



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3643110 ชื่อรายวิชา การจัดการการตลาดระดับโลก

Global Marketing Management

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

## คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการจัดการการตลาดระดับโลก (Global Marketing Management) รหัสวิชา 3643110 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ของหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และกระบวนการจัดการการตลาดระดับโลก การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม นโยบายการค้า เขต การค้าเสรี กฎหมายระหว่างประเทศ สถาบันระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การ พัฒนาความคิดเชิงกลยุทธ์ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก การจัดการส่วนประสมการตลาด ระดับโลก จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมโลก โดยในภาคการศึกษาที่ 1/2563 การจัดการเรียน การสอนจะเป็นออนไลน์ 9 ครั้ง

รายละเอียดรายวิชานี้แสดงให้เห็นแนวทางในการเรียนรู้ทั้งทางด้านการเรียนรู้ในชั้นเรียน ด้วย การบรรยายแบบมีส่วนร่วม การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และการทำงาน กลุ่ม ตามที่ได้รับมอบหมาย ผู้เรียนเรียนรู้ทฤษฎีจากเอกสารประกอบการสอน สถานการณ์ธุรกิจที่เกิดขึ้น จริงจากกรณีศึกษาและการติดตามข่าวจากสื่อ การประยุกต์ทฤษฎีในการทำกิจกรรมทั้งภายในและ ภายนอกชั้นเรียน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้ จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

| หมวด   | หน้า |
|--|------|
| หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป                                | 4    |
| หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์                  | 5    |
| หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ                       | 5    |
| หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา            | 6    |
| หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล                    | 11   |
| หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน                | 19   |
| หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา | 20   |

## รายละเอียดของรายวิชา

|                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา  | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา | คณะวิทยาการจัดการ   |

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3643110 ชื่อรายวิชา การจัดการการตลาดระดับโลก  
Global Marketing Management

#### 2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

#### 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
- 3.2 สาขาวิชาการตลาด

#### 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน
- 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน ตอนเรียน A1.1 และ A1.2

#### 5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 3

#### 6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

#### 7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

#### 8. สถานที่เรียน

ออนไลน์และในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

#### 9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

19 มิถุนายน 2563

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และกระบวนการจัดการการตลาดระดับโลก
- 1.2 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมระดับประเทศและระดับโลก
- 1.3 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการส่วนประสมการตลาดระหว่างประเทศและระดับโลก
- 1.4 นักศึกษาตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมโลก
- 1.5 นักศึกษาสามารถนำเอาความรู้และหลักทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

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

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และเลือกกลยุทธ์ในการจัดการการตลาดระดับโลกที่เหมาะสม
- 2.2 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ระบบตลาดและโซ่อุปทานระหว่างประเทศ
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้
- 2.4 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ธุรกิจในปัจจุบันและเสนอแนะการปรับปรุงตามสถานการณ์

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

- 3.1 นักศึกษาต้องมีความรู้ความเข้าใจจริยธรรม จรรยาบรรณในการจัดการการตลาดระดับโลก
- 3.2 นักศึกษาต้องวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษาต้องมีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

หลักการ แนวคิด และกระบวนการจัดการการตลาดระดับโลก การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม นโยบายการค้า เขตการค้าเสรี กฎหมายระหว่างประเทศ สถาบันระหว่างประเทศ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การพัฒนาความคิดเชิงกลยุทธ์ในบริบทของการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก การจัดการส่วนประสมการตลาดระดับโลก จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมโลก

Principles, concepts, global marketing management process; cross-cultural analysis; trade policy, free trade area (FTA), international law and politics, international

institutions; strategies for international market entry; strategy development in the context of global changes, global marketing mix management; ethics and responsibility towards the global society

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย การฝึก                | สอนเสริม  | ปฏิบัติ/งาน<br>ภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วย<br>ตนเอง        |
|------------------------------|---|----------------------------------|------------------------------|
| 45 ชั่วโมงต่อภาค<br>การศึกษา | สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น | ไม่มีฝึกปฏิบัติ                  | 90 ชั่วโมงต่อภาค<br>การศึกษา |

\* การจัดการเรียนการสอน Online 60% (ครั้งที่ 1-9) และ Offline 40% (ครั้งที่ 10-15)

## 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

### รายบุคคล

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

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- (3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

#### 1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยและข้อบังคับ
- (2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

- (3) มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- (4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล
- (4) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการตลาดและการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

### 2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point และวีดิทัศน์พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “สิ่งที่ควรและไม่ควรทำในธุรกิจข้ามวัฒนธรรม”
- (3) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “ผลิตภัณฑ์ต่างชาติ”

- (4) ประเมินจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ
- (5) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (6) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (7) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน เช่น การอภิปราย การทำกรณีศึกษา แบบฝึกหัดทบทวน

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม
- (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ
- (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

#### 3.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ
- (3) กำหนดให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเพื่อทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย
- (4) กำหนดให้ใช้สื่อทางสังคม Pinterest เพื่อสืบค้นงานทางการตลาด และนำเสนอใน Pinterest ของตนเอง
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากการรายงานและนำเสนอ เรื่อง “สิ่งที่ควรและไม่ควรทำในธุรกิจข้ามวัฒนธรรม”
- (3) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “ผลิตภัณฑ์ต่างชาติ”
- (4) ประเมินจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ
- (5) ประเมินจากการทดสอบย่อย เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (6) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (7) ประเมินจากงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน เช่น การอภิปราย การทำกรณีศึกษา แบบฝึกหัดทบทวน



#### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

##### 4.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ
- (2) มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ/ รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำผู้ตามในการอภิปราย

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด
- (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- (4) สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

##### 5.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- (2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน/ รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง
- (3) มอบหมายงานสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อฝึกภาษา

- (4) มอบหมายงานการสะสมงานบนสื่อทางสังคม Pinterest เพื่อฝึกการสืบค้นและการใช้ภาษา
- (5) ทดสอบศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาด

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม
- (3) ประเมินจากบทสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ
- (4) ประเมินจากการสะสมงานบน Pinterest เรื่อง “ผลิตภัณฑ์ต่างชาติ”
- (5) ประเมินจากผลทดสอบศัพท์ภาษาอังกฤษที่เกี่ยวกับการตลาด

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน\* (Online สัปดาห์ที่ 1-9 และ Offline สัปดาห์ที่ 10-15)

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน   | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|--|---|-------------------------------|
| 1<br>Online    | <p>การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการการตลาดระดับโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความหมาย ความสำคัญหลักการ และแนวคิด</li> <li>- การตลาดในประเทศ ระหว่างประเทศ และระดับโลก</li> <li>- สาเหตุที่ธุรกิจเข้าสู่ตลาดโลก</li> <li>- การสร้างความสำเร็จในตลาดโลก</li> <li>- กระบวนการจัดการการตลาดระดับโลก</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b><br/>ผู้เรียนได้รับความรู้และสามารถอธิบายหลักการ แนวคิด กระบวนการจัดการการตลาดระดับโลก</p> | 3                | <p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหารายวิชา จุดประสงค์ เป้าหมาย เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม</li> <li>2. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>3. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>4. แจ้งการเรียนและกิจกรรมออนไลน์ 9 ครั้ง</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. วิดีทัศน์</li> </ol> <p>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</p> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 2<br>Online    | <p>การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการตลาดระดับโลก</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ความสำคัญและประเภทสภาพแวดล้อมโลก</li> <li>- เศรษฐกิจโลกและโลกาภิวัตน์</li> <li>- ประเทศและธุรกิจระหว่างประเทศ</li> <li>- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในการจัดการการตลาด</li> <li>- สิ่งที่ธุรกิจให้ความสำคัญในการตลาดระดับโลก</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p>   | 3                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> </ol>   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. วิดีทัศน์</li> </ol> <p>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</p> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน   | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|--|---|-------------------------------|
|                | ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับโลก<br>ผลประโยชน์และความเสี่ยง   |                  |  |  |   |                               |
| 3<br>Online    | <b>สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม</b><br>- ความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรมต่อการตลาด<br>ระหว่างประเทศและระดับโลก<br>- ความเสี่ยงจากความหลากหลายทางวัฒนธรรม<br>- สัญลักษณ์ ภาษา และการสื่อสาร<br>- ความสับสนทางวัฒนธรรม<br>- สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถแยกแยะสภาพสังคม วัฒนธรรมใน<br>ต่างประเทศ วัฒนธรรมผู้บริโภคในท้องถิ่น | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br>ผ่าน “WBSC และ<br>MS Teams” | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 4<br>Online    | <b>สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย</b><br>- ความเสี่ยงอันเนื่องมาจากกระบวนการปกครอง การเมือง<br>และกฎหมาย<br>- ขั้วทางการเมืองในโลก<br>- นโยบายการค้า<br>- กฎหมายท้องถิ่นและระหว่างประเทศ<br>- กระบวนการทางกฎหมายในการพัฒนาธุรกิจ<br><b>Learning Outcome</b>   | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br>ผ่าน “WBSC และ<br>MS Teams” | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน   | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|--|---|-------------------------------|
|                | ผู้เรียนตระหนักและสามารถวิเคราะห์ถึงความสำคัญ ความเสี่ยง สิ่งที่ต้องคำนึงถึงด้านการเมืองและกฎหมาย   |                  |  |  |   |                               |
| 5<br>Online    | <b>ตลาดระดับชาติ ภูมิภาค และโลก</b><br>- ประเทศพัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา<br>- ตลาดเกิดใหม่<br>- การค้าเสรี การค้ายุติธรรม และเขตการค้าเสรี<br>- ความได้เปรียบและเสียเปรียบจากข้อตกลงการค้าเสรี<br>- การกีดกันทางการค้า<br>- สถาบันระหว่างประเทศ<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถกำหนดรูปแบบตลาดในต่างประเทศ การค้าเสรีและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br><b>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</b> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 6<br>Online    | <b>การศึกษาตลาดและการคัดเลือกตลาด</b><br>- การเปลี่ยนแปลงของโลก และการวิจัยตลาด<br>- การจัดการระบบสารสนเทศระหว่างประเทศ<br>- วิธีการเลือกประเทศและตลาด<br>- การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ตรา และการแข่งขัน<br>- การวิเคราะห์ต้นทุนและความเสี่ยง<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และเลือกวิธีการศึกษาตลาดและ                       | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br><b>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</b> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|---|---|-------------------------------|
|                | การคัดเลือกตลาดต่างประเทศ   |                  |  |   |   |                               |
| 7<br>Online    | <b>การสู่ตลาดต่างประเทศและตลาดโลก</b><br>- ปัจจัยที่ส่งผลต่อวิธีการเข้าสู่ตลาด<br>- การนำเข้า/ส่งออกทางอ้อม<br>- การนำเข้า/ส่งออกทางตรง<br>- การตั้งสาขาในต่างประเทศ<br>- การผลิตในต่างประเทศ<br>- การออกใบอนุญาตหรือการให้สิทธิ<br>- การร่วมทุน<br>- พันธมิตรทางการค้า<br>- การลงทุนโดยตรง<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถกำหนดวิธีการเข้าสู่ตลาด ข้อดีและข้อเสีย<br>ของแต่ละวิธี | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br><b>ผ่าน “WBSC และ<br/>           MS Teams”</b> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รัตวิทย์<br>วัฒนสิน |
| 8<br>Online    | <b>STP Marketing</b><br>- ความจำเป็นในการทำ STP Marketing<br>- การแบ่งส่วนตลาด<br>- การเลือกตลาดเป้าหมาย<br>- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ตรา และธุรกิจ  | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท                   | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา   | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รัตวิทย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|---|---|-------------------------------|
|                | <b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถจัดการ STP Marketing ซึ่งสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการตลาด   |                  | 4. นำเสนอผลงาน   | 4. วิดีทัศน์<br>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”  |   |                               |
| 9<br>Online    | <b>การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค</b><br>- การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ซื้อในธุรกิจ<br>- รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค<br>- การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ<br>- คุณค่า บรรทัดฐาน และค่านิยม<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนมีทักษะในเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ซื้อในธุรกิจ | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์<br>ผ่าน “WBSC และ MS Teams” | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 10<br>Offline  | <b>กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราในตลาดโลก</b><br>- โอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์และตราปัจจุบันในตลาดโลก<br>- สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ<br>- การกำหนดมาตรฐานและการสร้างความแตกต่าง<br>- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสำหรับตลาดต่างประเทศและโลก<br>- การกำหนดสายผลิตภัณฑ์<br>- ประเทศต้นกำเนิด<br><b>Learning Outcome</b>         | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์                             | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome  | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|--|------------------|--|---|---|-------------------------------|
|                | ผู้เรียนมีทักษะในเรื่องการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์และตราที่เหมาะสมกับตลาดโลก   |                  |  |   |   |                               |
| 11<br>Offline  | <p><b>กลยุทธ์ราคาในตลาดโลก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคา</li> <li>- อัตราแลกเปลี่ยน</li> <li>- ราคาของคู่แข่ง ราคาตลาดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อราคาและผลิตภัณฑ์ที่มาจากต่างประเทศ</li> <li>- การวิเคราะห์ต้นทุน</li> <li>- การกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์ราคา</li> <li>- ราคาโอน</li> <li>- การกำหนดเงื่อนไขและวิธีการชำระเงิน</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>ผู้เรียนมีทักษะในเรื่องการกำหนดกลยุทธ์ราคาที่เหมาะสมกับตลาดโลก</p> | 3                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> <li>4. นำเสนอผลงาน</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน</li> <li>Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. วิดีทัศน์</li> </ol> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 12<br>Offline  | <p><b>กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับตลาดโลก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>- ห่วงโซ่อุปทาน</li> <li>- การเลือกสรรและจัดการช่องทาง</li> <li>- การจัดการโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ</li> </ul>  | 3                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</li> <li>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท</li> <li>4. นำเสนอผลงาน</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน</li> <li>2. สื่อการสอน</li> <li>Power point</li> <li>3. กรณีศึกษา</li> <li>4. วิดีทัศน์</li> </ol> | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |



| ลำดับที่      | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน  | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมายรายวิชา  | ผู้สอน                        |
|---------------|---|---------------|--|---|---|-------------------------------|
|               | - ความเสี่ยงในระบบช่องทาง ปัญหาการรักษาความสัมพันธ์<br>ในช่องทางการจัดจำหน่าย<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนมีทักษะในเรื่องการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัด<br>จำหน่ายที่เหมาะสมกับตลาดโลก  |               |  |   |   |                               |
| 13<br>Offline | <b>กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน</b><br>- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างประเทศและ<br>วัฒนธรรม<br>- ภาษา การตีความ และปัญหาจากการสื่อสารภาพลักษณ์<br>ผิด<br>- การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด<br>- การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน<br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนสามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับ<br>ตลาดโลก | 3             | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |
| 14<br>Offline | <b>อินเทอร์เน็ต สื่อทางสังคมเพื่อการสื่อสารและการขาย</b><br>- ความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการ<br>ใช้การตลาดแบบตัวต่อตัว การสื่อสารส่วนบุคคล<br>- ทางเลือกในการใช้เว็บไซต์ เครื่องมือค้นหา และสื่อทาง<br>สังคมสำหรับตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจ   | 3             | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถาม<br>ประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึก<br>วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท                   | 1. ตำรา/ เอกสาร<br>ประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน<br>Power point<br>3. กรณีศึกษา                 | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

| สัปดาห์<br>ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome   | จำนวน<br>ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน  | สื่อการสอน   | สอดคล้องกับ<br>จุดมุ่งหมายรายวิชา   | ผู้สอน                        |
|----------------|---|------------------|--|--|---|-------------------------------|
|                | - การสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ<br><br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนเข้าใจความสำคัญและสามารถเลือกวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต สื่อทางสังคมในการตลาดระดับโลก  |                  | 4. นำเสนอผลงาน   | 4. วิดีทัศน์   |   |                               |
| 15<br>Offline  | <b>การควบคุมตลาดและประเด็นทางจริยธรรมในการตลาดระดับโลก</b><br>- การจัดโครงสร้างธุรกิจระหว่างประเทศและระดับโลก<br>- การดูแลลูกค้าในโลก<br>- การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการควบคุมธุรกิจ<br>- เครื่องมือในการเฟ้นรางวัล และแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งในนโยบายและกลยุทธ์ในประเทศต่าง ๆ<br>- ความสูญเสียจากการเป็นธุรกิจที่ไม่ดี<br>- ปัญหาทางกฎหมาย ปัญหาทางสังคม<br>- จริยธรรม จรรยาบรรณ และ CSR<br><br><b>Learning Outcome</b><br>ผู้เรียนตระหนักในประเด็นทางจริยธรรม จรรยาบรรณในการจัดการการตลาดระดับโลก | 3                | 1. บรรยายพร้อมสื่อ อภิปราย และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย<br>2. ให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน<br>3. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท<br>4. นำเสนอผลงาน | 1. ตำรา/ เอกสารประกอบการสอน<br>2. สื่อการสอน Power point<br>3. กรณีศึกษา<br>4. วิดีทัศน์ | (1.1) (1.3) (1.4)<br>(2.1) (2.4) (3.2)<br>(3.3) (4.1) (4.2)<br>(4.3) (5.2) (5.3)<br>(5.4) | ผศ.ดร.<br>รติวัลย์<br>วัฒนสิน |

\*หมายเหตุ: 1. การจัดการเรียนการสอน Online 60% และ Offline 40%  
2. การจัดการเรียนการสอนอาจเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรมที่   | ผล<br>การเรียนรู้                                  | วิธีการประเมินผล  | สัปดาห์ที่<br>ประเมิน | สัดส่วนการ<br>ประเมินผล |
|--|--|---|-----------------------|-------------------------|
| 1. การเข้าชั้นเรียน (ทั้งออน<br>และออฟไลน์)/<br>การตรงต่อเวลา/<br>การแต่งกาย (บุคลิกภาพ)             | (1.1) (1.3)  | 1. ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้า<br>ชั้นเรียนและการส่งงาน<br>2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป<br>ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย<br>3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน<br>หน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม<br>และบุคคล | 1-15                  | 5%                      |
| 2. การตอบคำถามทบทวน<br>ท้ายบท/<br>กิจกรรมในชั้นเรียน   | (1.1) (1.3)<br>(1.4) (2.1)<br>(2.4) (3.2)          | 1. ประเมินจากการตรงเวลาของใน<br>การเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน<br>2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป<br>ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย  | 1-15                  | 20%                     |
| 3. รายงานและนำเสนอ “สิ่ง<br>ที่ควรและไม่ควรทำใน<br>ธุรกิจข้ามวัฒนธรรม”                               | (3.3) (4.1)<br>(4.2) (4.3)<br>(5.2) (5.3)<br>(5.4) | 3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน<br>หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม<br>และบุคคล ชื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ<br>ผลงานผู้อื่นมาเป็นของตน  | 2-15                  | 5%                      |
| 4. สละสลและนำเสนอ การ<br>วิเคราะห์ “ผลิตภัณฑ์<br>ต่างชาติ” ผ่าน Pinterest                            |  | 4. ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน<br>เช่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การ<br>ทำงานเป็นทีม การอภิปรายกลุ่ม   | 2-15                  | 10%                     |
| 5. การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว<br>ต่างชาติ (ถ้าสถานการณ์<br>ยังไม่ดีขึ้น ให้นักศึกษาหา<br>คนแชทออนไลน์) |  | 5. ประเมินจากคุณภาพของงาน ความ<br>ครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย   | 2-15                  | 10%                     |
| 6. ทดสอบย่อย<br>- องค์ความรู้<br>- ศัพท์ภาษาอังกฤษ   | (2.1) (2.2)<br>(3.2) (3.3)<br>(5.2) (5.3)          | ประเมินจากการทดสอบย่อย โดยใช้<br>ข้อสอบแบบอัตนัย  | 4-15                  | 20%                     |
| 7. สอบปลายภาค  | (2.1) (2.4)<br>(3.2) (3.3)                         | ประเมินจากการสอบปลายภาค โดย<br>ใช้ข้อสอบแบบอัตนัย   | 16                    | 30%                     |

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

## 1. เอกสารและตำราหลัก

รติวัลย์ วัฒนสิน. (2563). *การตลาดระดับโลก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

## 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- 2.1 Alon, Ilan, Jaffe, Eugene, & Vianelli, Donata. (2013). *Global marketing: Contemporary theory, practice and cases*. USA: McGraw-Hill Irwin.
- 2.2 Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). England: Pearson Education.

## 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาด
- 3.2 วารสารทางด้านการตลาดออนไลน์ เช่น [www.marketeer.co.th](http://www.marketeer.co.th), [www.brandage.com](http://www.brandage.com)
- 3.3 นิตยสารและ TV and Web Channels เช่น NHK, PBS, YouTube, Fortune, etc.
- 3.4 เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น Zara, H&M, Armani, Tiffany, Gucci, Starbucks, Home Depot, Wal-Mart, Toyota, BMW, Apple, etc.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

### 3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชา สรุปรายปัญหาและอุปสรรคเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน
- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ