

หลักสูตรการบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
มคอ.3

SUAN
DUSIT
RAJABHAT
UNIVERSITY

3543101

การบริหารการตลาด

(Marketing Management)

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	3
	1. รหัสและชื่อรายวิชา	3
	2. จำนวนหน่วยกิต	3
	3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	3
	4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	3
	5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน	3
	6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	3
	7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	3
	8. สถานที่เรียน	3
	9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	3
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
	1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา	4
	2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา	4
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	4
	1. คำอธิบายรายวิชา	4
	2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา	4
	3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล	5
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
	1. คุณธรรม จริยธรรม	5
	2. ความรู้	5
	3. ทักษะทางปัญญา	6
	4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	6
	5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	7
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	7
	1. แผนการสอน	8
	2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้	11

หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	12
	1. เอกสารและตำราหลัก	12
	2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ	12
	3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ	12
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	12
	1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา	12
	2. กลยุทธ์การประเมินการสอน	12
	3. การปรับปรุงการสอน	12
	4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา	12
	5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา	12

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ทราบถึงความหมาย ความสำคัญ หน้าที่ และแนวคิดทางการตลาด และขอบข่ายงานการบริหารการตลาด
2. เพื่อให้ทราบถึงหลักทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวางแผนการตลาด การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมทางการตลาด
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจได้
4. เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์แผนการตลาดของธุรกิจได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีฐานความรู้ที่เป็นรูปธรรมในการศึกษาวิชาการบริหารการตลาด ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ
2. เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการนำความรู้ไปใช้เป็นพื้นฐานในการเรียนวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านการบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ หน้าที่ และแนวคิดทางการตลาด ขอบข่ายงานการจัดการการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผนทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมทางการตลาด โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณและความรับผิดชอบของการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม

Study of the function meaning, an importance of marketing, the network of marketing, management analysis, strategic planning of product price place and promotion implementation and marketing controlling reliance and responsibility of marketing that effect of social and economic

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชม. ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	6 ชม. ต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาสำหรับนักศึกษาที่ต้องการคำแนะนำเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่ม 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และวิชาชีพโดยใช้ดุลยพินิจ ทางค่านิยม ความรู้สึกของผู้อื่น ค่านิยมพื้นฐาน และจรรยาบรรณวิชาชีพ แสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม อาทิ มีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต เสียสละ เป็นแบบอย่างที่ดี เข้าใจผู้อื่น และเข้าใจโลก เป็นต้น

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

(1) มีความรู้และความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดี ต่อวิชาชีพ

(2) มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม

(3) สามารถบริหารเวลาและปรับวิถีชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม

(4) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวอย่างมีคุณธรรม

1.2 วิธีการสอน

ให้ทำโครงการหรือกรณีศึกษา เพื่อพิจารณาความรับผิดชอบต่อความซื่อสัตย์ต่อ หน้าที่เมื่อได้รับมอบหมายและความตรงต่อเวลาในการส่งงาน

1.3 วิธีการประเมินผล

สังเกตพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษาที่เกิดระหว่างการเรียนการสอนภายในห้องเรียนเป็นการทดสอบว่าวิธีการสอนข้างต้นมีประสิทธิภาพต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมหรือไม่

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

(1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการทางการตลาด

(2) มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านการตลาด โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

(3) มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการบัญชีและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

(4) สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

บรรยายหัวข้อรายละเอียดต่าง ๆ โดยใช้สื่อ Power point ประกอบการบรรยายโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการสอนด้วยการจัดให้มีการตอบคำถาม หรือออกมาทำกิจกรรมหน้าชั้นเรียนที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และตามด้วยตัวอย่างในการศึกษา แบ่งกลุ่มในการทำงาน การนำเสนอรายงาน และการวิเคราะห์กรณีศึกษา

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การทดสอบย่อย สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบ
- (2) การทำงานกลุ่ม การทำงานเดี่ยว และการนำเสนอรายงาน
- (3) การวิเคราะห์กรณีศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

(1) สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง

(2) สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางการบัญชีและด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทางวิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ

- (3) สามารถติดตาม ประเมินผล และรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

3.2 วิธีการสอน

มอบหมายงานให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา และทำรายงานที่กำหนดโดยใช้ความรู้วิชานี้ และนำเสนอผลงานในรูปของการอภิปรายกลุ่ม

3.3 วิธีการประเมินผล

การทดสอบย่อย สอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์และการประยุกต์ความรู้ที่ศึกษา และสภาพเนื้อหาในบทเรียนที่ได้ศึกษา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

(3) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมงาน

(4) มีความรับผิดชอบการพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีของตนเองอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายให้ทำโครงการร่วมกันเป็นกลุ่มโดยเน้นความรู้ที่เรียนในวิชากับปัญหาที่กำหนด

(2) แทรกประสบการณ์จริงของอาจารย์ในระหว่างการสอน โดยผ่านการเล่าเรื่องต่างๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

(1) มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ในการแปลความหมาย และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง

(2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน

(3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ

5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษาแก้ปัญหาโดยการวิเคราะห์เชิงตัวเลขในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาที่มีการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม

(2) นำเสนอในชั้นเรียนโดยวาจา เล่มรายงาน และมีการใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคณิตศาสตร์และสถิติ ที่เกี่ยวข้อง