



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3642101 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาหลักการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า ในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานหน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

| หมวด | หน้า |
|--|------|
| หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป | 4 |
| หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ | 5 |
| หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ | 6 |
| หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา | 6 |
| หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล | 10 |
| หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน | 25 |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 26 |

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642101 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) (Principles of Marketing)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริการลูกค้า

3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์สมธีราภ์ พรหมศิริ

4.2 อาจารย์ผู้สอน (ตอนเรียน B1) ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

10 กรกฎาคม 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
- 1.2 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 1.3 เพื่อให้ นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวางแผนการตลาด
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้
- 2.4 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณของนักการตลาด
- 3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนทั้ง Online และ Offline ให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดและหน้าที่ทางการตลาด กระบวนการจัดการการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศและการวิจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณของนักการตลาด

Marketing concepts and responsibility; marketing management process; marketing environment; marketing information system and research; consumer behavior; market segmentation; targeting; product positioning; product management, pricing, marketing channels, physical distribution, promotion, social and environmental marketing; marketers' codes of conduct.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|--------------------------|---|------------------------------|--------------------------|
| 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา | สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น | ไม่มีฝึกปฏิบัติ | 90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา |

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ของหลักสูตร
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นสมาชิกที่ดีและมีส่วนร่วมในกิจกรรม และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้อื่น

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.4 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ

○ 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

○ 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ รวมถึงเทคนิคและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ไขปัญหาวิชาชีพ

○ 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจอย่างเท่าทันในผลกระทบในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 จัดให้มีการเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทฤษฎี และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน

2.2.3 เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้

2.2.4 กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในหน่วยงานหรือสถาน-ประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.2 ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1 สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูล จากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ ประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจและจากศาสตร์ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดประสิทธิผล

● 3.1.2 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้านมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญหาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำสมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้ พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคล เพื่อสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนในองค์กร

● 4.1.2 สามารถแสดงความคิดเห็นริเริ่มและความเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของทีม รับผิดชอบงานตามหน้าที่และบทบาทที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเหมาะสม

○ 4.1.3 มีความรับผิดชอบในการทำงานกับผู้อื่นและรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ สามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานและแก้ไขปัญหากลุ่ม

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ใช้วิธีการสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น การทำงานกับหลักสูตรอื่นๆ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือจากผู้มีประสบการณ์

4.2.2 จัดให้มีการจัดการวิเคราะห์ วางแผนการตลาด เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ เทคนิคพื้นฐานและสถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

○ 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียนที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกันตามสถานการณ์และวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น

○ 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและใช้เทคโนโลยีอื่น ๆ สนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ โดยเน้นให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลองและสถานการณ์เสมือนจริงแล้วนำเสนอการแก้ไขปัญหา

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 สังเกตและประเมินทำงานกลุ่ม

5.3.2 ประเมินการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้ สื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|---|---------------|---|--|--|---------------------|
| 1 (Offline) | <p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของตลาด - วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน | <p>กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 2 (Offline) | <p>ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดหลักทางการตลาด - ความหมายของการจัดการ | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึก | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับ</p> <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|-------------|---|---------------|--|---|---|---------------------|
| | <p>การตลาด</p> <p>- กระบวนการจัดการการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ วิวัฒนาการ แนวคิดทางการตลาด โดยนำเสนอ ข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการ สรุปสาระสำคัญ</p> | | <p>คิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | 4. ใบงาน | ข้อ1,2 | |
| 3 (Offline) | <p>สภาพแวดล้อมทางการตลาด</p> <p>- สภาพแวดล้อมภายนอก</p> <p>- สภาพแวดล้อมภายใน</p> <p>- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิด จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็น เครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <p>1. 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดย ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | <p>1. ตำราหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p> | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|--|---------------|---|--|---|---------------------|
| 4 (Offline) | <p>สภาพแวดล้อมทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์ SWOT - ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา SWOT เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 5 (Offline) | <p>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด - การแบ่งส่วนตลาด | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|-------------|--|---------------|--|--|---|---------------------|
| | <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน ราคา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind Map หรือ Infographic เป็น เครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | | 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | | | |
| 6 (Offline) | <p>การแบ่งส่วนตลาด การกำหนด ตลาดเป้าหมาย และการกำหนด ตำแหน่งทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน - การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง ทางการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุป โดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการ</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อ ฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4</p> <p>สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|---------------|---|---------------|--|--|---|------------------------|
| | สรุปสาระสำคัญ | | | | | |
| 7 (Online) | ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด - ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย - ระบบสารสนเทศทางการตลาด - การวิจัยตลาด - กระบวนการวิจัยการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic ป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams 4. ใบงาน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 8 (Online) | พฤติกรรมผู้บริโภค - พฤติกรรมผู้บริโภค - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2, 3 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|--|---|--|---------------------|
| | <p>- กระบวนการตัดสินใจซื้อ</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | | <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | 4. ใบงาน | | |
| 9 (Online) | <p>ผลิตภัณฑ์</p> <p>- ความหมายของผลิตภัณฑ์</p> <p>- ระดับของผลิตภัณฑ์</p> <p>- ลำดับชั้นของผลิตภัณฑ์</p> <p>- ประเภทของผลิตภัณฑ์</p> <p>- ส่วนประสมผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <p>1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาคำนวณหาส่วนประสมผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ</p> | <p>1. ตำราหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams</p> <p>4. ใบงาน</p> | <p>กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4, 5</p> <p>สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 1, 2</p> | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|--|---------------|--|--|---|------------------------|
| | | | ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | | | |
| 10 (Online) | ผลิตภัณฑ์ - ตราผลิตภัณฑ์ - การบรรจุภัณฑ์ - ป้ายฉลาก - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน เรื่องผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุป โดย ใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams 4. ใบงาน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 11 (Online) | ราคา - แนวความคิดเรื่องราคา - ความสำคัญของราคา - ขั้นตอนการตั้งราคา - การกำหนดนโยบายราคาและกล | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|---|---------------|---|--|--|------------------------|
| | ยุทธศาสตร์ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน เรื่องราคา โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ | | 2. ให้นักศึกษาคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 4. ใบงาน | | |
| 12 (Online) | ช่องทางการจัดจำหน่าย - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด - หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดองค์กรของช่องทางการจัดจำหน่าย - การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของช่องทาง - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - การกระจายสินค้าและการ | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย ของธุรกิจในปัจจุบัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams 4. ใบงาน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 1, 2 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|---|---------------|---|--|--|---------------------|
| | จัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องช่องทางการจำหน่าย โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ | | | | | |
| 13 (Online) | การส่งเสริมการตลาด - ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด - กระบวนการสื่อสาร - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด - เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด - การกำหนดงบประมาณการส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจใน | 3 | 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams 4. ใบงาน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 1, 2 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|----------------|--|---------------|--|--|---|---------------------|
| | เรื่องการส่งเสริมการตลาด โดย นำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ | | | | | |
| 14 (Online) | <p>การส่งเสริมการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณา - การส่งเสริมการขาย - การขายโดยบุคคล - การประชาสัมพันธ์ - การตลาดทางตรง <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการส่งเสริมการตลาด โดย นำเสนอข้อสรุปโดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams 4. ใบงาน | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชาข้อ 1, 2, 3 | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |
| 15 (Online) | <p>การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร</p> | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม | <ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO | กิจกรรมที่ 1, 2, 3, 4 สอดคล้องกับ | ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|--|---------------|---|---|--|--------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - การตลาด เพื่อ สังคม และ สิ่งแวดล้อม - ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร - ความสัมพันธ์ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) - ปัจจัยที่มีอิทธิพลและสนับสนุนต่อการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - กิจกรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด - จรรยาบรรณของนักการตลาด <p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อ</p> | | <p>อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> | <p>3. ระบบ WBSC และ Microsoft Teams</p> <p>4. ใบงาน</p> | <p>จุดมุ่งหมายรายวิชา</p> <p>ข้อ 1, 2, 3</p> | |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา | ผู้สอน (ระบุลำดับ) |
|------------|---|---------------|-----------------------|------------|--------------------------------|--------------------|
| | สังคมขององค์กรโดยนำเสนอข้อสรุป โดยใช้ Mind map หรือ Infographic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ ผู้เรียนสามารถนำเสนอแผนการตลาด | | | | | |

หมายเหตุ : แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ ที่ประเมิน | สัดส่วนการ ประเมินผล |
|---|---|---|-----------------------|-------------------------|
| 1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การ แต่งกาย | (1.1.1) (1.1.3) | 1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกาย ของนักศึกษาที่เป็นไปตาม ระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมิน จาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล | 1-15 | 10% |
| 2. กิจกรรม/งานที่ ได้รับมอบหมาย | (1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.3) (5.1.4) | 1. ประเมินจากการตรงเวลา ของนักศึกษาในการเข้าชั้น เรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมิน จาก ความ รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมายรายกลุ่ม และ บุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรม ต่างๆ ที่มอบหมายให้ นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมี ความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ ผลงานของผู้อื่นมาเป็นของ ตน เช่น แบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของ นักศึกษา/ การเขียนสรุป ความรู้ความเข้าใจ Mind Map 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วม ในการแสดง ความ | 1-15 | 15% |

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนการประเมินผล |
|--------------------------|--|---|-------------------|---------------------|
| | | คิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม | | |
| 3. การวิเคราะห์กรณีศึกษา | (1.1.3) (2.1.2) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.3) (5.1.4) | 1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา/การเขียนสรุป Mind Map เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม | 1-15 | 15% |
| 4. รายงานและการนำเสนอ | (1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2)(2.1.3) (2.1.4) (3.1.1) (3.1.2) (3.1.3) (4.1.1) (4.1.2) (4.1.3) (5.1.1) | 1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความ | 1-14 15 | 20% |

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนการประเมินผล |
|---------------|----------------------------|--|-------------------|---------------------|
| | (5.1.2) (5.1.3) (5.1.4) | <p>รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p> | | |
| 5. สอบปลายภาค | (2.1.1) (2.1.2) (3.1.2) | ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย | 16 | 40% |

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2557). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 วารุณี ตันตวงศ์วานิชและคณะ. (2543) **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 <http://www.marketeer.co.th/>

3.2 <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนผ่านระบบ

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์ผู้สอน เช่น สุ่มตรวจผลงานนักศึกษา ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

แต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ