



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3642106 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
(ภาษาอังกฤษ) Distribution Channels Management

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ทิมแดง

คำนำ

ในการจัดทำ มคอ.3 ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management) รหัสวิชา3642106 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย สภาวะแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย โซ่อุปทาน การกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย การเจรจาต่อรองในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการความขัดแย้ง การรักษาความสัมพันธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ และจริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัดจำหน่าย

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	11
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	31
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	31

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3642106	ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย)	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
	(ภาษาอังกฤษ)	(Distribution Channel Management)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะด้าน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง (ตอนเรียน A.1.1, A.1.2)

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

10 กรกฎาคม 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.2 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายกลยุทธ์การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.3 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ความสำคัญของโซ่อุปทานได้
- 1.4 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายเทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่ายได้
- 1.5 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถอธิบายความหมายและความสำคัญเกี่ยวกับ การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย รูปแบบของคนกลางได้
- 1.6 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถหาวิธีการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ได้
- 1.7 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมได้
- 2.2 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ความสำคัญของโซ่อุปทาน
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องได้
- 2.4 นักศึกษาสามารถนำผลการวิเคราะห์การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ปัจจุบันและสามารถหาวิธีการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ได้

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจจริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย
- 3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/ เดี่ยวให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า ความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทาน เทคโนโลยีสำหรับการจัดการช่องทาง การเลือกช่องทาง ประเภทของคนกลางทางการตลาด การเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องในช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการความขัดแย้ง การรักษาความสัมพันธ์ การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการช่องทางการตลาด

Channels of distribution, physical distribution; importance of supply chain management; technology for channel management; channel selection, types of market intermediary; negotiation with parties involved in marketing channels, conflict management, relationship management; occasional adjustment of distribution system; ethics and code of conduct in distribution channel management.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

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

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ 1.1.1 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.3 มีจิตสำนึก มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กรและสังคม และ มโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดีความชั่ว

● 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.2 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่มโดยฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำและการเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตหรือคัดลอกงานของผู้อื่น

1.2.3 อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา และ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ประพฤติดี ปฏิบัติดี ทำประโยชน์กับส่วนรวมและมีจิตสาธารณะ

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร

1.3.2 ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

1.3.4 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด

○ 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในกระบวนการจัดการทางการตลาด

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 จัดให้มีการเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทฤษฎี และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

2.2.2 จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน

2.2.3 เชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้

2.2.4 กำหนดให้มีการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในหน่วยงานหรือสถาน-ประกอบการ

2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

2.3.2 ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ

2.3.3 ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรมหรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

○ 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

3.2.1 ฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้กับนักศึกษาตั้งแต่ในระดับที่ง่ายไปจนถึงระดับความยากขึ้นเรื่อย ๆ โดยจัดกิจกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา

3.2.2 จัดการเรียนการสอนเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการฝึกสืบค้นข้อมูล จำแนกข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล แก้ปัญหา วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้านภายใต้สถานการณ์จำลอง/สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม

3.3.2 ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย

3.3.3 การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ

4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

4.2.1 ใช้วิธีการสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น การทำงานกับหลักสูตรอื่นๆ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือจากผู้มีประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.2.2 จัดให้มีการฝึกงานในสถานประกอบการในรายวิชาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในการตลาด

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย

4.3.2 ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

4.3.3 ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

○ 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานต่อกลุ่มบุคคลที่แตกต่างได้อย่างเหมาะสม

● 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ โดยเน้นให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลองและสถานการณ์เสมือนจริงแล้วนำเสนอการแก้ปัญหา

5.2.2 จัดกิจกรรมที่เสริมสร้างความสามารถในการคำนวณ การคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจโดยนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 สังเกตและประเมินทำงานกลุ่ม

5.3.2 ประเมินการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้ สื่อเทคโนโลยี

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
1 (Online)	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย 	3	<p>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online)โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียน เนื้อหา เพื่อ ทบทวน พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับหลักการตลาด</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. แบบทดสอบก่อนเรียน</p>	1.1,1.2,1.3,1.4,2.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2	ผศ.ดร.ภัทรพร ทีมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<ul style="list-style-type: none"> - การไหลเวียนของช่องทาง การจัดจำหน่าย - การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง - โครงสร้างของช่องทาง การจัดจำหน่าย <p>Learning Outcome ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถอภิปราย เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ในชั้นเรียน</p>		และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย			
2 (Online)	<p>หัวข้อการสอน สภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของ สภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่าย - ประเภทของสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัด 	3	<p>1. 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาทำแบ่งกลุ่มเพื่อ</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1, ,1.3,1.4,12.1,2.2,,2.3 3.2,4.1,4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>จำหน่าย</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ช่องทางการจัดจำหน่ายและและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>		<p>วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อช่องทางการจัดจำหน่ายในสถานการณ์ปัจจุบัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
3 (Online)	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>การจัดการข้อมูลของสภาพแวดล้อมในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การจัดการด้านพลวัตของสภาพแวดล้อมในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- การจัดการระบบสนับสนุนการตัดสินใจ</p> <p>Learning Outcome</p>	3	<p>1. 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษา ค้นคว้าระบบสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ และนำมาอภิปราย</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line</p> <p>4. ใบงาน</p>	<p>1.1,1.2,1.4,2.1,2.2</p> <p>3.1,3.2,3.3,4.2,4.3</p>	<p>ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการจัด การ ข้อมูล ของ สภาพแวดล้อมในช่องทางการ จัดจำหน่าย และสามารถ อภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันในระดับเรียน		ร่วมกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย			
4 (Online)	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย - ช่องทางการจัดจำหน่ายกับ กลยุทธ์การบริหารการตลาด - ความหมายของกลยุทธ์ช่อง ทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์ช่องทางการจัด จำหน่ายและบทบาทของการ จัดจำหน่ายในกลยุทธ์และ วัตถุประสงค์ของบริษัท Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องกล	3	1. 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online)โดยผ่าน ระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้าตัวอย่างกล ยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของ สินค้าที่นักศึกษาสนใจและอภิปราย ร่วมกัน เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย	1. ตำราวิชาการจัดการ ช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ยุทธ์ศาสตร์ช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
5 (Online)	หัวข้อการสอน กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและการเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์การจัดจำหน่ายและการประเมินผลการดำเนินงานของสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย	3	1. 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเรื่อง “การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและการเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย” เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,1.4 2.1,2.2,2.3,2.4 3.1,3.2,3.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องกลยุทธช่องทางการจัดจำหน่ายและการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
6 (Online)	หัวข้อการสอน การจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การกำหนดวัตถุประสงค์ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การกระจายงานช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการ	3	1. 2. วิธีการสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ค้นคว้าวิธีการจัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายในองค์กรที่นักศึกษาสนใจ และนำมาอภิปรายร่วมกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	จัดการสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
7 (Online)	หัวข้อการสอน การคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การฝึกอบรม - การจูงใจสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การประเมินผลสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - การปรับเปลี่ยนวิธีการจัดจำหน่าย - การปรับปรุงการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายและข้อตกลง - รูปแบบการจัดองค์กรของช่องทางการจัดจำหน่าย	3	1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา ศึกษาการคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายแล้วนำมาอภิปรายโดยการแบ่งกลุ่มย่อยในชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการคัดเลือกสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน					
8 (Online)	หัวข้อการสอน โซ่อุปทาน - ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน - การจัดการโซ่อุปทาน - ทดสอบย่อยเพื่อประมวลความรู้ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - องค์กรความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องโซ่อุปทานสามารถอภิปรายเพื่อ	3	1. 1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษา วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานแล้วนำมาอภิปรายแสดงความคิดเห็นโดยการแบ่งกลุ่มย่อย ในชั้นเรียน 4. ทดสอบย่อย เพื่อประมวลความรู้โดยข้อสอบจะมีทั้งองค์ความรู้และศัพท์ภาษาอังกฤษ 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและ	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ะ บ บ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. แบบทดสอบย่อย	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในชั้นเรียน และสามารถทำแบบทดสอบย่อยได้มากกว่าร้อยละ 50		สงสัย			
9 (Online)	หัวข้อการสอน การกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ - ความหมายของโลจิสติกส์ - บทบาทของโลจิสติกส์ - ระบบโลจิสติกส์ - ความสอดคล้องประสานกันระหว่างโลจิสติกส์และการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน	3	1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียน โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้าการกระจายสินค้าและโลจิสติกส์ของธุรกิจที่นักศึกษาสนใจและนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC Microsoft Teams และ Line 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2 3.1,3.2,3.3,4.2,4.3	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
10 (Offline)	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>เทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - แร่งกระตุ้นของนวัตกรรมในช่องทางการจัดจำหน่าย - นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีกับความสัมพันธ์แนวตั้งระหว่างสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย - นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีกับความสัมพันธ์กับความต้องการขั้นสุดท้าย <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีในช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาค้นคว้าเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่ายและนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. ใบงาน 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง
11 (Offline)	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>การเจรจาต่อรองในช่องทาง</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>การจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการเจรจาต่อรอง - ความสำคัญของการเจรจาต่อรองที่ก่อให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง - เป้าหมายการเจรจาต่อรอง - ขั้นตอนการเจรจาต่อรอง - ปัญหาสำคัญของการเจรจาต่อรอง <p>สอบปฏิบัติวิธีการ เจรจาต่อรองในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการเจรจาต่อรองในช่องทางการจัดจำหน่ายและสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถ</p>		<p>อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. สอบปฏิบัติวิธีการ การเจรจาต่อรอง (รายกลุ่ม) โดยใช้วิธีการบทบาทสมมติ</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. แบบทดสอบย่อย</p>		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม					
12 (Offline)	หัวข้อการสอน การจัดการความขัดแย้ง การรักษาความสัมพันธ์ ในช่องทางการจัดจำหน่าย - ความหมายและลักษณะของความขัดแย้ง - สาเหตุของความขัดแย้ง - ความขัดแย้งกับประสิทธิภาพในการทำงาน - ประเภทและระดับของความขัดแย้ง - ความร่วมมือกันในช่องทางการจัดจำหน่าย - ความพึงพอใจของช่องทางการจัดจำหน่าย Learning Outcome	3	1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียน โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำกรณีศึกษาเรื่องการจัดการความขัดแย้ง และการรักษาความสัมพันธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อฝึกคิดวิเคราะห์ภายใต้กระบวนการกลุ่มและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. กรณีศึกษา	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการจัดการความขัดแย้ง และการรักษาความสัมพันธ์ในช่องทางการจัดจำหน่าย และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม					
13 (Offline)	หัวข้อการสอน การปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ - สถานการณ์ตลาดสินค้าใหม่ - สถานการณ์ตลาดสินค้าที่มีการเติบโต - สถานการณ์ตลาดสินค้าอิมพอร์ต - สถานการณ์ตลาดสินค้าตกต่ำ	3	1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียน โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำกรณีศึกษาเรื่องการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ภายใต้กระบวนการกลุ่ม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย 2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO 3. ระบบ WBSC 4. กรณีศึกษา	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>- สภาพแวดล้อม</p> <p>- สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>Learning Outcome</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องการปรับปรุงระบบการจัดจำหน่ายตามสถานการณ์ และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียนรวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
14 (Offline)	<p>หัวข้อการสอน</p> <p>ช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ</p> <p>- ลักษณะพิเศษของบริการ</p> <p>- ลักษณะของบริการกับการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>- ความเกี่ยวข้องกับลูกค้าและการจัดการช่องทางการจัด</p>	3	<p>1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการที่นักศึกษาสนใจ และนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p> <p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. ใบงาน</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>จำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - มุมมองอื่นของช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับธุรกิจบริการ - ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบแฟรซิสส์ - คนกลางทางการตลาดในการจัดจำหน่ายธุรกิจบริการ - นัยสำคัญของนักการตลาดในธุรกิจบริการ <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจบริการ และสามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>		<p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>			
15 (Offline)	<p>จริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตลาดทางตรงและการละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวใน 	3	<p>1. วิธีการสอนแบบการบรรยายในชั้นเรียนโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>1. ตำราวิชาการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>2. สื่อการสอน Power point คลิป VDO</p>	1.1,1.2,1.4,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2, 4.3,5.2,5.4	ผศ.ดร.ภัทรพร ทิมแดง

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>ด้านข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตลาดเครือข่าย - การตลาดสีเทา - การใช้อำนาจในทางที่ผิด - ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการจัดซื้อ - การใช้แรงงานเด็ก - สภาพแวดล้อมในการทำงานแบบโรงงานนรก - ใช้อุปทานสีเขียว - จรรยาบรรณต่อลูกค้า - จรรยาบรรณต่อบริษัท - จรรยาบรรณต่อคู่แข่ง - จรรยาบรรณต่อสังคม - จรรยาบรรณต่อตัวพนักงาน <p>ขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษาจรรยาบรรณต่อคู่แข่ง 		<p>2. ให้นักศึกษา ศึกษาข้อมูลพร้อมการอภิปราย เกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณในช่องทางการจัดจำหน่ายว่ามีความสำคัญอย่างไร และยกตัวอย่างการดำเนินธุรกิจที่มีและไม่มีจริยธรรม โดยการแบ่งกลุ่มย่อยในชั้นเรียน</p> <p>3. การนำเสนอผลงาน และการอภิปรายพร้อมการวิพากษ์ผลงานของนักศึกษาได้ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการกลุ่ม</p>	<p>3. ระบบ WBSC</p> <p>4. กรณีศึกษา</p>		

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน (ระบุลำดับ)
	<p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>ผู้เรียนได้รับความรู้ในเรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณใน ช่องทางการจัดจำหน่ายและ สามารถนำเสนอหน้าชั้นเรียน รวมทั้งสามารถตอบข้อซักถามได้ ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ภายใต้ กระบวนการกลุ่ม</p>					

หมายเหตุ : แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	(1.1) (1.3) (1.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม ก ำ ห น ด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	5%
2 .แ บ บ ฝึ ก หั ด / กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.3) (5.4)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม ก ำ ห น ด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน / กิจกรรมต่างๆ ที่ มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ทั้งใน ห้องเรียนและนอก	1-15	10%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
		ห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเช่นแบบฝึกหัด ทบทวน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงาน เป็นทีม		
3. สอบปฏิบัติวิธีการเจรจาต่อรองในช่องทาง การ จัดจำหน่าย	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4)(3.1) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3)	ประเมินจากการสอบปฏิบัติ เรื่องการเจรจาต่อรองในช่องทาง การ จัดจำหน่าย	11	5%
4. สอบ ประมวลความรู้ทางด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - องค์กรความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ	(2.1) (2.2)(2.3) (2.4) (3.1) (3.2) (3.3) (5.1) (5.2)	ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	8	10%
5. รายงาน กลยุทธ์การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.2) (3.1)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาใน	1-14 15	30%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
การจัดจำหน่าย	(3.3) (4.1) (4.2) (5.1) (5.2) (5.3) (5.4)	<p>การเข้าชั้นเรียน การส่งงาน ตาม กำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย</p> <p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถามตลอดจนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาในกระบวนการขายได้</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้</p>		

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
		อย่างเหมาะสม		
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.2) (2.3) (2.4) (3.1) (3.3)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยและแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภัทรพร ทิมแดง. (2559). การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กราฟฟิคไซด์.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 Web site อ้างอิง

<http://www.adassthai.com> (สมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย)

<http://www.bangkokbiznews.com> (สมาคมป้ายโฆษณา)

<http://www.marketeer.co.th> (นิตยสารมาร์เก็ตเทียร์)

<http://www.brandagemag.com> (นิตยสารแบรนด์เอจ)

<http://www.manager.co.th> (นิตยสารผู้จัดการ)

2.2 หนังสืออ่านประกอบ

2.1 จูดีริตัน คุณรัตนภรณ์. (2550). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย. กรุงเทพฯ : ช่อระกา.

2.2 Rosenbloom, Bert. (2011). Marketing Channel : A Management View (8thed).

Texas : Harcourt Brace College Publishers.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ วารสารอ้างอิง

3.1 หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน

- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ