



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 2/2562

รหัสวิชา 3642404 ชื่อรายวิชา

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

Integrated Marketing Communication

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

## คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) รหัสวิชา 3642404 จัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะ ด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด กระบวนการติดต่อสื่อสาร การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การพัฒนากลยุทธ์ การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษาจากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

## 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	21
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	22

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา  
3642404 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน  
(ภาษาอังกฤษ) Integrated Marketing Communication
- จำนวนหน่วยกิต  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ อาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 2
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
15 พฤศจิกายน 2562

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน
2. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด
3. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การพัฒนากลยุทธ์ การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน
4. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจใน การกำหนดงบประมาณ การประเมินผลการสื่อสารทางการตลาด
5. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ปรับปรุงรูปแบบกระบวนการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด กระบวนการติดต่อสื่อสาร การวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ การพัฒนากลยุทธ์ การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน การกำหนดงบประมาณ และการประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

Definitions, importance of integrated marketing communications; relationships between marketing and marketing communications; communication process; planning, objective setting, strategy development, selection of marketing communication mix; budgeting and evaluation of marketing communication strategies

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	6 ช.ม. ต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

#### รายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนด วัน เวลาในการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และประกาศให้ผู้เรียนทราบ

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

#### 1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.2.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

○ 2.2.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.2.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

### 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 กระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

2.2.2 กระบวนการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นให้เห็นความสัมพันธ์ของศาสตร์บริหารธุรกิจ การตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงานเพื่อให้เห็นภาพและความเชื่อมโยงกันการรายวิชา

2.2.3. การเรียนการสอนโดยการมอบหมายงานที่เป็นการวิเคราะห์กระบวนการบริหารการตลาดซึ่งประกอบด้านการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินงาน จากกรณีศึกษา

2.2.4 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากข่าวและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นโดยชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับวิชาการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

### 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 การสังเกตจากการอภิปรายในชั้นเรียน การรับฟังและการแสดงความคิดเห็นร่วมกัน และการทดสอบ

2.3.2 การสังเกตจากการแสดงความคิดเห็นต่อความสัมพันธ์ของศาสตร์การตลาดและการเชื่อมโยงไปในศาสตร์อื่นๆของการบริหารธุรกิจ และการสอบกลางภาค

2.3.3 การทดสอบเพื่อวัดระดับความรู้ในสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ

2.3.4 การแสดงความคิดเห็นในกรณีศึกษา และการทดสอบโดยข้อสอบกลางภาค

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน ภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบ เพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนมีความรับผิดชอบต่องาน

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.2.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.2.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม



## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.2.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.3.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง

● 5.3.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

### 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาโดยการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด ตัวเลข แนวโน้มทางการตลาดเพื่อนำไปใช้ในการคิดวิเคราะห์ โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและจัดทำรายงาน

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

### 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 พิจารณาจากรายงานที่ได้มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้น และวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.2 พิจารณาจากผลงานและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเรียนการสอนอย่างทันสมัย

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1	<p>ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด ความหมายของ การตลาด กระบวนการ ทางการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับ ความรู้ ความ เข้าใจใน ความหมายและความสำคัญของการตลาด กระบวนการ ทางการตลาด และสามารถ เข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่ง ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ โดยสามารถนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือใน การสรุปสาระสำคัญ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำตัวและอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและ ประเมินผล การแนะนำหนังสือประกอบการ เรียน</li> <li>2. เริ่มการเรียนการสอนโดยการตั้งคำถามผ่านเกมส์ การระบุระดับของการจับต้องได้ของสินค้าและ บริการ เพื่อชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้า และบริการเนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญของวิชา</li> <li>3. บรรยายประกอบ Power point</li> <li>4. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ เกิดขึ้นมีผลอย่างไรกับธุรกิจบริการ</li> <li>5. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำ Infographic</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบผสมผสาน</li> <li>2. Power point</li> <li>3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง “การตลาด 4.0”</li> </ol>	<p>กิจกรรมที่ 1 2 3 4 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
2	<p>ความหมายของการสื่อสารการตลาด แบบผสมผสาน วิวัฒนาการการ สื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน กระบวนการติดต่อสื่อสาร ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อกรีนนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป</li> <li>2. การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน วิวัฒนาการการสื่อสารทางการตลาดแบบผสม ผสาน กระบวนการติดต่อสื่อสาร ความสัมพันธ์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบผสมผสาน</li> <li>2. Power point</li> <li>3. กรณีศึกษาที่ 2.1 วี ฟุตส์ กับการสื่อสาร</li> </ol>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1,2</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>สื่อสารการตลาด กระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ความสำคัญ ของการสื่อสารการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ บริการ การจัดแบ่งกระบวนการบริการ และ ลักษณะเฉพาะของการบริการแต่ละประเภท โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจาก กรณีศึกษา</p>		<p>ระหว่างการตลาดกับการสื่อสารการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง นำความรู้ไปใช้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ได้ เน้นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน โดยสามารถคิด วิเคราะห์ นักศึกษาจะเรียนอย่างมีความสุข มีส่วน ร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ</p> <p>3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจ บริการประเภทต่าง ๆ</p> <p>กรณีศึกษาที่ 2.1 วี ฟู้ดส์ กับการสื่อสารการตลาด ครบวงจร</p> <p>กรณีศึกษาที่ 2.2 คนไทยยังติดเฟซบุ๊ก ใช้เฉลี่ย 2.35 ชั่วโมงต่อวัน</p> <p>3. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำ Infographic โดย ใช้การเครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ</p>	<p>การตลาดครบวงจร กรณีศึกษาที่ 2.2 คนไทย ยังติดเฟซบุ๊ก ใช้เฉลี่ย 2.35 ชั่วโมงต่อวัน</p>		
3	<p><b>พฤติกรรมผู้บริโภค</b></p> <p>-ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค กล่องดำ (Black Box) หรือความรู้สึกลึกซึ้งของ ผู้บริโภค</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Mind Map ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาที่ 3.1 เผย 10 เทรนด์ยอดนิยม เชื้อปี 2020 จะมีหุ่นยนต์อยู่ใน</p>	<p>1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</p> <p>2. Power point</p> <p>3. กรณีศึกษาที่ 3.1 เผย 10 เทรนด์ยอดนิยม เชื้อปี 2020 จะมีหุ่นยนต์อยู่ใน</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและประโยชน์ของการวิเคราะห์พฤติกรรม โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>		<p>บ้าน</p> <p>4. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำ Infographic โดยใช้เครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ</p>	บ้าน		
4	<p><b>การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสาน</b></p> <p>ความหมายและความสำคัญของการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด ความเชื่อมโยงของการวางแผนการตลาดกับการวางแผนการสื่อสาร การวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน แบบจำลองกระบวนการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การพัฒนากลยุทธ์และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร กำหนดงบประมาณการสื่อสารการตลาด การปฏิบัติตามแผน และการประเมินผลการสื่อสารการตลาด</p>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การวางแผนการสื่อสารการตลาด</li> <li>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา L'OREAL WHITE PERFECT สะท้อนผ่านกระจก</li> <li>4. มอบหมายงานให้นักศึกษาทำ Infographic โดยใช้เครื่องมือการจัดทำอย่างอิสระ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการสอน การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point เรื่อง การวางแผนการสื่อสารการตลาด</li> <li>3. กรณีศึกษา L'OREAL WHITE PERFECT สะท้อนผ่านกระจก</li> <li>4. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง</li> </ol>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> <p>ข้อ3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไทรสรณ์</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการ โดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>					
5	<p>เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</p> <p>รูปแบบของการสื่อสารการตลาด เครื่องมือหลักที่สำคัญในการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน กลยุทธ์การเลือกเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน ประสานรูปแบบต่าง ๆ</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</li> <li>3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์ประสบการณ์ของนักศึกษาที่มีต่อเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดที่นักศึกษาเคยสัมผัส และศึกษากรณีศึกษา 5.1 แคมเปญ ขายอย่างแรง กลยุทธ์หลักเข้า ดึงออก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอน การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point</li> </ol>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
6	<p>การโฆษณา            ความหมายของการโฆษณา วัตถุประสงค์            ของการโฆษณา หน้าที่ของการโฆษณา การ            สร้างสรรค์งานโฆษณา รูปแบบการนำเสนอ            โฆษณา ลักษณะของงานโฆษณาที่ดี สื่อ            โฆษณา การเลือกสื่อโฆษณา</p> <p><b>Learning Outcome</b>            ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจการ            โฆษณา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind            Mapเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ            และสามารถแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้                มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่                บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา                นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point การโฆษณา</li> <li>3. วิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัดของเครื่องมือหรือ                โฆษณาแต่ละเครื่องมือ</li> <li>4. กรณีศึกษา ถอดรหัส อินฟลูเอนเซอร์ มาร์เก็ต                ดิง ผู้ทรงอิทธิพลในโลกโฆษณา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการ                สอน การสื่อสารการตลาด                แบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point การ                โฆษณา</li> <li>3. กรณีศึกษา ถอดรหัส                อินฟลูเอนเซอร์ มาร์เก็ต                ดิง ผู้ทรงอิทธิพลในโลก                โฆษณา</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
7	<p>การวางแผนการโฆษณา            การวางแผนสื่อโฆษณา องค์ประกอบ            ของการวางแผนสื่อโฆษณา การประเมินผล            ประสิทธิภาพของการโฆษณา</p> <p><b>Learning Outcome</b>            ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการการ            วางแผนการโฆษณา โดยนำเสนอข้อสรุปโดย            ใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุป            สาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้                มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่                บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา                นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การ                วางแผนการโฆษณา</li> <li>3. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้                แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ</li> <li>4. วิเคราะห์กรณีศึกษาเรื่องแผนการโฆษณา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการ                สอน การสื่อสารการตลาด                แบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point</li> <li>3. แบบจำลอง                กระบวนการสื่อสารเป็น                เครื่องมือ</li> <li>4. กรณีศึกษาเรื่อง                แผนการโฆษณา</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
8	ธุรกิจโฆษณา ประวัติธุรกิจโฆษณา บริษัทตัวแทน โฆษณา บทบาทของบริษัทตัวแทนโฆษณา การจัดโครงสร้างองค์การของบริษัทตัวแทน โฆษณา การคิดค่าตอบแทนของบริษัท ตัวแทนโฆษณา <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน กระบวนการบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดย ใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น ในการเสนอเนื้อหาโดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับ ธุรกิจโฆษณา		1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง ธุรกิจ โฆษณา 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา David Ogilvy	1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน 2. Power point 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา David Ogilvy	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
9	การขายโดยใช้พนักงานขาย ความหมายของการขายโดยใช้ พนักงานขาย บทบาทและหน้าที่ของ พนักงานขาย การจัดหน่วยงานขาย กระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย คุณลักษณะของพนักงานขายที่ดี	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การขาย โดยพนักงาน 3. วิเคราะห์กรณีศึกษา ที่ 9.1 อลิอันซ์ปรับกลยุทธ์ ทีมขาย วางเป้าเบี้ยรับปีแรกโต 16%	1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน 2. Power point 3. กรณีศึกษา กรณีศึกษา ที่ 9.1 อลิอันซ์ปรับกลยุทธ์ ทีมขาย วางเป้าเบี้ยรับปี แรกโต 16%	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการขาย โดยพนักงาน โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>					
10	<p>การส่งเสริมการขาย</p> <p>ความหมายของการส่งเสริมการขาย ปัจจัยที่ทำให้การส่งเสริมการขายมีแนวโน้มในการเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย ประเภทของการส่งเสริมการขาย กระบวนการวางแผนการส่งเสริมการขาย ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมการขาย</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจบริการ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอเนื้อหา</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การส่งเสริมการขาย</p>	<p>1.เอกสารประกอบการสอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</p> <p>2. Power point การส่งเสริมการขาย</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ</p> <p>อภิชาติไตรสรณ์</p>



สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
11	<p>การประชาสัมพันธ์ ความหมายและบทบาทของการ ประชาสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่าง การตลาดกับการประชาสัมพันธ์ ลักษณะ ของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายใน การประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด หน้าที่ของการ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาด รูปแบบของ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การ บริหารแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด กระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ประเภทและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ทางการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ ประชาสัมพันธ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น ในการเสนอเนื้อหา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การ ประชาสัมพันธ์</li> <li>3. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ ในปัจจุบัน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point เรื่อง การประชาสัมพันธ์</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไทรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
12	<p>การตลาดทางตรง</p> <p>ความหมายของการตลาดทางตรง ปัจจัย ลักษณะเฉพาะของการตลาดทางตรง ปัจจัย ที่ทำให้การตลาดทางตรงเจริญเติบโต รูปแบบของการตลาดทางตรง ขั้นตอนของ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดทางตรง สื่อที่ใช้ ในการสื่อสารของการตลาดทางตรง เครื่องมือการตลาดทางตรง</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน การตลาดทางตรง โดยนำเสนอข้อสรุปโดย ใช้ Mind Map เป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</li> <li>2. Power point การตลาดทางตรง</li> <li>3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง อายุน้อย ร้อยล้านDirect Marketing</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไทรสรณ์
13	<p>กิจกรรมพิเศษทางการตลาด</p> <p>ความหมายของกิจกรรมพิเศษทาง การตลาด วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม พิเศษทางการตลาด ลักษณะของกิจกรรม พิเศษทางการตลาด รูปแบบของกิจกรรม พิเศษทางการตลาด กลยุทธ์ของการจัด กิจกรรมพิเศษทางการตลาด ปัจจัยที่ทำให้ กิจกรรมพิเศษทางการตลาดให้ประสบ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</li> <li>2. บรรยายประกอบ Power point กิจกรรมพิเศษ ทางการตลาด</li> <li>3. มอบหมายให้นักศึกษาเข้าร่วมงาน Event เพื่อ วิเคราะห์วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของงาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</li> <li>2. Power pointการ กิจกรรมพิเศษทาง การตลาด</li> </ol>	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไทรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ความสำเร็จ การพิจารณาการจัดกิจกรรม พิเศษทางการตลาด ขั้นตอนในการวางแผน กิจกรรมพิเศษทางการตลาด <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ กิจกรรมพิเศษทางการตลาด โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือใน การสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น					
14	การตลาดออนไลน์ แนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตลาด ออนไลน์ ลักษณะพิเศษของการตลาดแบบ ออนไลน์ เครื่องมือหลักในการทำตลาด ออนไลน์ รูปแบบของการตลาดออนไลน์ ประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ การ ประเมินผลการตลาดออนไลน์ <b>Learning Outcome</b> ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน การตลาดออนไลน์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดย ใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือในการสรุป สาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power pointการตลาด ออนไลน์	1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบผสมผสาน 2. Power point การตลาดออนไลน์	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
15	<p>จริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสาร การตลาดแบบประสมประสาน</p> <p>ความหมายของกฎหมาย จรรยาบรรณ และจริยธรรม ผลกระทบของ การโฆษณาต่อเยาวชน สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ สิทธิผู้บริโภค การมีส่วนร่วม รับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน จริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสาร การตลาดแบบประสมประสาน โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind Mapเป็นเครื่องมือใน การสรุปสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็น</p>	3	<p>1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ Infographic ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา</p> <p>2. บรรยายประกอบ Power point จริยธรรมและ ความรับผิดชอบต่อสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสาน</p> <p>3. การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อ สื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</p>	<p>1.เอกสารประกอบการ สอน การสื่อสารการตลาด แบบประสมประสาน</p> <p>2. Power pointกฎหมาย จริยธรรม จรรยา และ ความรับผิดชอบต่อสังคม ในธุรกิจบริการ</p> <p>3. 3.สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง จริยธรรมในการแข่งขัน ทางการตลาด</p>	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไทรสรณ์</p>

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. กิจกรรมในชั้นเรียน จิตพิสัย การมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน ความ รับผิดชอบของงานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.3,1.1.4 2.1.2,2.1.4,3.1.2, 4.1.2 5.1.1	1. นักศึกษาเข้าเรียน สม่ำเสมอ 2. นักศึกษาแต่งกายถูก ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. นักศึกษามีส่วนร่วมใน การออกความคิดเห็น 4. นักศึกษาส่งงานที่ได้รับ มอบหมายตรงเวลา	ทุกสัปดาห์	10%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.4, 2.1.2,2.1.4, 3.1.2, 4.1.2 5.1.1,5.1.2	วิเคราะห์กรณีศึกษา เดี่ยวและงานกลุ่ม และการ นำเสนอแผนผังความคิด	ทุกสัปดาห์	20%
3. การจัดทำโครงงาน ผลงาน และการ นำเสนอ	1.1.4 2.1.2,,2.1.4 3.1.2 4.1.2 5.1.2,5.1.3	การนำเสนองานกลุ่ม	ทุกสัปดาห์	30%
4. การทดสอบวัดผล ความรู้	1.1.3 2.1.2, 2.1.4	การทดสอบ -ทดสอบย่อย - สอบปลายภาค	7,16	40%

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์. (2559).การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน: .กรุงเทพมหานคร:  
ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์ มสค.

#### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

น้ำผึ้ง ไชวพันธ์. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน. กรุงเทพมหานคร:  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

นรชกฤต วันดีเมธ. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
 เพลินทิพย์ โกเมศโสภา. (2555). การวางแผนการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
 มหาวิทยาลัย.

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1. PowerPoint ประจำบทเรียน
2. VDO Clips , Websites ,กรณีศึกษาประจำบท

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ประเมินจากแนวคิดและการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็น  
 ของนักศึกษา โดย การสนทนา และการแสดงความคิดเห็นแบบคิดวิเคราะห์

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชา

### 3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการพิจารณาคุณภาพของ  
 ผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและ  
 ปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น