู ม พ ล



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
การเข้าชั้นเรียน	1.1.1, 1.1.4	- การตรงเวลา - ความสม่ำเสมอในการเข้าชั้นเรียน	1-15	10%
การมีส่วนร่วม อภิปราย แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน	2.1.2, 2.1.3, 2.1.4 , 3.1.2, 3.1.4 ,4.1.3, 5.1.2, 5.1.4	- ความถูกต้อง สมบูรณ์ของเนื้อหา - การเข้าร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน - สามารถร่วมงานกับผู้อื่นได้ - สามารถสืบค้นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ - สามารถใช้อุปกรณ์เครื่องมือนำเสนอได้	1-14	10%
การนำเสนอในชั้นเรียน	1.1.2, 1.1.3, 2.1.1, 2.1.4 , 3.1.1, 3.1.2, 4.1.3, 5.1.2, 5.1.4	- การตรงต่อเวลา - นำเสนอเนื้อหาได้ถูกต้อง ครบถ้วน - มีทักษะในการนำเสนองานที่ดี	4, 6, 7, 10	30%
การวิเคราะห์กรณีศึกษา	3.1.2, 3.1.3	- การเชื่อมโยงหลักการและสถานการณ์ได้ถูกต้อง	12, 13, 14, 15	10%
การสอบปลายภาค	2.1.2, 2.1.3		16	40%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. หนังสือ ตำรา และเอกสารการสอนหลัก

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ และ วรณรัตน์ ศรีรัตน์ (2561). *การตลาดดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ (เว็บไซต์)

เว็บไซต์มาร์เก็ตติ้งอู๊ปส์ (<https://www.marketingoops.com>)

เว็บไซต์มาร์เก็ตเทียร์ (<http://marketeer.co.th>)

เว็บไซต์สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (<http://www.daat.in.th>)

เว็บไซต์ thumbsup (<http://thumbsup.in.th>)

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

อิทธิวัฒน์ รัตนพองปู่. (2555). *E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิสต์กรู๊ป.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง.(2557) .*CONTENT MARKETING เล่าให้คลิก พลิกแบรนด์ให้ดัง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

Chuck Hemann, Ken Burbary. (2018) *Digital Marketing Analytics วิเคราะห์ตลาดบนโลกดิจิทัล : การทำความเข้าใจกับข้อมูลลูกค้าในโลกดิจิทัล*. กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์ดำรงค์ พินคุณ.

ดมสัน ต้นสกุล.(2560)*การตลาดดิจิทัล*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมประเมินประสิทธิผลของการนำเสนอกรณีศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อเกิดการรับรู้และเข้าใจในกระบวนการตลาดดิจิทัล

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอนของอาจารย์ผู้สอน โดยนักศึกษาและการสังเกตการณ์ของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ประเมิน

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลักสูตรกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา รวมถึงมีการประชุมอาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ประจำของหลักสูตรเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

อาจารย์ผู้สอนร่วมกันพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียน และทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา รวมถึงงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

## 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ผลการประเมินจากอาจารย์ผู้สอน พิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบข้อเขียน การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนโดยนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานหลักสูตร เพื่อนำเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป