



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3644202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน
(ภาษาอังกฤษ) Competitive Marketing Strategy

อาจารย์ผู้สอน

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูซงค์ เมนะสินธุ์
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ แสงเย็น

คำนำ

เอกสารรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ของรายวิชา 3644202 กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน (Competitive Marketing Strategy) จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวให้มี ความเป็นมาตรฐาน ครบถ้วน และถูกต้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและการ บูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จาก กิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วย ตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไป ประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

มิถุนายน 2563

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	32
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	32

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

- | | |
|------------------------------------|------------------|
| 9.1 วันที่จัดทำ | 8 สิงหาคม 2559 |
| 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด | 26 มิถุนายน 2563 |

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันและการวางแผนกลยุทธ์
2. เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง
3. เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ระดับบริษัท ระดับธุรกิจ เพื่อการแข่งขัน
4. เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเป้าหมายและวิเคราะห์ความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภค
5. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดแบบบูรณาการ
6. เพื่อให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการ การประเมินผลและการควบคุมการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหามีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการปรับปรุงความถูกต้องของเนื้อหา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย บทบาท และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค รูปแบบและ การบูรณาการกลยุทธ์การตลาด การกำหนดและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์

Definition, roles, importance of marketing strategy for competitive advantage. Principles and concepts in marketing strategy formation. External and internal environment analysis. Consumer demand and behavior analysis. Patterns and integration of marketing strategy. Strategy formation and adjustment.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง

- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร อาทิเช่น Line Facebook เป็นต้น

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

○ 2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

● 2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

○ 2.2.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

○ 2.1.4 สามารถติดตามความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงทางราชการและวิชาชีพทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

(3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน การสร้างตราผลิตภัณฑ์

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ
- 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์
- 3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่าง

เหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน

(2) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ

(3) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานการสร้างตราผลิตภัณฑ์

(4) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม

(4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน การสร้างตราผลิตภัณฑ์

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

4.1.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทสมาชิกของกลุ่ม

4.1.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเอง และทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

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

4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- 5.1.1 มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ ค้าปลีก
- 5.1.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดง สถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์
- 5.1.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของ สื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

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

5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1 (Online)	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผล</p> <p>กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน และการวางแผนกลยุทธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน - บทบาทของกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน - ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาทฤษฎีรายวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม 2. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลแผนการตลาดที่สนใจ กลุ่มละ 1 ธุรกิจ แล้วนำเสนอในครั้งถัดไป 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 	1	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - หลักการและแนวคิดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน - ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ - การวางแผนกลยุทธ์ - ความหมายของแผนการตลาด - องค์ประกอบของแผนการตลาด - ตัวอย่างแผนการตลาด <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถสืบค้นแผนการตลาดแล้วสามารถนำมาวางแผนกลยุทธ์ได้</p>			4. ใบงานการสืบค้นข้อมูลแผนการตลาด		

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
2 (Online)	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด - ความหมายของสภาพแวดล้อมทางการตลาด - ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาด - องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน - การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางการตลาด	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำเสนอข้อมูลแผนการตลาดที่สนใจ กลุ่มละ 1 ธุรกิจ 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 4. ให้นักศึกษานำเสนอธุรกิจที่สนใจ กลุ่มละ 1 ธุรกิจ พร้อมทำใบงานการวิเคราะห์ SWOT แล้วนำมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงานการ วิเคราะห์ SWOT	2	(1) (2)

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการตลาดได้					
3 (Online)	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและ คู่แข่ง - ความหมายของการวิเคราะห์ อุตสาหกรรม - ความสำคัญของการวิเคราะห์ อุตสาหกรรม - วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ อุตสาหกรรม - องค์ประกอบของการวิเคราะห์ อุตสาหกรรม - กลยุทธ์หลักของการวิเคราะห์ อุตสาหกรรม	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “การกำหนดกลยุทธ์การตลาดตาม ตำแหน่งทางการแข่งขัน” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่ สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line	2	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การกำหนดคู่แข่งชั้นและการวิเคราะห์คู่แข่งชั้น - การกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามตำแหน่งทางการแข่งขัน <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดตามตำแหน่งทางการแข่งขันได้</p>			Group / E-mail 4. ใบงาน “การกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามตำแหน่งทางการแข่งขัน”		
4 (Online)	<p>กลยุทธ์ระดับบริษัทเพื่อการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลยุทธ์ระดับบริษัทเพื่อการแข่งขัน - ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ระดับบริษัทเพื่อการแข่งขัน 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน</p>	4	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การวางแผนกลยุทธ์ระดับบริษัท เพื่อการแข่งขัน - การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของบริษัท - การวิเคราะห์สถานการณ์ระดับบริษัท - การจัดสรรทรัพยากรระดับบริษัท - กลยุทธ์หลักของบริษัท <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ของบริษัทได้</p>		<p>2. ให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูล “วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของบริษัท” กลุ่มละ 1 ธุรกิจ แล้วนำมา ศึกษา เพื่อเขียนวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์บริษัทกลุ่มของตนเอง</p> <p>3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่ สนใจและสงสัย</p>	<p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail</p> <p>4. ใบงาน “วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ของบริษัท”</p>		

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
5 (Online)	<p>กลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของกลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน - ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน - กลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน - กลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนกลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขันได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์ระดับธุรกิจเพื่อการแข่งขัน” 	4	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
6 (Online)	<p>กลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการตลาดเป้าหมาย - ขั้นตอนของการกำหนดตลาดเป้าหมาย - การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดเป้าหมายได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย” 	5	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
7 (Online)	<p>การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล - การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา / ด้านวัฒนธรรม / ด้านสังคม - กระบวนการตัดสินใจซื้อ <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์ความต้องการและการและพฤติกรรมผู้บริโภคได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน“พฤติกรรมผู้บริโภค”แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “พฤติกรรมผู้บริโภค” 	6	(1) (2)

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
8 (Online)	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ - ความหมายของผลิตภัณฑ์ - ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ - บทบาทของผลิตภัณฑ์ - ประเภทของผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาด - กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์สายผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์ตราผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ - กลยุทธ์ป้ายฉลาก - กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กล ยุทธ์ผลิตภัณฑ์”	7	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
9 (Online)	<p>กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายและความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - สาเหตุของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ประสบความสำเร็จ - การจัดหน่วยงานเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่” 	7	(1) (2)

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
10 (Online)	<p>กลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ลักษณะของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ชั้นแนะนำและกลยุทธ์การตลาด - ชั้นเจริญเติบโตและกลยุทธ์การตลาด - ชั้นเจริญเติบโตเต็มที่และกลยุทธ์การตลาด - ชั้นตกต่ำและกลยุทธ์การตลาด <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” 	7	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
11 (Online)	กลยุทธ์ราคา - ความหมายของราคา - ความสำคัญของราคา - วัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา - ปัจจัยในการกำหนดราคา - ขั้นตอนการกำหนดราคา - วิธีการกำหนดราคา - นโยบายการกำหนดราคา - กลยุทธ์การกำหนดราคา Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์ราคาได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ราคา” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์ราคา”	8	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
12 (Online)	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า - ความหมาย หน้าที่ และระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย - การตัดสินใจในการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - พลวัตของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการการค้าปลีกและค้าส่ง - ความหมายของการกระจายสินค้า - กิจกรรมการกระจายสินค้า - การตัดสินใจด้านการกระจายสินค้า	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียนรู้ วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย”	9	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	- กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจาย Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและ วิเคราะห์กลยุทธ์ช่องทางการจัด จำหน่ายและการกระจายสินค้าได้					
13 (Online)	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ : การโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์ - ความหมายของการสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ - ลักษณะและความสำคัญของการ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ - รูปแบบของการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายใน ประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ IMC : การโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกัน”	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point	10	(1) (2)

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ - ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา - ลักษณะของงานการโฆษณาที่ดี - ประเภทของการโฆษณา - กระบวนการการโฆษณา - การตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณา - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - บทบาทของการประชาสัมพันธ์ - เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ - กระบวนการการประชาสัมพันธ์ - กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 		3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 4. ใบงาน “กลยุทธ์ IMC : การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์”		

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์ IMC : การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ได้					
14 (Online)	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ : การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - ลักษณะของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย - ความหมายของการขายโดยบุคคล	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาทำใบงาน “กลยุทธ์ IMC : การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง” แล้วนำมาวิเคราะห์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน” 3. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสาร ประกอบการเรียน วิชากลยุทธ์ การตลาดเพื่อการ แข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line	10	(1) (2)

ลำดับ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการขายโดยบุคคล - ประเภทของการขายโดยบุคคล - กระบวนการขาย - ความหมายของการตลาดทางตรง - ประโยชน์ของการตลาดทางตรง - ช่องทางของการตลาดทางตรง - การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ - กลยุทธ์การตลาดทางตรง <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียนและวิเคราะห์กลยุทธ์ IMC : การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรงได้</p>		<p>4. สอบประมวลความรู้ทางด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - องค์ความรู้ - ศัพท์ภาษาอังกฤษ 	<p>Group / E-mail</p> <p>4. ใบงาน “กลยุทธ์ IMC : การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง”</p> <p>4. ข้อสอบประมวลความรู้</p>		

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
15 (Online)	<p>การปฏิบัติการ การประเมินผล และการควบคุมการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการวางแผนปฏิบัติการการตลาด - ความสำคัญของการวางแผนปฏิบัติการการตลาด - เครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนปฏิบัติการการตลาด - กระบวนการการวางแผนปฏิบัติการการตลาด - ความหมายของการประเมินผลการตลาด - กระบวนการการประเมินผลการตลาด - ความหมายของการควบคุมทางการตลาด 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วิธีสอนแบบการบรรยาย (Online) โดยผ่านระบบ WBSC ร่วมกับการใช้โปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail เป็นการบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. การนำเสนอผลงาน “กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน” 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน 2. สื่อการสอน Power point 3. ระบบ WBSC ร่วมกับโปรแกรม Microsoft Teams / Line Group / E-mail 	11	(1) (2)

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้อง กับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ของการควบคุมทาง การตลาด - ความสำคัญของการควบคุมทาง การตลาด - กระบวนการควบคุมทางการ ตลาด - เทคนิคในการควบคุมทาง การตลาด <p>การนำเสนอผลงาน</p> <p>Learning Outcome</p> <p>นักศึกษาสามารถนำเสนอผลงาน “กลยุทธ์การตลาดเพื่อการ แข่งขัน” ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์.</p>					

หมายเหตุ แผนการสอนในแต่ละสัปดาห์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย	1.1.2, 1.1.3	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	1-15	15%
2. แบบฝึกหัด/ กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย	1.1.2, 1.1.3, 2.1.2 3.1.1, 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน / กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม	1-15	15%
3. สอบประมวลความรู้ทางด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน - องค์ความรู้ - คีพท์ ภาษาอังกฤษ	2.1.2 3.1.1, 5.1.3, 5.1.4	1. ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา	14	10%
4. รายงานกลยุทธ์	1.1.2, 1.1.3, 2.1.2	1. ประเมินจากการตรงเวลาของ	1-14	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
การตลาดเพื่อการแข่งขันและการนำเสนอ	3.1.1, 4.1.1 5.1.3, 5.1.4	<p>1. นักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</p> <p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถแก้ไขปัญหาในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ได้</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p>	15	
5. สอบปลายภาค	2.1.2, 3.1.1	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภูขงค์ เมนะสินธุ์. (2562). *เอกสารประกอบการเรียนวิชากลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด*. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 หนังสือพิมพ์เส้นทางนักขาย
- 3.2 หนังสือ/วารสารทางด้านการตลาดและขาย
- 3.3 เว็บไซต์สำนักหอสมุดของสถาบันการศึกษาต่างๆ

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและนักศึกษา การอภิปรายร่วมกัน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของนักศึกษาทั้งในและนอกชั้นเรียนสำหรับการนำความรู้ไปใช้
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านกลุ่มของสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมของหลักสูตร
- (2) ประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่

มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็น

ของตน

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) แบบฝึกหัด ทดสอบย่อย จัดสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินผลจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (3) ประเมินผลจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

2.3 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สังเกตพฤติกรรม การร่วมกิจกรรมการอภิปราย และการตอบคำถาม
- (2) ตรวจสอบผลงานการศึกษาค้นคว้ารายงานที่ได้รับมอบหมาย
- (3) การสอบปฏิบัติและการสอบวัดผลความรู้ โดยการจัดทำข้อสอบเพื่อใช้วัดทักษะทางด้านปัญญาของนักศึกษา โดยเน้นการแก้ปัญหา การอธิบายแนวคิดของการแก้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ความรู้ที่ได้เรียนมา

2.4 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) ประเมินจากพฤติกรรม การร่วมกิจกรรม การอภิปราย
- (2) ประเมินการทำงานภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- (3) ให้นักศึกษาประเมินเพื่อนร่วมกลุ่มในแต่ละกิจกรรม

2.5 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรมทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สังเกตและประเมินผลการทำงานกลุ่ม
- (2) ประเมินความสามารถในการนำเสนอผลงานทั้งด้านการใช้ภาษาและการใช้สื่อเทคโนโลยี

3. การปรับปรุงการสอน

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน
- ผู้สอนบันทึกผลการวิเคราะห์สภาพการศึกษาของนักศึกษา และพิจารณาทิศทางการปรับรายบุคคล

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยผู้สอน และผู้สอนท่านอื่นที่ให้ความสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ การพิจารณาจากผลงานที่ได้นำเสนอ
- มีการแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาสำหรับการตรวจสอบผลการประเมิน ทวนสอบวิธีการ และผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยการตรวจสอบข้อสอบ รายงาน เอกสารผลงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม กิจกรรมของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรูปแบบกิจกรรมการสอนรายวิชาทุกภาคการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- เชิญวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นส่วนร่วมในการทำพิจารณา เพื่อให้ นักศึกษามีมุมมองในเรื่องของการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากงานสร้างสรรค์ของผู้สอนหรือการจัดการเรียนรู้ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือสอดคล้อง