



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3644603 ชื่อรายวิชา การวางแผนการตลาด

Marketing planning

อาจารย์ผู้สอน

ผศ. ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการวางแผนการตลาด (Marketing Plan) รหัสวิชา 3644603 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาแผนการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “ความสำคัญ บทบาทของแผนการตลาด ลักษณะของแผนการตลาดที่ดี กระบวนการวางแผนทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ และโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การดำเนินการและการควบคุมแผนการตลาด การนำเสนอแผนการตลาด”

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ซึ่งผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันได้

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	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 3644603 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การวางแผนการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Plan
- จำนวนหน่วยกิต
3 (2-2-5) หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ อาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์ ตอนเรียน A1
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1 / ชั้นปีที่ 4
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
- สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
18 มิถุนายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของการวางแผนการตลาด
- 2) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะที่ดีของแผนการตลาด
- 3) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด
- 4) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมทางการตลาด
- 5) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการกำหนดงบประมาณ การดำเนินการและการควบคุมแผนการตลาด และการนำเสนอแผนการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้มาใช้บูรณาการและสร้างประสบการณ์

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความสำคัญ บทบาทของแผนการตลาด ลักษณะของแผนการตลาดที่ดี กระบวนการวางแผนทางการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ การพยากรณ์ยอดขาย การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมการตลาด การกำหนดงบประมาณ การดำเนินการและการควบคุมแผนการตลาด การนำเสนอแผนการตลาด

Importance, role of marketing plan; good characteristics of a marketing plan; marketing planning process; situational analysis, sales forecasting, objective setting, targeting, marketing strategy and program design, budgeting, marketing plan implementation and control; presentation of a marketing plan

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย และการฝึกปฏิบัติ 45 ชม. ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	30 ชม. ต่อภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้สอนกำหนด วัน เวลาในการให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม สัปดาห์ละ 6 ชั่วโมง และประกาศให้ผู้เรียนทราบ

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชานี้

○ 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพทั้งกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับหมายให้ทำนอกชั้นเรียน เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

1.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

● 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

● 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจอย่างเท่าทันในผลกระทบในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

2.4.4 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.5.5 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○3.1.1 สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูล จากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

● 3.1.2 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด

3.2.2 สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน

3.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.4 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานทางการตลาดที่ได้รับมอบหมาย

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

3.3.2 ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3.3.3 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.4 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.2.2 สามารถแสดงความคิดเห็นริเริ่มและเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของทีม

● 4.3.3 มีความรับผิดชอบในการทำงานกับผู้อื่นและรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ

4.2.2 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม ถ้าหากจะแสดงภาวะผู้นำและผู้ตามได้อย่างเหมาะสม

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียนที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น

● 5.1.4.ความสามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงานและทราบถึงข้อจำกัดของเทคโนโลยี

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1 (Online)	<p>แนะนำเนื้อหารายวิชา</p> <p>1. วิธีการเรียนการสอน วิธีการประเมินผล</p> <p>2. ทบทวนความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในความรู้เกี่ยวกับการตลาดและแผนการตลาด และสามารถเข้าใจในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจและ</p>	3	<p>1. อาจารย์ผู้สอนแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหา รายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา ข้อปฏิบัติในการเรียน การสอนเกณฑ์การวัดผล และ ประเมินผล แนะนำหนังสือ แหล่งการเรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. อาจารย์และนักศึกษาช่วยกันสรุปเนื้อหาด้วยการถามตอบ</p> <p>4. มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลของเวที การแข่งขันแผนการตลาด แผนการสื่อสาร การตลาด แผนกลยุทธ์หรือแผนธุรกิจ จากหน่วยงานหรือเวทีภายนอก</p> <p>5. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำ เวทีแลกเปลี่ยน เรียนรู้เกี่ยวกับความรู้ทางการตลาด การวิเคราะห์ สถานการณ์ทางการตลาด แนวโน้มตลาด ในรูปแบบ Infographic</p> <p>6. สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ตำราการวางแผนการตลาด ● สื่อการสอน PowerPoint ● สื่อออนไลน์ 	<p>1. หนังสือกลยุทธ์ การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard</p> <p>2. Power point</p> <p>3. สื่อ Digital media จาก youtube เรื่อง แผนการตลาด</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	กิจกรรมที่ 1 2 3 4 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

			7. บรรยายประกอบ Power point ผ่านระบบ Microsoft teams และระบบ WBSC			
2 (Online)	<p>แผนการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายและความสำคัญของแผนการตลาด 2. รูปแบบของแผนการตลาด 3. กระบวนการวางแผนการตลาด 4. วงจรการวางแผนการตลาด 5. การเตรียมแผนการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในแผนการตลาดและประโยชน์ของการตลาด กระบวนการการวางแผนการตลาด และการเตรียมแผนการตลาดโดยสามารถนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ infographiic เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อเกริ่นนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป 2. บรรยายประกอบ Power point 3. การแสดงความคิดเห็นกับกรณีศึกษาธุรกิจบริการประเภทต่าง ๆ 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาเขียน กระบวนการเขียนแผนการตลาด โดยใช้ infographic 5. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 6. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 2. Power point /สื่อดิจิทัล 3. กรณีศึกษาที่นักศึกษาสืบค้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line 	กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
3 (Online)	<p>การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ 2.การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 3. การใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในสถานการณ์ทางการตลาด การวิเคราะห์</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ โดยใช้ Infographic ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไปซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. บรรยายประกอบ Power point เรื่อง การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 3. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจบำรุงรักษารถยนต์ 4. มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 2. กรณีศึกษาที่นักศึกษาสืบค้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ 3. ใช้ระบบWBSC ในการ 	กิจกรรมที่ 1,2, 3, 4, 5 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ1,2	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	SWOT และสามารถนำไปใช้ เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ สามารถนำเสนอข้อสรุปสามารถแสดงความคิดเห็นจากการนำเสนอของนักศึกษาเอง		และนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อคิดวิเคราะห์ความสอดคล้องของแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 5. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 6. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	สื่อ สาร หลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
4 (Online)	การกำหนดตลาดเป้าหมาย 1.การแบ่งส่วนทางการตลาด 2.การเลือกตลาดเป้าหมาย 3.การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยสามารถนำเสนอสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นจากกรณีศึกษา		1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา 2. แบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1. หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 2. Power point 3. กรณีศึกษา 4. สื่อ Digital media จาก youtube 5. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 6. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
5 (Online)	การวางแผนผลิตภัณฑ์ 1.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ 3.การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ	3	1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2.มอบหมายให้นักศึกษาจัดกลุ่มเพื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนผลิตภัณฑ์ 3. นักศึกษาและอาจารย์ร่วมกันอภิปราย 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload	1.หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 2. Power point 3. ใช้ระบบWBSC ในการ	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ 3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

	วางแผนผลิตภัณฑ์ โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็น		powerpoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบMicrosoft Teams, Line	สื่อ สาร หลัก Upload powerpoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
6-7 (Online)	การวางแผนราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย 1.การกำหนดวัตถุประสงค์การตั้งราคา 2. การกำหนดกลยุทธ์ราคา 3. การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนราคาและการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเนื้อหา ฝึกการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุมีผลในการตัดสินใจวางแผนการตลาด	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการตั้งราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายในสถานการณ์ปัจจุบัน โดยให้นำข้อมูลจากกรณีศึกษาในปัจจุบันมาใช้ในการคิดวิเคราะห์ 2. ทบทวนความรู้เกี่ยวกับนโยบายราคาและการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบMicrosoft Teams, Line	1.หนังสือกลยุทธ์ การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 2. กรณีศึกษาที่นักศึกษาสืบ ค้น มาโดยมีความเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตั้งราคาและการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบความสำเร็จ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ 3. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อ สาร หลัก Upload powerpoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

<p>8-9 (Online + Offline)</p>	<p>การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด -การกำหนดวัตถุประสงค์ของสื่อสารทางการตลาด -กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด -การวางแผนการสื่อสารทางการตลาด</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และสามารถใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดได้อย่างหลากหลาย ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์</p>	<p>3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ กรณีศึกษาที่สามารถใช้การสื่อสารการตลาดได้อย่างประสบความสำเร็จ ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารการตลาด โดยใช้แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบMicrosoft Teams, Line 	<ol style="list-style-type: none"> 1.หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard 3. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารเป็นเครื่องมือ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>
<p>10 (Online + Offline)</p>	<p>การกำหนดงบประมาณทางการตลาด การวิเคราะห์การคืนทุน และการกำหนดพฤติกรรมการปฏิบัติงาน</p> <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการกำหนดงบประมาณทางการตลาด การวิเคราะห์การคืนทุน และการกำหนดพฤติกรรมการปฏิบัติงานโดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้แผนการตลาด เป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอ</p>	<p>3</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอ แผนการตลาด ที่ได้มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมานำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. ทดลองวางแผนการกำหนดงบประมาณ การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบMicrosoft Teams, Line 	<ol style="list-style-type: none"> 1.หนังสือกลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard นำแผนการตลาดที่ได้รับรางวัลเพื่อนำมาใช้เป็นตัวอย่างในการถอดบทเรียนความคิดและการวิเคราะห์ 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ 	<p>กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3</p>	<p>ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์</p>

				Microsoft Teams, Line		
11-12 (Online + Offline)	กิจกรรมทางการตลาด การกำหนดกิจกรรมทางการตลาดใน แผนการตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจของ แผนการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ กำหนดกิจกรรมทางการตลาดในแผนการ ตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจของแผนการ ตลาด โดยนำเสนอข้อสรุปโดยใช้ แผนการ ตลาดเป็นเครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และสามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอ เนื้อหา	3	1. สุ่มให้นักศึกษานำเสนอแผนการตลาด ที่ได้ มอบหมายงานจากสัปดาห์ที่แล้วเพื่อนำเข้าสู่ บทเรียนต่อไป (คัดเลือกผลงานที่น่าสนใจมา นำเสนอ ซึ่งจะเป็นการ KM ในกลุ่มนักศึกษา) 2. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 3. สื่อสารผ่านระบบMicrosoft Teams, Line	1.แผนการตลาด 2. สื่อ Digital media จาก youtube แพลน กิจกรรมการตลาดที่ สามารถสร้างความสนใจ ในปัจจุบัน 3. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมาย งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
13 (Online + Offline)	จริยธรรมทางการตลาด 1.ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด 2.กรณีศึกษาของแผนการตลาดกับจริยธรรม Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการ ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด โดยนำเสนอหลักการทางจริยธรรมเป็น เครื่องมือในการสรุปสาระสำคัญ และ สามารถแสดงความคิดเห็นในการเสนอ เนื้อหา	3	1. มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลของธุรกิจที่มี ข้อพิพาทเกี่ยวกับจริยธรรมทางการตลาด 2. วิเคราะห์และทำความเข้าใจในผลกระทบที่อาจ เกิดขึ้นจากการขาดจริยธรรมทางการตลาด 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 4. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.กรณีศึกษา เกี่ยวกับนัก ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ จริยธรรมทางธุรกิจ 2. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมาย งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 3. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์
14-15 (Online)	นำเสนอแผนการตลาด นำเสนอแผนการตลาดที่นักศึกษาได้จัดทำ	3	1. ให้นักศึกษานำเสนอ แผนการตลาด ที่ได้ มอบหมายให้นักศึกษาได้จัดทำขึ้น โดยเปิดโอกาส	1. แผนการตลาดซึ่งเป็น ผลงานของนักศึกษา	กิจกรรมที่ 1,2, 3,4 สอดคล้องกับ	ผศ.ศุภวรรณ อภิชาติไตรสรณ์

+ Offline)	<p>ชั้น โดยเปิดโอกาสให้เพื่อนในชั้นเรียนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการตลาด และกระบวนการนำเสนอแผนการตลาดที่มีความน่าสนใจ และฝึกความสามารถในการตอบคำถามในเวลาจำกัด</p>		<p>ให้เพื่อนในชั้นเรียนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการตลาด</p>	<p>2. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>3. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	<p>จุดมุ่งหมายรายวิชา ข้อ3,4</p>	
---------------	---	--	--	--	----------------------------------	--

หมายเหตุ : การจัดการเรียนการสอนอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนการประเมินผล
1. กิจกรรมในชั้นเรียน จิตพิสัย การมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน ความ รับผิดชอบของงานที่ ได้รับมอบหมาย	1.1.1,1.1.3, 2.1.2,2.1.4,3.1.1, 3.1.2,3.1.3 4.1.1 5.1.3	1. นักศึกษาเข้าเรียนสม่ำเสมอ 2. นักศึกษาแต่งกายถูกระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. นักศึกษามีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็น 4. นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา	ทุกสัปดาห์	20%
2. การศึกษาค้นคว้า จากกิจกรรมที่ได้รับ มอบหมายและการ จัดทำแผนผังความคิด และการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	1.1.4, 2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.2, 4.1.1,4.2.2 5.1.1,5.1.3	วิเคราะห์กรณีศึกษางานเดี่ยวและงานกลุ่ม และ การนำเสนอแผนผังความคิด		20%
3. การจัดทำแผนการ ตลาดและการนำเสนอ	1.1.1,1.1.4 2.1.2,2.1.3,2.1.4 3.1.1,3.1.3 4.1.1,4.1.2,4.1.3 5.1.1,5.1.3,5.1.4	การนำเสนองานกลุ่ม		30%
4. การทดสอบวัดผล ความรู้	1.1.4 2.1.2, 2.1.3,2.1.4 3.1.2,3.1.3 5.1.2	การทดสอบ - สอบปลายภาค	16	30%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- Kevin Lane Keller (เควิน เลน เคลเลอร์), James A. Narus (เจมส์ เอ. นารัส). (2562) *กลยุทธ์การตลาดคัมภีร์สำหรับผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย Harvard*. สำนักพิมพ์ Business Review Press
- วิการ์นต์ มงคลจันทร์. (2555) Marketing for work งานการตลาดจากการวางแผนสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ .บริษัทออคเนย์การพิมพ์ จำกัด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ประเมินจากแนวคิดและการอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นของนักศึกษา โดย การสนทนา และการแสดงความคิดเห็นแบบคิดวิเคราะห์

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้การประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชาแบบทวนสอบ

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการพิจารณาคุณภาพของผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น