



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจ การตลาด  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา3644901 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย)สัมมนาทางการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Seminar

อาจารย์ผู้สอน  
อ.สมธีราภรณ์ พรมศิริ

## คำนำ

รายละเอียดรายวิชา การสัมมนาทางการตลาด รหัสวิชา 3644901 เป็นการจัดทำรายละเอียด ประกอบรายวิชาการการสัมมนาทางการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวด วิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีการวิเคราะห์สถานการณ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและล้มเหลวของการดำเนินงานทางการตลาด อภิปรายและการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จริยธรรมและ จรรยาบรรณในการจัดการการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษาจาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไป ประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา                      มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
คณะ    คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา 3644901 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) สัมมนาทางการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Seminar
2. จำนวนหน่วยกิต  
3(2-2-5) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ  
อาจารย์ผู้สอน                      อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ                      ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1 / 2563 ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
  - 9.1 วันที่จัดทำ    24 มิถุนายน 2563
  - 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด                      24 มิถุนายน 2563

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้จากการเรียน)

1.1. เพื่อให้ผู้เรียนทบทวนความรู้จากการศึกษาในรายวิชาทั้งหมดทางการตลาด จริยธรรมและจรรยาบรรณในการตลาด นำไปสู่การปรับประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ปัจจุบัน

1.2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ทั้งหมดที่ได้รับจากการศึกษามาทั้งหมด นำมาประยุกต์ใช้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนด้วยกันเอง และผู้สอน

1.3. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในการเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวทางการตลาด และแสวงหาโอกาสความได้เปรียบทางการตลาด ในการแข่งขัน

#### 2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์การวิเคราะห์สถานการณ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและล้มเหลวของการดำเนินงานทางการตลาด

2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้

2.3 นักศึกษาสามารถอภิปรายและการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด

#### 3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและนำเสนอถื่อนักศึกษาจะต้องนำงบของบริษัทที่เปิดดำเนินการจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง

3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูล และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น

3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีทบทวนความรู้ทั้งหมดที่ศึกษามา นำมาปรับประยุกต์ใช้ในการศึกษาในรายวิชาการสัมมนาทางการตลาดทั้งหมด ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการศึกษารายวิชาทางการตลาด

2. เพื่อส่งเสริมความสามารถในการศึกษาค้นคว้า ประยุกต์ใช้แนวความคิด ทฤษฎี ข้อค้นพบงานวิจัยที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับรายวิชาที่ศึกษา

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

การวิเคราะห์สถานการณ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและล้มเหลวของการดำเนินงานทางการตลาด อภิปรายและการนำเสนอกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด

Situation analysis in response to the ever-changing environment; factors influencing success and failure of marketing operations; discussion and proposition of marketing strategies for competitive advantage; ethics and code of conduct in marketing management

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
30 ชม. ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	30 ชม. ต่อภาคการศึกษา	75 ชม. ต่อภาคการศึกษา

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

##### รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่าน เว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

(เฉพาะรายที่ต้องการ)

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย 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

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

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร

● 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน

● 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

## 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.3.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ การแลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและ เสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม โดยการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งต่างๆพร้อมการนำเสนอ งานหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.2.6 มอบหมายให้นักศึกษารายงานความเคลื่อนไหวทางการตลาดจากข่าวสารทางการตลาด ประจำสัปดาห์

## 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาทั้งในและนอกห้องเรียน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ใน การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ใน สาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็น ผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการสร้างตราผลิตภัณฑ์

3.2.2 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและ เสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.3 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานเกี่ยวกับการสร้างตราผลิตภัณฑ์จาก แหล่งข้อมูลต่างๆ ตามสถานการณ์การณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลง

3.2.4 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย

3.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.3 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการ นำเสนอหน้าชั้นเรียน



3.3.4 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน

#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

○ 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ

● 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดการอภิปราย/การแสดงความคิดเห็น

4.2.2 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม และความคิดสร้างสรรค์

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางการตลาด

● 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง

○ 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.3.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและมีความคิดสร้างสรรค์

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1(Online)	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>แนวการเรียนการสอน</p> <p>- แนะนำเนื้อหาทรายวิชา</p> <p>- การประเมินผลการเรียน</p> <p>- ทบทวนเนื้อหา พื้นความรู้ทางการตลาด</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องเนื้อหาทรายวิชา การประเมินผลการเรียนและทบทวนเนื้อหา พื้นความรู้ทางการตลาด</p>	3	<p>1. บรรยายประกอบเอกสาร</p> <p>2.อภิปรายแสดงความคิดเห็น</p> <p>3.มอบหมายการจัดทำรายงาน(กรณีศึกษา)</p>	<p>1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร</p> <p>ห ลั ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1.1,1.3,3.1,4.1,4.2,5.4	อ.สมธิรัตน์ พรหมศิริ
2.(Online)	<p>- หัวข้อการสอน</p> <p>- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน</p> <p>- Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการกำหนดตำแหน่ง การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. มอบหมายงานวิเคราะห์ตามหัวข้อที่ศึกษา</p>	<p>1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3.ใบความรู้</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร</p> <p>ห ลั ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธิรัตน์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
3. (Online)	- หัวข้อการสอน - กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงานวิเคราะห์ตามหัวข้อที่ศึกษา (กรณีศึกษา)	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ล ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ
4. (Online)	- หัวข้อการสอน - การบริหารการตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการบริหารการตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงานวิเคราะห์ตามหัวข้อที่ศึกษา	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ล ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ
5. (Online)	- หัวข้อการสอน - การบริหารการตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการบริหาร	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์		3. มอบหมายงาน วิเคราะห์ตามหัวข้อที่ ศึกษา	หลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
6. (Online)	- หัวข้อการสอน -การออกแบบกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ของผู้นำ คู่ชิง และธุรกิจรายย่อย  - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการออกแบบกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ของผู้นำ คู่ชิง และธุรกิจรายย่อย	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงาน วิเคราะห์ตามหัวข้อที่ ศึกษา (กรณีศึกษา)	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3.ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร หลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2, 3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	(1)
7. (Online)	- หัวข้อการสอน -ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ รายการผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์  - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องส่วนผสมผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ รายการผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงาน วิเคราะห์ตามหัวข้อที่ ศึกษา (กรณีศึกษา)	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3.ใบความรู้ 3.ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร หลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2, 3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีร์ภักดิ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
8. (Online)	- หัวข้อการสอน - การตลาดสินค้าบริโภค เปรียบเทียบกับการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการตลาดสินค้าบริโภค เปรียบเทียบกับการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงานวิเคราะห์ตามหัวข้อที่ศึกษา (กรณีศึกษา)	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ลั ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ
9. (Online)	- หัวข้อการสอน - การตลาดสินค้าบริโภค เปรียบเทียบกับการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการตลาดสินค้าบริโภค เปรียบเทียบกับการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. มอบหมายงานวิเคราะห์ตามหัวข้อที่ศึกษา (กรณีศึกษา)	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ลั ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ
10(Offline)	- หัวข้อการสอน - กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	3	1. ใช้สื่อ Power Point ประกอบการบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีรภัทร์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			2. ให้นักศึกษาฝึกการคิดวิเคราะห์โดยการทำการณศึกษา	หลัก Upload PowerPoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
11(Offline)	- หัวข้อการสอน -กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	3	1. ใช้สื่อ Power Point ประกอบการบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกการคิดวิเคราะห์โดยการทำการณศึกษา	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3.ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร หลัก Upload PowerPoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธิรัตน์ พรมศิริ
12(Offline)	- หัวข้อการสอน -การตั้งราคาและโปรแกรมการตั้งราคา - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการตั้งราคาและโปรแกรมการตั้งราคา	3	1. ใช้สื่อ PowerPoint ประกอบการบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกการคิดวิเคราะห์โดยการทำการณศึกษา	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3.ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร หลัก Upload PowerPoint มอหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธิรัตน์ พรมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
13(Offline)	- หัวข้อการสอน -การบริหารช่องทางการตลาดและการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้า - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการบริหารช่องทางการตลาดและการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้า	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาฝึกการคิดวิเคราะห์โดยการทำกรณีศึกษา 3. ทำแบบฝึกหัด	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ล ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีร์ภักดิ์ พรหมศิริ
14(Offline)	- หัวข้อการสอน -การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับรู้ในเรื่องการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ทำแบบฝึกหัด 3. นำเสนองานกลุ่มและรายงานหน้าชั้นเรียน	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร ห ล ก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีร์ภักดิ์ พรหมศิริ
15(Offline)	- หัวข้อการสอน นำเสนอรายงาน และ ทบทวน - Learning Outcome ผู้เรียนได้รับนำเสนอรายงานและสรุปประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ	3	1.นำเสนอานกลุ่มและรายงานหน้าชั้นเรียน 2. สรุปประเด็นและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง	1. หนังสือคิดจะไปดวงจันทร์ อย่าหยุดแค่ปากซอย 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบความรู้ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสาร	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	อ.สมธีร์ภักดิ์ พรหมศิริ

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายรายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	เรียนรู้		กับสาระการเรียนรู้	หลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		

หมายเหตุ : การจัดการเรียนการสอนอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมตามสถานการณ์



## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
	1.1,1.3,1.4,2.2,2.3,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.1,5.2,5.3,5.4	- การแสดงความ คิดเห็น - การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมในชั้นเรียน - งานจากการ วิเคราะห์ตามหัวข้อที่ ศึกษา - การอภิปราย นำเสนองานเดี่ยว งานกลุ่ม - แบบฝึกหัด	1-15	25
2	2.1,2.2,2.4,	สอบกลางภาค	8	20
3	2.1,2.2,2.4,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,5.2,5.3,5.4	งานกลุ่มกรณีศึกษา ที่ได้รับมอบหมาย กลุ่ม	1-15	25
4	2.1,2.2,2.4	สอบปลายภาค	16	30

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

## 1. เอกสารและตำราหลัก

รวีศ หาญอุตสาหะ. (2563). *คิดจะไปดวงจันทร์อย่าหยุดแค่ปากซอย*. สำนักพิมพ์วีเลิร์นและสำนักพิมพ์ใน  
เครือ : กรุงเทพฯ

## 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการศึกษา และกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ :  
ธีระฟิล์ม และไวเท็กซ์

Kotler, P. and Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, 13<sup>th</sup> ed., Peason  
Education, Upper

Perreault, W.D., Cannon, J.P. and McCarthy, E.J. (2008). *Essentials of Marketing*, 11<sup>th</sup>.  
Ed., New York : McGraw-Hill/Irwin

Keller, L., Kevin (2008). *Strategic Brand Management*, New Jersey : Pearson International Edition

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ นิตยสาร Marketeer หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบ
- การสนทนาระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การประเมินผู้สอนและผู้เรียนรายวิชา

### 3. การปรับปรุงการสอน

- การวิจัยในชั้นเรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยกรรมการประจำหลักสูตร

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ4