



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1 / 2563

รหัสวิชา 3572701 ชื่อรายวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า
ในการบริการ
Customer behavior, expectation and perception
of service.

อาจารย์ผู้สอน
ปรีศนา มั่นเภา

คำนำ

วิชา “พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ” รหัสวิชา 3572701 ได้ทำการเรียบเรียงอย่างเป็นระบบครอบคลุมเนื้อหาสาระของคำอธิบายรายวิชา “ความเข้าใจความหลากหลายของทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อกลยุทธ์การตลาด รูปแบบใหม่ของพฤติกรรมผู้บริโภค ความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ ความสามารถในการจัดการอารมณ์ และความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายเชื้อชาติ” เพื่อใช้ในการเรียนการสอนให้แก่ นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจในวิชาดังกล่าว สามารถอ่านและทำความเข้าใจในเนื้อหาได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องเข้าศึกษาในวิชานี้

แบ่งเนื้อหาในการเรียนไว้ 5 ส่วน ซึ่งประกอบด้วย 15 สัปดาห์ คือ

ส่วนที่ 1 การวางพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย พื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยผู้บริโภค การแบ่งส่วนทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

ส่วนที่ 3 ปัจจัยภายนอกบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและบริบท ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคและประสบการณ์

ส่วนที่ 5 จริยธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต

นอกจากนี้เป็นการเรียนการสอนสำหรับอาจารย์และนักศึกษาและเพื่อการศึกษาสำหรับผู้สนใจทั่วไป หากมีข้อบกพร่องประการใดผู้เขียนต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้การจัดทำในครั้งนี้จนประสบความสำเร็จ ผู้เขียนหวังว่าจะอำนวยประโยชน์ต่อการเรียนการสอนตามสมควร หากท่านที่นำไปใช้มีข้อเสนอแนะ ผู้เขียนยินดีรับฟังความคิดเห็น และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

อาจารย์ผู้สอน

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	6
หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล	12
หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	25
หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	25

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3572701 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้า
 ในการบริการ

(ภาษาอังกฤษ Customer Behavior in Service and Customer
 Expectation and Perception

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6 หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า ประเภทหมวดวิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ปริศนา มั่นเภา ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

7 กรกฎาคม 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจความสำคัญของความหลากหลายของทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีความคาดหวังและทฤษฎีการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อกลยุทธ์การตลาด รูปแบบใหม่ของพฤติกรรมผู้บริโภค และความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อกลุ่มเป้าหมาย

1.2 เพื่อให้ศึกษามีทักษะในการคิดวิเคราะห์และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

2.1 เพื่อพัฒนาเนื้อหาวิชาให้มีความทันสมัย เพื่อความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ทางการจัดการในปัจจุบัน

2.2 เพื่อการพัฒนาเนื้อหา ตลอดจนประเด็นสำคัญที่ผู้สอนเห็นควรให้ปรับปรุงเพื่อความถูกต้อง

2.3 เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อรายวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการเรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความเข้าใจความหลากหลายของทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อกลยุทธ์การตลาด รูปแบบใหม่ของพฤติกรรมผู้บริโภค ความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ ความสามารถในการจัดการอารมณ์ และความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายเชื้อชาติ

An ability to understand customer behavior theories, expectation theory and customer perception theory; an analysis of customer for marketing strategies; new modes of customer behavior; technological ability for large target group; emotional management ability; and understanding of international customer behaviors.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45	สอนเสริมเพื่อทดแทน ชั่วโมงเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้จริงหรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	-	90

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

สัปดาห์ละ 1 ชั่วโมงต่อรายบุคคลหรือตามความเหมาะสมโดยประกาศให้ผู้เรียนทราบ ทั้งนี้ นักศึกษาต้องนัดหมายวันเวลาด่วนหน้าเป็นรายบุคคล และนอกจากนั้นยังเพิ่มช่องทางให้นักศึกษาติดต่อสื่อสารกับผู้สอนผ่านทางโทรศัพท์มือถือ Social Media (Line Application) และ e-mail ส่วนตัวได้ตลอดเวลาตามความเหมาะสม

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เอาเปรียบผู้อื่น และสามารถจัดการปัญหาความขัดแย้งระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ
- 1.1.2 มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพและแสดงออกซึ่งคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและการปฏิบัติตนต่อผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอ
- 1.1.3 มีความรับผิดชอบในหน้าที่ เป็นสมาชิกที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพผู้นำและเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น
- 1.1.4 มีวินัยในการทำงาน และปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์กรและสังคม

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ไม่ทุจริต หรือจากมิจฉาชีพการป้องกันตนเอง

1.2.2 อภิปรายกลุ่ม

1.2.3 กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

1.3.2 มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงานอย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.3.3 ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้ในสาขาวิชาการบริการลูกค้าทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวางเป็นระบบ เป็นสากล และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก

● 2.1.2 มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ในศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

○ 2.1.3 มีความรู้ในกระบวนการและเทคนิคการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานอาชีพ

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 การสอนโดยการบรรยาย และใช้สื่อประกอบการสอน เช่น เอกสารประกอบ PowerPoint เป็นต้น

2.2.2 การอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และตามด้วยตัวอย่างในการศึกษา

2.2.3 การทำแบบฝึกหัดและวิเคราะห์กรณีศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 สอบกลางภาคและสอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี

2.3.2 การมอบหมายให้นักศึกษาทำงานกลุ่ม

2.3.3 นำเสนอสรุปการอ่านจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2.3.4 วิเคราะห์กรณีศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 มีความสามารถประมวลและศึกษาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและความขัดแย้ง รวมทั้งหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก

● 3.1.2 มีความสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปใช้ประโยชน์ในการฝึกประสบการณ์ภาคสนามและการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

○ 3.1.3 มีความสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจ และจากศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 การสอนโดยการบรรยาย และใช้สื่อประกอบการสอน รวมทั้งเชิญวิทยากร มาบรรยายในห้องให้นักศึกษารับฟัง เช่น เอกสารประกอบ PowerPoint เป็นต้น

3.2.2 การอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และตามด้วยตัวอย่างในการศึกษา

3.2.3 การทำแบบฝึกหัดและวิเคราะห์กรณีศึกษา

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์หรือเน้นการวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์

3.3.2 ประเมินจากชิ้นงานที่ส่งให้ถูกต้องตามทฤษฎี

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายตามหน้าที่และบทบาทของตนในกลุ่มงานได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม

● 4.1.2 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

- 4.1.3 มีความสามารถในการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องและตรงตามมาตรฐานสากล

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การสอนโดยการบรรยาย และใช้สื่อประกอบการสอน เช่น เอกสารประกอบ PowerPoint เป็นต้น

4.2.2 จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา

4.2.3 มอบหมายงานกลุ่มและรายบุคคล

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินพฤติกรรมในห้องเรียน และการทำกิจกรรมกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการอภิปราย

4.3.2 การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการทำกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 มีความสามารถในการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน และการสรุป

- 5.1.2 มีความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้า หรือผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ และวัฒนธรรม

- 5.1.3 มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร รู้จักเลือกรูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับเรื่องและผู้ฟังที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- 5.1.4 มีความสามารถในการใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวลการแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน และทำรายงานโดยเน้นการนำตัวเลขหรือมีสถิติอ้างอิงจากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 การวิเคราะห์ผลการทำแบบฝึกหัด กรณีศึกษา

5.3.2 สอบกลางภาค สอบปลายภาค

5.3.3 การมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียน

5.3.4 การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลักษณะการสอนแบบ Online ทุกสัปดาห์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1 Online	<ul style="list-style-type: none"> ● แนะนำรายวิชา ● ชี้แจงแนวการเรียนการสอนและ เกณฑ์การให้คะแนน <p>เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.วัตถุประสงค์และความหมาย 2.ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค 3.ประเภทของผู้บริโภค 4.แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค 5.แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6.ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค 7.สรุป <p>- Learning Outcome เข้าใจวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค ฯ ภาพรวม ก่อนเข้าศึกษารายละเอียดต่อไป</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แจกเอกสารแผนการสอน 2. ทดสอบก่อนเรียน 3. บรรยายประกอบ 4. ค้นคว้าเพิ่มเติมโดยการ สืบค้นบทความวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมผู้บริโภค ความ คาดหวังและการรับรู้ลูกค้า ในการบริการ 5. ทดสอบหลังเรียน 	<ol style="list-style-type: none"> 1.PowerPoint 2.เอกสารบทความ วิชาการหรือบทความ วิจัย 	1.1	ผศ ดร.ปริศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2. Online	<p>ทบทวนความรู้จากสัปดาห์ที่ 1 เรื่อง “การวิจัยผู้บริโภค”</p> <p>1.ความสำคัญของการวิจัยผู้บริโภค 2.ความแตกต่างระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ 3.กระบวนการวิจัยผู้บริโภค 5 ขั้นตอน 3.จรรยาบรรณในการวิจัยผู้บริโภค 4.สรุป</p> <p>- Learning Outcome เข้าใจความสำคัญของการทำวิจัย</p>	3.	<p>1.ทดสอบก่อนเรียน 2.นำบทความวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมผู้บริโภค ความ คาดหวังและการรับรู้ลูกค้า ในการบริการ มาเข้า กระบวนการกลุ่มอภิปราย 3.ทดสอบหลังเรียน</p>	<p>1.PowerPoint 2.เอกสารบทความ วิชาการหรือบทความ วิจัย</p>	1.1	ผศ. ดร.ปรีศนา มันเภา
3. Online	<p>ทบทวนความรู้จากสัปดาห์ที่ 2 เรื่อง “การแบ่งส่วนทางการตลาด การ กำหนดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์”</p> <p>1.หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนทางการตลาด 2.กลุ่มเป้าหมาย 3.การพิจารณาศักยภาพของการตลาด 4.การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 5.กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 6.การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ 7.การสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์</p>	3.	<p>บรรยายโดยผู้สอน อภิปรายโดยผู้เรียน สะท้อนการเรียนรู้โดย ผู้เรียน ถอดบทเรียนโดยผู้เรียน</p>	<p>1.PowerPoint 2.คลิป</p>	1.1	ผศ. ดร.ปรีศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	8.สรุป - Learning Outcome เข้าใจการแบ่งส่วนทางการตลาด การ กำหนดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์					
4. Online	ทบทวนความรู้จากสัปดาห์ที่ 3 เรื่อง “ปัจจัยภายในบุคคล” 1.ปัจจัยภายในบุคคล 2.การรับรู้ 3.ส่วนประกอบของการรับรู้ 4.กลไกของการรับรู้ 5.การบิดเบือนในการแปลความหมาย 6.ภาพลักษณ์ 7.ประเภทของภาพลักษณ์ 8.การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของการรับรู้ นำไปประยุกต์ใช้ เพื่อกลยุทธ์ทางการตลาด 9.ทฤษฎีการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ 10.การจัดการความเสี่ยงของผู้บริโภค 11.ความเสี่ยงในการรับรู้ 12.หลักการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้า	3	1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.เอกสารเพิ่มเติม 4.เขียนแผนผังความคิด 5.ทดสอบหลังเรียน	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปริศนา มั้นเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	13.พานักศึกษาไปนิทรรศน์โกสินทร์ 14.สรุป -Learning Outcome ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมฯ					
5. Online	ทบทวนความรู้จากสัปดาห์ที่ 4 เรื่อง “การเรียนรู้และค่านิยม” 1.ความหมาย 2.ส่วนประกอบของการเรียนรู้ 3.ทฤษฎีการเรียนรู้ของลูกค้ำในการบริการ 4.ค่านิยม 5.ความหมาย 6.การแปลความหมาย 7.ลักษณะของค่านิยม 8.ประเภทของค่านิยม 9.ค่านิยมคนสังคมเมืองกับคนสังคมชนบท 10.ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับ พฤติกรรมกรบริโภค 11.การวิเคราะห์ค่านิยมนำมาประยุกต์ใช้ 12.พานักศึกษาไปบริษัท Call Center 13.สรุป	3.	1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.ทดสอบหลังเรียน	1.PowerPoint	1.1	ผศ.ดร.ปรีศนา มันเภา า

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	-Learning Outcome การเรียนรู้และค่านิยมส่งผลพฤติกรรมฯ					
6. Online	<p>ทบทวนความรู้จากสัปดาห์ที่ 5 เรื่อง “แรงจูงใจและวิถีชีวิต”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ความหมาย 2.คุณภาพของแรงจูงใจ 3.กระบวนการจูงใจ 4.ประเภทของความต้องการ 5.ลักษณะของความต้องการ 6.ทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจ 7.ทฤษฎีความคาดหวัง 8.การวิเคราะห์ความต้องการและแรงจูงใจ 9.วิถีชีวิต 10.การศึกษาวิถีชีวิต 11.การวิเคราะห์วิถีชีวิตของผู้บริโภค 12.สรุป <p>-Learning Outcome แรงจูงใจและวิถีชีวิตส่งผลต่อพฤติกรรมฯ</p>	3.	<ol style="list-style-type: none"> 1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.แสดงความคิดเห็นร่วมกัน 4.ทดสอบหลังเรียน 	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปริศนา มันเภา
7. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 6 เรื่อง “บุคลิกภาพและอารมณ์”</p>	3.	ทบทวนความรู้ เนื้อหา ใน สัปดาห์ที่ 6	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปริศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	1.ความหมาย ลักษณะของบุคลิกภาพ 2.ทฤษฎีบุคลิกภาพ 3.บุคลิกภาพที่ห่อหุ้ม 4.การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค 5.อารมณ์ 6.ความหมาย องค์ประกอบ 7.การแสดงออกทางอารมณ์ 8.ประเภทของอารมณ์ 9.ความสามารถในการจัดการอารมณ์ 10.เทคนิคการจัดการอารมณ์ 11.ความสัมพันธ์ระหว่างอารมณ์กับสภาพ ร่างกาย 12.การพัฒนาอารมณ์ 13.ผลกระทบของอารมณ์ 14.การวิเคราะห์อารมณ์ของผู้บริโภค 15.สรุป -Learning Outcome บุคลิกภาพและอารมณ์ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ		เรื่อง “บุคลิกภาพและ อารมณ์” 1.ความหมาย ลักษณะของ บุคลิกภาพ 2.ทฤษฎีบุคลิกภาพ 3.บุคลิกภาพที่ห่อหุ้ม 4.การวิเคราะห์บุคลิกภาพ ของผู้บริโภค 5.อารมณ์ 6.ความหมาย องค์ประกอบ 7.การแสดงออกทางอารมณ์ 8.ประเภทของอารมณ์ 9.ความสามารถในการ จัดการอารมณ์ 10.เทคนิคการจัดการ อารมณ์ 11.ความสัมพันธ์ระหว่าง อารมณ์กับสภาพร่างกาย 12.การพัฒนาอารมณ์ 13.ผลกระทบของอารมณ์ 14.การวิเคราะห์อารมณ์ของ ผู้บริโภค			

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			15.สรุป -Learning Outcome บุคลิกภาพและอารมณ์ส่งผล ต่อพฤติกรรมฯ			
8. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 7 เรื่อง “ทัศนคติ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ความหมาย ลักษณะของทัศนคติ 2.องค์ประกอบ 3.หน้าที่ของทัศนคติ 4.การก่อตัวของทัศนคติ 5.แหล่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ 6.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ 7.ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับ พฤติกรรม 8.การเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค 9.การวิเคราะห์ทัศนคตินำมาประยุกต์ใช้ 10.สรุป <p>-Learning Outcome ทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมฯ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.เขียนแผนผังความคิด 4.ทดสอบหลังเรียน 	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปรีศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
9. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 8 เรื่อง “ปัจจัยภายนอก”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ความหมาย 2.ปัจจัยกระตุ้นจากสินค้าและบริการ 3.ปัจจัยการเมืองและกฎหมาย 4.ปัจจัยเศรษฐกิจ 5.ปัจจัยเทคโนโลยี 6.ความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อ กลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ 7.ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อกลยุทธ์ทาง การตลาด 8.ปัจจัยสังคม 9.ครอบครัว 10.ความหมาย โครงสร้างของครอบครัว 11.หน้าที่ของครอบครัว 12.ชนิดของครอบครัว 13.ครัวเรือน 14.ความหมาย ชนิดของครัวเรือน 15.วงจรชีวิตครอบครัว 16.บทบาทของสมาชิกในครอบครัวในการ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.ทดสอบหลังเรียน 	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปริศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ซื้อสินค้าและบริการ 17.อิทธิพลของครอบครัว 18.การตัดสินใจซื้อที่เกิดขึ้นในครอบครัว 19.กลยุทธ์ในการตัดสินใจของครอบครัว 20.การวิเคราะห์ครอบครัวนำไปประยุกต์ใช้ 21.สรุป -Learning Outcome ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ๆ					
10. Online	ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 9 เรื่อง “กลุ่มอ้างอิงและชนชั้นทางสังคม” 1.ความหมายของกลุ่มอ้างอิง 2.ลักษณะของกลุ่มอ้างอิง 3.คุณสมบัติของกลุ่มอ้างอิง 4.ประเภทของกลุ่มอ้างอิง 5.การวิเคราะห์กลุ่มอ้างอิง 6.อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้บริโภค 7.ประโยชน์ของการใช้กลุ่มอ้างอิง 8.ชนชั้นทางสังคม 9.ความหมาย ลักษณะของชนชั้นทางสังคม 10.วิธีการจำแนกชนชั้นทางสังคม 11.อิทธิพลของชนชั้นทางสังคมที่มีต่อ	3	1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.เรียนรู้ผ่านการดูวิดีโอ เกี่ยวข้องกับและอภิปราย ภายในห้องเรียน 4.ทดสอบหลังเรียน	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปริศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>12.การวิเคราะห์ชนชั้นทางสังคมไป ประยุกต์ใช้</p> <p>13.สรุป</p> <p>-Learning Outcome กลุ่มอ้างอิงและชนชั้นทางสังคมส่งผล กระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคฯ</p>					
11. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 10 เรื่อง “วัฒนธรรม”</p> <p>1.ความหมาย</p> <p>2.ประเภทของวัฒนธรรม</p> <p>3.ลักษณะของวัฒนธรรม</p> <p>4.องค์ประกอบของวัฒนธรรม</p> <p>5.ระดับวัฒนธรรม</p> <p>6.อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีพฤติกรรม ผู้บริโภค</p> <p>7.พฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายเชื้อชาติใน อาเซียน</p> <p>8.การวิเคราะห์วัฒนธรรมนำประยุกต์ใช้</p> <p>9.สรุป</p>	3	<p>1.ทดสอบก่อนเรียน</p> <p>2.บรรยายประกอบ</p> <p>3.แสดงความคิดเห็นร่วมกัน</p> <p>4.ทดสอบหลังเรียน</p>	1.PowerPoint	1.1	ผศ.ดร.ปริศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	-Learning Outcome วัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ผู้บริโภคฯ					
12. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 11 เรื่อง “กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและ บริการ”</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ลักษณะการตัดสินใจซื้อ 2.เกณฑ์การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 3.กระบวนการตัดสินใจ 4.กระบวนการก่อนการซื้อ 5.กระบวนการหลังการซื้อ 6.การวิเคราะห์ภายหลังกระบวนการ ตัดสินใจซื้อ 7.สรุป <p>-Learning Outcome กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคฯ</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.แบ่งกลุ่ม 3 – 4 คน นำ กรณีศึกษามาวิเคราะห์และ เตรียมการนำเสนองานหน้า ห้องเรียน 4.ทดสอบหลังเรียน 	1.PowerPoint	1.1, 1.2	ผศ.ดร.ปรีศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 12 เรื่อง “จริยธรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”</p> <p>1.จริยธรรมและจรรยาบรรณ 2.ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 3.สรุป -Learning Outcome เข้าใจจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p>	3	<p>1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.เรียนรู้ผ่านการดูวิดีโอที่ค้น เกี่ยวข้องและอภิปราย ภายในห้องเรียน 4.ทดสอบหลังเรียน</p>	1.PowerPoint	1.1	ผศ.ดร.ปรีศนา มันเภา
14. Online	<p>ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 13 เรื่อง “แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต”</p> <p>1.แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต 2.รูปแบบใหม่ของพฤติกรรมผู้บริโภค 3.สินค้าในอนาคตกับการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภค 4.การวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อกลยุทธ์ การตลาด 5.สรุป -Learning Outcome เรียนรู้การเกิดพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต เกิดจากอะไรบ้าง</p>	3	<p>1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.แสดงความคิดเห็นร่วมกัน 4.ทดสอบหลังเรียน</p>	1.PowerPoint	1.1,1.2	ผศ.ดร.ปรีศนา มันเภา

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
15. Online	ทบทวนความรู้ เนื้อหา ในสัปดาห์ที่ 14 “สรุป ภาพรวมทั้งหมดและนำมา ประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน” 1.ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค หลากหลายเชื้อชาติ 2.นำทฤษฎีทั้งหมดมาประยุกต์ใช้กับ ชีวิตประจำวัน 3.สรุป -Learning Outcome เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคหลากหลายเชื้อ ชาติ		1.ทดสอบก่อนเรียน 2.บรรยายประกอบ 3.เขียนแผนผังความคิด 4.กลุ่ม 3 – 4 คน ทำการ นำเสนอรายงานหน้า ห้องเรียนในวันสุดท้ายของ การเรียน 5.เชิญวิทยากรมาบรรยาย 6.ทดสอบหลังเรียน	1.PowerPoint	1.1,1.2	ผศ ดร.ปริศนา มันเภา
	สอบกลางภาค	1.30 ชม	ทดสอบข้อเขียน			
	สอบปลายภาค	1.30 ชม	ทดสอบข้อเขียน			

หมายเหตุ : แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถเพิ่ม/ลด ได้ตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล (ร้อยละ)
1	1.1.2, 1.1.3 4.1.2	สังเกตและบันทึกพฤติกรรมในการ เรียนรู้	1 - 15	10
2	1.1.2, 1.1.3, 2.1.1, 2.1.2 3.1.2 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.2	ประเมินผลงานกลุ่ม และการ นำเสนอผลงาน	9 - 15	10
3	1.1.2, 1.1.3, 2.1.1, 2.1.2 3.1.1, 3.1.2 5.1.1, 5.1.2	ประเมินผลสอบกลางภาค	8	40
4	1.1.2, 1.1.3, 2.1.1, 2.1.2 3.1.2 5.1.1, 5.1.2	ประเมินผลสอบปลายภาค	16	40

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ชูชัย สมितिไกร. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 ปรีศนา มั่นเภา. (2559). **พฤติกรรมผู้บริโภค ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าในการบริการ**
 ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟฟิคไซท์. กรุงเทพมหานคร. 186 หน้า

Schiffman & Kanuk. (2007). **Consumer Behavior**. 9th edition. U.S.A.: Pearson Education Inc.

Solomon. (2011). **Consumer Behavior**. 9th edition. U.S.A.: Pearson Education Inc.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ธีรภัทร์ มกรพันธ์. **เข้าใจให้ถึงพฤติกรรมลูกค้า**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ แมนเนจเม้นท์ มีเดีย, 2538
 ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. **การคุ้มครองผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วังอักษร, 2538

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่ม ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบ

3. การปรับปรุงการสอน

- แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้สอนในรายวิชาเดียวกัน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การสอบถามจากนักศึกษา
- การทวนสอบจากคะแนนสอบ
- การตรวจรายงานที่เสร็จสิ้น

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- เปลี่ยนหรือสลับ อาจารย์ผู้สอน เพื่อให้ศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์และหรือผู้เชี่ยวชาญ