



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3642104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการผลิตภัณฑ์
(ภาษาอังกฤษ) Product Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว

คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์ (Product management) รหัสวิชา 3642104 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของการจัดการผลิตภัณฑ์ การจัดการอุปสงค์อุปทาน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ นโยบายตราผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการผลิตภัณฑ์ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ และดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน

รายละเอียดวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียนสาขาการตลาด ที่เน้นการเรียนการสอนทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าพัฒนาด้วยตนเอง ตามรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นที่มาอย่างสร้างสรรค์ โดยผู้สอนมีบทบาทอำนวยความสะดวกและจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองและปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

สารบัญ

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

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
 รหัสวิชา 3642104 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการผลิตภัณฑ์
 (ภาษาอังกฤษ) Product Management
2. จำนวนหน่วยกิต
 3 (3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 3.2 ประเภทรายวิชาเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว
 อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
 ภาคการศึกษาที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2563 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
 ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
 ไม่มี
8. สถานที่เรียน
 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
 วันที่ 14 มิถุนายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 1. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ถึงปัญหา บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อการบริหารผลิตภัณฑ์
 2. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้หลักในการวางแผนผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และแนวคิด การพัฒนา บูรณาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ รวมถึงการจัดการอุปสงค์อุปทาน
 3. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แนวความคิดหลักการจัดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ นโยบายตราสินค้า ตลอดจนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และกลยุทธ์วิถีชีวิตผลิตภัณฑ์
 4. เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ สามารถนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์ถึงผลกระทบทางการตลาด ด้านกฎหมาย และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารผลิตภัณฑ์ใหม่

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และการบริการ
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการใช้กลยุทธ์สำหรับการวางแผนผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ และการจัดทำแผนการตลาด
4. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และผลกระทบของผลิตภัณฑ์ใหม่

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญของการจัดการผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์ การจัดการอุปสงค์อุปทาน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ นโยบายตราผลิตภัณฑ์ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการผลิตภัณฑ์

Definitions, importance of product managers; influencing product management; Supply-demand management; Product life cycle; Product positioning; product mix, productline, packaging, brand policy; new product development process; ethics and code of conduct in product management.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานและงานภาคสนามแต่มีการฝึกปฏิบัติในชั้นเรียนและกิจกรรมนอกชั้นเรียน	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาในห้องเรียนตลอดเวลาเรียน และจัดให้คำปรึกษาผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยตั้งเป็นกลุ่มสนทนา หรือปรึกษาผ่านระบบ Microsoft Teams
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม (เฉพาะรายที่ต้องการ) 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ณ ห้องพักอาจารย์ อาคาร 3 ห้อง 345 ห้องหลักสูตรการตลาด

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

รายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์ มีรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ โดยระบุว่าเป็นความรับผิดชอบหลักหรือ รับผิดชอบรอง ทั้ง 5 ด้านโดยแสดงเครื่องหมาย ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง ในแต่ละ ด้านดังนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

นักศึกษามีคุณธรรม จริยธรรม สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างราบรื่น และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม บนพื้นฐานแนวคิดความเป็นไทย เกิดความภาคภูมิใจตระหนักและสำนึกในความเป็นไทยที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สอดแทรกเรื่องมาตรฐาน ความดี ความถูกต้องเหมาะสมตาม ยุคสมัยของสังคมเข้าไปด้วยเสมอ โดยมีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้

1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ประยุกต์จรรยาบรรณวิชาชีพ อาทิ ความโปร่งใส ยึดถือในความถูกต้อง สู่การเรียนรู้การจัดการผลิตภัณฑ์ ในระบบสากลและความเป็นไทย ที่เข้าใจในคุณค่า เอกลักษณ์ที่ตีงาม ในการการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญา ไทย โดยสะท้อนออกมาสู่ผลิตภัณฑ์

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพตนเอง ผู้อื่น และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของ สถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

● 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับมอบหมายนอกชั้นเรียน อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

1.1.4 มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมี คุณธรรมในการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง ให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมและงานกลุ่มที่ต้องมุ่งเน้นความ รับผิดชอบเป็นสำคัญ

1.2 วิธีการสอน (สอนแบบ Active Learning)

(1) อธิบายวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาเข้าใจและส่งเสริมให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และ ข้อบังคับ

(2) ส่งเสริมปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบ ของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานตรงเวลา และแนวคิดที่มี คุณธรรมจริยธรรมจากกิจกรรมและงาน

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของ ผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ทำการประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา และการส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล โดยไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

(4) ประเมินจากแนวคิดงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ แนวคิดคุณธรรมจริยธรรมจากกิจกรรมและงาน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเรียนด้านการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิตและการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร เพื่อใช้ในการจัดการผลิตภัณฑ์

○ 2.1.3 มีความรู้ ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดและการจัดการการตลาดในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานผลิตภัณฑ์

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน (สอนแบบ Active Learning)

(1) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

(2) การจัดการเรียนการสอนใช้สื่อ Power point ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการสอนด้วยการจัดให้มีการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็นจากการค้นคว้าทฤษฎี

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม และวิเคราะห์กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์จริง พร้อมการนำเสนองานหน้าชั้นเรียน

(5) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีเพิ่มเติมที่บ้าน เพื่อมาทำกิจกรรมในชั้นเรียนการบ้านจากคำถามทบทวน และจากโจทย์ที่ผู้สอนกำหนด

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) การทดสอบย่อย การสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย และแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการอภิปราย

(3) ประเมินจากการแสดงความคิดเห็น ตอบคำ แก้ปัญหา ความรู้ความเข้าใจและแนวคิดสร้างสรรค์ใหม่

(4) ประเมินจากรายงานกลุ่มที่ส่ง นำเสนอที่ได้รับมอบหมาย

(5) ประเมินการวิเคราะห์ค้นคว้าทฤษฎีเพิ่มเติมที่บ้าน จากกิจกรรมในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

● 3.1.2 สามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน (สอนแบบ Active Learning)

(1) สอนโดยการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(3) ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จริง และนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์ และนำเสนอแบบการอภิปรายกลุ่ม

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการทดสอบย่อย และการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย ที่เน้นข้อคำถามที่มีการวิเคราะห์และการประยุกต์ความรู้ที่ศึกษา

(2) ประเมินจากการรายงานการจัดการผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอ

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

○ 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน (สอนแบบ Active Learning)

(1) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์

(2) มอบหมายให้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในวิชาแก้ปัญหาที่กำหนด และนำเสนองานหน้าชั้นเรียนโดยการอภิปรายกลุ่ม

(3) แทรกประสบการณ์จริงของผู้สอนในระหว่างการเรียนการสอน โดยผ่านการเล่าเรื่องต่าง ๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการตอบคำถาม นำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน

(2) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง

○ 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน (สอนแบบ Active Learning)

(1) ผู้สอนบรรยายและใช้สื่อ PowerPoint โดยสอดแทรกการคิดวิเคราะห์ทางตัวเลขภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชา

(2) มอบหมายงานให้นักศึกษาแก้ปัญหาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาที่มีการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม

(3) นำเสนอในชั้นเรียนโดยวาจา เล่มรายงาน และมีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากความถูกต้องของการจัดทำรายงาน และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

(2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายในชั้นเรียน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1 (Online)	<p>- แนะนำบทเรียน</p> <p>- บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p>1.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.2 ผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ</p> <p>1.3 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>- สามารถอธิบายได้ถึงแนวคิดความหมายของผลิตภัณฑ์ ความสำคัญ และผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จทางการตลาดที่สอดคล้องกับความเป็นปัจจุบัน</p>	3	<p>1. ผู้สอนบรรยายแนะนำตัวและอธิบายเนื้อหารายวิชา วัตถุประสงค์ของรายวิชา การเรียนการสอน และเกณฑ์การวัดผลและประเมินผล ตลอดจนแนะนำหนังสือ แหล่งการเรียนรู้ และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยาย เนื้อหาบทเรียน</p> <p>3. นักศึกษาแสดงความคิดเห็นอภิปรายเนื้อหา</p> <p>4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	<p>1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อ มคอ. 3</p> <p>3. สื่อ Power Point เนื้อหา</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ</p> <p>5. การสื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2 (Online)	<p>- บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p>1.4 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.5 ระดับของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.6 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์</p> <p>1.7 ลักษณะของระดับผลิตภัณฑ์</p> <p>1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับส่วนประสมทางการตลาดอื่น</p> <p>1.9 บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>- สามารถอธิบายได้ถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน</p> <p>- สามารถอธิบายได้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับส่วนประสมทางการตลาด</p>	3	<p>1. ผู้สอนบรรยาย</p> <p>2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และลักษณะของระดับผลิตภัณฑ์ นักศึกษาอภิปรายประเด็นสำคัญผลิตภัณฑ์</p> <p>3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	<p>1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อ Power Point เนื้อหา</p> <p>3. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และวิถีทัศน์องค์ประกอบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่นๆ</p> <p>5. การสื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
3 (Online)	บทที่ 2 การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2.1 ความหมายของการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2.2 ความหมายของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ 2.3 คุณสมบัติของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ 2.4 บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการผลิตภัณฑ์ 2.5 การจัดองค์การทางการตลาดเพื่อการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ 2.6 การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ 2.7 ความเปลี่ยนแปลงมีผลกระทบต่อการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ Learning Outcome -สามารถอธิบายหรือวิเคราะห์ได้ถึงหน้าที่ นักการตลาด หน้าที่ผู้จัดการผลิตภัณฑ์	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. นักศึกษาแบ่งกลุ่มอภิปราย และวิเคราะห์ หน้าที่นักการตลาด หน้าที่ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. วิดีทัศน์สัมภาษณ์ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ และการตลาด 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
4 (Online)	บทที่ 3 ประเภทของผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาร่วมกันค้นข้อมูล วิเคราะห์	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	3.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ 3.2 การจำแนกผลิตภัณฑ์ตามอายุการใช้งาน และการสัมผัส 3.3 การจำแนกผลิตภัณฑ์ตามจุดประสงค์ของการใช้ผลิตภัณฑ์ Learning Outcome -สามารถวิเคราะห์ได้ถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ และ วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด		ประเภทของผลิตภัณฑ์ การจำแนก ผลิตภัณฑ์ บริการ และวิเคราะห์กลยุทธ์ การตลาดของผลิตภัณฑ์ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3.รูปสื่อ ตัว ผลิตภัณฑ์ต่างๆ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน ระบบ Microsoft Teams, Line		ยอดแก้ว
5 (Online)	บทที่ 4 การวางแผนผลิตภัณฑ์ 4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผน ผลิตภัณฑ์ 4.2 การวิเคราะห์ความน่าสนใจของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกัน วิเคราะห์ วางแผนผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์กลยุทธ์ การแข่งขัน 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันค้นข้อมูล	1. หนังสือนโยบาย การจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3.รูปสื่อ ตัว	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	4.3 กลยุทธ์การแข่งขัน 4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 4.5 การวิเคราะห์ฝั่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ได้ถึง วางแผนผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์กลยุทธ์การแข่งขัน - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์		วิเคราะห์ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์ ฝั่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	ผลิตภัณฑ์ต่างๆ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน ระบบ Microsoft Teams, Line		
6 (Online)	บทที่ 5 การบริหารจัดการส่วนประสม ผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ 5.1 ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 5.2 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 5.3 การตัดสินใจเกี่ยวกับสายผลิตภัณฑ์ 5.4 การบริหารจัดการตราผลิตภัณฑ์ Learning Outcome - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงคั่นข้อมูลผลิตภัณฑ์และ	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแต่ละคนคั่นข้อมูลผลิตภัณฑ์ และ วิเคราะห์ ส่วนประสมและตรา ผลิตภัณฑ์ และนำเสนอทาง... 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันคั่นข้อมูล วิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. รูปสื่อ ผู้ผลิต ตัวผลิตภัณฑ์ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	วิเคราะห์ ส่วนประสมและตราผลิตภัณฑ์ - สามารถวิเคราะห์ได้ถึงกลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์			Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน ระบบ Microsoft Teams, Line		
7 (Online)	บทที่ 5 การบริหารจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ 5.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 5.6 วิวัฒนาการของตราผลิตภัณฑ์ 5.7 ความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์ 5.8 คุณค่าของตราผลิตภัณฑ์ 5.9 การตัดสินใจเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ Learning Outcome - สามารถค้นข้อมูลตราผลิตภัณฑ์และสามารถอธิบายได้ถึงคุณค่าและความสำคัญของตราผลิตภัณฑ์	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแต่ละคนค้นข้อมูลตราผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์คุณค่าและความสำคัญ 3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์สร้างตราผลิตภัณฑ์ 4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3.รูปสื่อ ตัวอย่าง วิวัฒนาการ ผลิตภัณฑ์ วีดีทัศน์วิวัฒนาการคุณค่า ตราผลิตภัณฑ์ 4. ใช้ระบบWBSC	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
				ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน ระบบ Microsoft Teams, Line		
8 (Online)	บทที่ 6 การบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากและ บาร์โค้ด 6.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ 6.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ 6.3 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ 6.4 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ 6.5 ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่ดี Learning Outcome - สามารถค้นข้อมูลบรรจุภัณฑ์และวิเคราะห์ได้ ถึงคุณค่าและความสำคัญบรรจุภัณฑ์ ลักษณะ	3	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ บรรจุภัณฑ์ ลักษณะ ประโยชน์ ข้อดีข้อเสีย นำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. วีดิทัศน์ตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	ประโยชน์ ข้อดีข้อเสีย			มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน ระบบ Microsoft Teams, Line		
9 (Online)	<p>บทที่ 6 การบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากและ บาร์โค้ด</p> <p>6.6 ระดับของบรรจุภัณฑ์</p> <p>6.7 กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์</p> <p>6.8 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์</p> <p>6.9 ความหมายของป้ายฉลาก</p> <p>6.10 ประเภทของป้ายฉลาก</p> <p>Learning Outcome</p> <p>- สามารถวิเคราะห์ได้ถึงข้อมูลบรรจุภัณฑ์และ วิเคราะห์ฉลากกับบรรจุภัณฑ์ ลักษณะ ประโยชน์ ข้อดีข้อเสีย</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ป้าย ฉลาก สร้างบ้านฉลากที่เหมาะสม นำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. วีดิทัศน์ตัวอย่าง ป้ายฉลาก 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint 5. มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ 5. การสื่อสารผ่าน 	3,4	<p>ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
				ระบบ Microsoft Teams, Line 1. สื่อ Power Point เนื้อหา 2. วีดิทัศน์การบรรจุ ภัณฑ์ 3. ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์		
10 Offline	บทที่ 6 การบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากและ บาร์โค้ด 6.11 คุณลักษณะป้ายฉลากที่ดี 6.12 หลักเกณฑ์ของป้ายฉลาก 6.13 ความหมายของบาร์โค้ด 6.14 ระบบบาร์โค้ดที่ใช้ในปัจจุบัน 6.15 ระบบบาร์โค้ดในประเทศไทย 6.16 ประโยชน์จากการใช้บาร์โค้ด Learning Outcome	3	1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน A1.2 ช่วงเวลา 14.31-16.00 จำนวน 25 คน 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ วัสดุรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ นำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ วีดิทัศน์บาร์โค้ด 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint	3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	- สามารถอธิบายได้ถึงบรรพบุรุษภัยพิบัติที่ระบบบาร์โค้ดที่ใช้ในปัจจุบัน			มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ		
11 Offline	บทที่ 7 การบริหารจัดการการบริการ 7.1 ความหมายของการบริการ 7.2 ความสำคัญของการบริการ 7.3 ประโยชน์ของการบริการ 7.4 องค์ประกอบของตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7.5 ลักษณะของบริการ 7.6 ประเภทของงานบริการ Learning Outcome - สามารถค้นข้อมูลบริการและวิเคราะห์ได้ถึง ลักษณะ ประเภท ความสำคัญบริการต่อ ผู้บริโภค	3	1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน A1.2 ช่วงเวลา 14.31-16.00 จำนวน 25 คน 2. ให้นักศึกษาแต่ละคนค้นข้อมูลบริการและ วิเคราะห์ลักษณะ ประเภท ความสำคัญต่อ ผู้บริโภค นำเสนอ 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและมอบหมายงาน กิจกรรมการตลาดบริการด้านการท่องเที่ยว หรืออื่นๆ	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. รูปสื่อ วีดีทัศน์ ตัวอย่างบริการ 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ	1,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว
12 Offline	บทที่ 7 การบริหารจัดการการบริการ 7.7 ประเภทลูกค้าของธุรกิจบริการ	3	1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power	2,3	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	7.8 พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า 7.9 การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการ 7.10 กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวกับการบริการ 7.11 การสร้างมาตรฐานในการให้บริการ Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึง พฤติกรรม ความต้องการธุรกิจบริการ และกลยุทธ์การตลาดนำเสนอ		A1.2 ช่วงเวลา14.31-16.00 จำนวน 25 คน 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ พฤติกรรม ความต้องการธุรกิจบริการ และ กลยุทธ์การตลาด 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและนักเรียนนำเสนอ กิจกรรม	Point เนื้อหา 3.วีดิทัศน์ วิวัฒนาการคุณค่า 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ		
13 Offline	บทที่ 8 วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 8.1 ความหมายของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ 8.2 ความสำคัญของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ 8.3 ลักษณะของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ 8.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ 8.5 กลยุทธ์การตลาดในแต่ละช่วงวัฏจักรชีวิต	3	1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน A1.2 ช่วงเวลา14.31-16.00 จำนวน 25 คน 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มร่วมค้นข้อมูล วิเคราะห์ พัฒนาร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ วัสดุรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ นำเสนอไปสร้าง	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3.วีดิทัศน์ วิวัฒนาการผลิตภัณฑ์ใหม่ 4. ใช้ระบบWBSC	2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>ผลิตภัณฑ์</p> <p>8.6 ข้อพึงระวังในการพิจารณาวัฏจักรชีวิต</p> <p>ผลิตภัณฑ์</p> <p>Learning Outcome</p> <p>- สามารถวิเคราะห์ได้ถึงพัฒนาการร่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ วัสดุรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ นำเสนอไปสร้าง</p>		3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ		
14 Offline	<p>บทที่ 8 วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.7 ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.8 ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.9 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.10 สาเหตุของความล้มเหลวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.11 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.12 กระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>8.13 ประเภทของผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่</p>	3	<p>1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ</p> <p>A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน</p> <p>A1.2 ช่วงเวลา 14.31-16.00 จำนวน 25 คน</p> <p>2. ให้นักศึกษา นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ของกลุ่ม</p> <p>3. นักศึกษา รายบุคคลนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>4. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม</p>	<p>1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์</p> <p>2. สื่อ Power Point เนื้อหา</p> <p>3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก</p> <p>Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ</p>	1,2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome -สามารถวิเคราะห์ได้ถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ ฉลาก ผลิตภัณฑ์ ข้อดี ข้อเสีย ผลกระทบ					
15 Offline	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ - เครื่องหมายการค้า - เครื่องหมายที่ต้องห้ามมิให้รับจดทะเบียน - ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค Learning Outcome - สามารถอธิบายได้ถึงสิ่งที่ดี ข้อเสีย ผลกระทบ จากกฎหมาย	3	1. ผู้สอนบรรยาย โดยแบ่งกลุ่มใหญ่เป็น 2 กลุ่ม คือ A1.1 ช่วงเวลา 13.00-14.30 จำนวน 25 คน A1.2 ช่วงเวลา 14.31-16.00 จำนวน 25 คน 2. ให้นักศึกษาแต่ละคนค้นข้อมูลทำกิจกรรม ถาม ตอบ วิเคราะห์กฎหมายต่อผู้ผลิตต่อ ผู้บริโภค 3. ผู้สอนสรุปเนื้อหาและกิจกรรม	1. หนังสือการจัดการผลิตภัณฑ์ 2. สื่อ Power Point เนื้อหา 3. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Uplode powerpoint มอบหมายงาน สื่อ การสอนอื่นๆ	1,2,3,4	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

หมายเหตุ : การจัดการเรียนการสอนอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1. เข้าเรียน	1.1.2	การเข้าเรียน ตรงเวลา และการแต่งกาย	1-15	ร้อยละ 10
2. กิจกรรมเดี่ยว	2.1.2, 2.1.3, 3.1.1, 4.1.1, 5.1.2	การค้นข้อมูลกิจกรรมการจัดการผลิตภัณท์	1-15	ร้อยละ 20
3. กิจกรรมเดี่ยวและกลุ่ม	1.1.1,1.1.3, 1.1.4,2.1.1, 2.14, 3.1.2, 3.1.3,4.1.2, 4.1.3,5.1.1	ความรับผิดชอบในหน้าที่ตรงเวลา แนวคิดกิจกรรม รายงานกลุ่ม การแสดงความคิดเห็น วิเคราะห์กรณีศึกษา พฤติกรรมที่แสดงออก การมีส่วนร่วม	2,3,4,5,6,7,8,10,11, 12,13,14	ร้อยละ 20
4. งานเดี่ยว กิจกรรมที่มอบหมาย การพัฒนาผลิตภัณท์	1.1.1, 1.1.2 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, 5.1.1, 5.1.3	ความรับผิดชอบในหน้าที่ตรงเวลา ถูกต้องตามมาตรฐานสากล มีความคิดสร้างสรรค์ 1. ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณท์ 2. ด้านศักยภาพการผลิต 3. ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต 4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณท์ 5. ด้านตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณท์	5, 10, 15	ร้อยละ 20
5. สอบปลายภาค	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4,	การทดสอบปลายภาค	16	ร้อยละ 30

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภุชงค์ เมนะสินธุ์. (2556). *การจัดการผลิตภัณ์ท์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

นิตยสารทางการตลาด และหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

เว็บไซต์ที่สำคัญ <http://app.tisi.go.th/otop/standard/standards.html>

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2550). *นโยบายผลิตภัณ์ท์และราคา*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยหอการค้า.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2547). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มไซเท็กซ์.

Phillip Kotler and Kevin Lane Keller. (2006). *Marketing Management*. New Jersey : Pearson Education.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้

- นักศึกษามีส่วนร่วมในการประเมินการสอนของอาจารย์ผ่านอินเทอร์เน็ต
- ผลงานจากกิจกรรมที่นักศึกษาปฏิบัติ
- ข้อเสนอแนะต่าง ๆ การประเมินการสอนของอาจารย์
- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินผู้สอนและประเมินผู้สอนผ่านระบบ ผ่านระบบMicrosoft teams และระบบ WBSC

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่สะท้อนจากนักศึกษามาใช้ในการปรับปรุงการสอนโดยเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นของการคาดหวังจากการเรียนรู้ จากการศึกษาคุณภาพของผลงาน การแสดงความคิดเห็นผ่านการอภิปรายในกระบวนการเรียนรู้ และการจัดให้มีการทวนสอบรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

การนำข้อมูลที่สะท้อนกระบวนการเรียนการสอน การวัดผลการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น