



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563

รหัสวิชา 3642101  
ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) หลักการตลาด.  
(ภาษาอังกฤษ) Principles of Marketing

อาจารย์ผู้สอน  
ดร. นกุล ฤกษ์จริจุมพล

## คำนำ

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาหลักการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ในหมวดวิชาเฉพาะวิชาแกน โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อนักศึกษา ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้นักศึกษาได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	6
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	12
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	25
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	26



## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

#### 1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
- 1.2 เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 1.3 เพื่อให้ นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

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

- 2.1 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้มาวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
- 2.2 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจาก website ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดได้
- 2.3 นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

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

- 3.1 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ภายใต้สถานการณ์ที่เป็นจริงแหล่งข้อมูลจริงและนำเชื่อถือ นักศึกษาจะต้องนำข้อมูลทางการตลาดจริงมาทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ และความลำเอียง
- 3.2 นักศึกษาจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้
2. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้ นักศึกษาทราบถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จตามสถานการณ์

### หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดและหน้าที่ทางการตลาด กระบวนการจัดการการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศและการวิจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการตลาด การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณของนักการตลาด

Marketing concepts and responsibility; marketing management process; marketing environment; marketing information system and research; consumer behavior; market segmentation; targeting; product positioning; product management, pricing, marketing channels, physical distribution, promotion, social and environmental marketing; marketers' code of conduct

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทน คาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอนได้ หรือ ตามที่นักศึกษาร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความ เข้าใจให้มีความชัดเจน ยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

#### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของนักศึกษา โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

### หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

#### 1. คุณธรรม จริยธรรม

##### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม ตลอดจนกฎกติกาของการเรียนการสอนรายวิชานี้

● 1.1.3 สามารถบริหารเวลา จัดสรรกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพทั้งกิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำนอกชั้นเรียน เพื่อสร้างสมดุลและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

○ 1.1.4 มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

## 1.2 วิธีการสอน

1.2.1 กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

1.2.2 ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.2.3 มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

1.2.4 ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

## 1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

1.3.2 ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

1.3.3 ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

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

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

● 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ

2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์

● 2.1.3 มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ ในด้านการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์กร การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ

2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจอย่างเท่าทันในผลกระทบในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลก

### 2.2 วิธีการสอน

2.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด

2.2.2 บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

2.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

2.2.4 ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.2.5 มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ

### 2.3 วิธีการประเมินผล

2.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

2.3.2 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

2.3.3 ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

2.4.4 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.5.5 ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูล จากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ

● 3.1.2 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม

3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้านมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

### 3.2 วิธีการสอน

3.2.1 สอนแบบเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้นักศึกษามีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด

3.2.2 สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางการตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน

3.2.3 สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

3.2.4 กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานทางการตลาดที่ได้รับมอบหมาย



### 3.3 วิธีการประเมินผล

3.3.1 ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย

3.3.2 ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3.3.3 ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

3.3.4 ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

4.2.2 สามารถแสดงความคิดเห็นริเริ่มและความเห็นต่างอย่างสร้างสรรค์ เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาของทีม

● 4.3.3 มีความรับผิดชอบในการทำงานกับผู้อื่นและรับผิดชอบในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาตนเองและอาชีพ

### 4.2 วิธีการสอน

4.2.1 การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ

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

### 4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

4.3.2 ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่จำเป็นต่อการทำธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียนที่เหมาะสม สำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น

5.1.4. ความสามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงานและทราบถึงข้อจำกัดของเทคโนโลยี

## 5.2 วิธีการสอน

5.2.1 มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

5.2.2 กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

## 5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

5.2.2 ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1 (Offline)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>2.ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด,ความหมายของตลาด, วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาได้รับความรู้ในเรื่องแนวคิดทางการตลาดความหมายของตลาด และสามารถอธิบายได้ถึงวิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาดและวิเคราะห์วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p>	3	<p>1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาทฤษฎี จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1.1,1.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล
2 (Offline)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.ความหมาย ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <p>1.1 แนวคิดหลักทางการตลาด</p> <p>1.2ความหมายของการจัดการการตลาด</p> <p>1.3กระบวนการจัดการการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมาย</p>	1.1,1.2,1.3,2.13.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาได้รับความรู้ในเรื่อง ความหมาย ความสำคัญและสามารถ อธิบายได้ถึงแนวคิดทางการตลาดที่ นำมาใช้ต่อการนำเสนอในการการ โฆษณาสินค้าและวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
3 (Offline)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก 1.1สภาพแวดล้อมมหภาค 1.2 สภาพแวดล้อมจุลภาค <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายเรื่อง สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก และสามารถวิเคราะห์สิ่งที่สร้างโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจได้และ สามารถวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรีนรูู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อฝึกคิด ฝึก วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 4. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมาย งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.21.3,2.1,2.3,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล
4 (Offline)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายใน 1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายในและการวิเคราะห์ SWOT	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรีนรูู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา SWOT	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point	1.1,1.21.3,2.1,2.3,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>1.2 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายใน และสามารถวิเคราะห์ SWOT ได้อย่างถูกต้องว่าปัจจัยใดเกิดจากสิ่งแวดล้อมประเภทไหนรวมถึงมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและงานเดี่ยว และให้ความร่วมมือในการทำงาน</p>		<p>เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>		
5 (Offline)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.1 ขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.2การแบ่งส่วนตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องการแบ่งส่วนตลาด และสามารถวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดได้ โดยยกตัวอย่างจากสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,2.3,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุฬพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
6 (Offline)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1. การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>1.1การกำหนดตลาดเป้าหมาย</p> <p>1.2การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p> <p>1.3การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องการกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและสามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์และทรัพยากรของบริษัทที่ยกมาเป็นตัวอย่างได้ว่ามีความสอดคล้องกับส่วนตลาดแบบใดและมีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไร</p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ</p> <p>5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line</p>	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล
7 (Online)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด</p> <p>1.1ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย</p> <p>1.2ระบบสารสนเทศทางการตลาด</p> <p>1.3การวิจัยตลาด</p> <p>1.4กระบวนการวิจัยการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p>	3	<p>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มกำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p> <p>4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมาย</p>	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	นักศึกษาสามารถอธิบายได้ในเรื่องระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาดและสามารถวิเคราะห์ถึงประเภทของงานวิจัยและสามารถกำหนดหัวข้องานวิจัยทางการตลาดได้		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		
8 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.พฤติกรรมผู้บริโภค 1.1แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค 1.2ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 1.3กระบวนการตัดสินใจซื้อ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถวิเคราะห์ 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 4. ใช้ระบบWBSC ในการสื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมายงาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล
9 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ผลิตภัณฑ์ 1.1ความหมายของผลิตภัณฑ์	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	1.2ระดับของผลิตภัณฑ์ 1.3ลำดับขั้นของผลิตภัณฑ์ 1.4ประเภทของผลิตภัณฑ์ 1.5ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ความหมาย,ประเภทและ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสามารถ วิเคราะห์ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ และ ส่วน ประสม ผลิตภัณฑ์ จาก กรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิดฝึก วิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน		2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ลักษณะระดับ ผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึก คิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน 3. ให้นักศึกษาคำนวณหาส่วนประสม ผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจเพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	point 3. ใบงาน 4. ใช้ระบบWBSC ในการ สื่อสารหลัก Upload PowerPoint มอบหมาย งาน สื่อการสอนอื่น ๆ 5. สื่อสารผ่านระบบ Microsoft Teams, Line		จุมพล
10 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> <b>1.ผลิตภัณฑ์</b> 1.1ตราผลิตภัณฑ์ 1.2การบรรจุภัณฑ์ 1.3ป้ายฉลาก 1.4วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 1.5ผลิตภัณฑ์ใหม่ 1.6กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องตรา ผลิตภัณฑ์,การบรรจุภัณฑ์,ป้ายฉลาก วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์,ผลิตภัณฑ์ใหม่	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึก คิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ ชักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล



สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน					
11 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1.ราคา 1.1แนวความคิดเรื่องราคา 1.2ความสำคัญของราคา 1.3ขั้นตอนการตั้งราคา 1.4การกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องราคา แนวคิดความสำคัญ และกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคาและสามารถคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆได้	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาคำนวณการกำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล
12 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> ช่องทางการจัดจำหน่าย - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด - หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดองค์การของช่องทางการจัด	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>จำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของช่องทาง</li> <li>- การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>- การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>- การกระจายสินค้าและการจัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจ</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่องลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย ประเภทของคนกลางทางการตลาด และการกระจายสินค้า และการจัดการโลจิสติกส์ทางธุรกิจโดย นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>		4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
13 (Online)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.การส่งเสริมการตลาด</li> <li>1.1ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>1.2กระบวนการสื่อสาร</li> <li>1.3วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>1.4เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด</li> <li>1.5การกำหนดงบประมาณการส่งเสริม</li> </ol>	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</li> <li>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน</li> <li>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด</li> <li>2. สื่อการสอน Power point</li> <li>3. ใบงาน</li> </ol>	1.1,1.2,1.3,2.1,2.2,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>การตลาด</p> <p>1.4ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือก เครื่องมือการส่งเสริมการตลาด</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง ความหมายและความสำคัญของการ ส่งเสริมการตลาดเครื่องมือการส่งเสริม การตลาดการตัดสินใจเลือกเครื่องมือ การส่งเสริมการตลาดและวิเคราะห์ กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน</p>		ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย			
14 (Online)	<p><b>หัวข้อการสอน</b></p> <p>1.การส่งเสริมการตลาด</p> <p>1.1การโฆษณา</p> <p>1.2การส่งเสริมการขาย</p> <p>1.3การขายโดยบุคคล</p> <p>1.4การประชาสัมพันธ์</p> <p>1.5การตลาดทางตรง</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง การ ส่งเสริมการตลาดและการตลาด ทางตรง และ วิเคราะห์กรณีศึกษา เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสาน พร้อมนำเสนอหน้า ชั้นเรียนโดยนักศึกษาสามารถใช้สื่อ</p>	3	<p>1.การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วม อภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สารการเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มวิเคราะห์กรณีศึกษา เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบประสม ประสาน พร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้าย บทเรียน</p>	<p>1. เอกสารประกอบการ สอนวิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	1,2,3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังได้รับการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา					
15 (Online)	<b>หัวข้อการสอน</b> 1. การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 1.1 การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 1.2 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร 1.3 ความสัมพันธ์ของการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) 1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลและสนับสนุนต่อการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 1.5 กิจกรรมในการตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 1.6 จริยธรรมและจรรยาบรรณในการจัดการการตลาด 1.7 จรรยาบรรณของนักการตลาด 1.8 นำเสนอผลงาน <b>Learning Outcome</b> นักศึกษาสามารถอธิบายในเรื่อง การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคมของ	3	1. การบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถามทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. เอกสารประกอบการสอนวิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. วิดีทัศน์ เรื่อง จริยธรรมและจรรยาบรรณทางการตลาด 4. ใบงาน	1.1,1.2,1.3,2.1,,3.1,3.2,3.3	ดร. นกุล ฤกษ์จรี จุมพล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	องค์กรสามารถนำเสนอผลงานได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนและค วิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน					

หมายเหตุ : การจัดการเรียนการสอนอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมตามสถานการณ์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย	(1.1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.1.1) (1.1.2) (1.1.3) (1.1.4) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
3.การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.1.3) (2.1.1) (2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	15%
4. รายงาน	(1.1.3) (2.1.1)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาใน	1-14	20%

และการ นำเสนอ	(2.1.2) (2.1.3) (3.1.2) (4.1.1) (4.1.2) (5.1.4)	การเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่ เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 4. ประเมินจากรายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มี ความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่น มาเป็นของตน 5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการ อภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิด แก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดได้อย่าง เหมาะสม 6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการ นำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยี สารสนเทศได้อย่างเหมาะสม	15	
5. สอบปลาย ภาค	(2.1.1) (2.1.2) (2.1.3)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ ข้อสอบแบบปรนัย	16	40%

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2557). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ :  
ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์กราฟิคไซท์ มสส.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 วารุณี ต้นติววงศ์วานิชและคณะ. (2543) *หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ :  
เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : อีระฟิล์มและไซเท็กซ์  
จำกัด.

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 <http://www.marketeer.co.th/>

3.2 <http://www.brandage.com>

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

## 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

## 3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชา และคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผล การประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปรายปัญหา และอุปสรรคจากมคอ. 5 เพื่อหาแนวทางในการ แก้ไขปัญหาร่วมกัน

- ปรับกลยุทธ์การสอน และการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของ นักศึกษาแต่ ละหลักสูตร

## 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบ ข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของนักศึกษา วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนด การวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

## 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผล การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นนักศึกษาเป็นสำคัญ