

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 วิทยาเขต / คณะ / ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
 3544901 การสัมมนาทางการตลาด (Seminar in Marketing)
2. จำนวนหน่วยกิต
 3 หน่วยกิต อัตราส่วนการเรียน (2-2)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 3.1 หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต หมวดวิชาเนื้อหา กลุ่มวิชาเฉพาะบังคับเรียน หลักสูตรการ
 บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด
 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาเอกบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 อ. นกุล ฤกษ์จิรจุมพล: อาจารย์ผู้สอน
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน
 ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
 ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)
 ไม่มี
8. สถานที่เรียน
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
 6 ธันวาคม 2554

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อฝึกทักษะ และเสริมสร้างประสบการณ์ในด้านการบริหารการตลาดให้นักศึกษา โดยเน้นการบูรณาการองค์ความรู้หลักเพื่อที่จะเชื่อมโยงหน้าที่ทางการตลาดกับหน้าที่อื่นๆทางด้านการบริหารงาน
2. เพื่อให้นักศึกษาได้ศึกษา และเรียนรู้จนเกิดความเข้าใจสามารถอธิบายถึงลักษณะงานที่เป็นภารกิจ และความรับผิดชอบของผู้บริหารการตลาดทุกระดับ รวมทั้งการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนประสานงานของฝ่ายการตลาดกับหน่วยงานอื่นในองค์กรและภายนอกองค์กรได้
3. เพื่อให้นักศึกษาได้รับการฝึกฝนจนสามารถมีดุลยพินิจ และวิจารณ์ญาณของตนเองในการตัดสินใจที่ถูกต้องต่อการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่ในขอบข่ายของกระบวนการการบริหารงานตลอดจนการเลือกใช้นโยบาย และกลยุทธ์แบบต่างๆ ได้เหมาะสมกับสภาพการณ์นั้นๆ
4. เพื่อให้นักศึกษาสามารถที่จะอ่าน เขียน โครงสร้างองค์การ และกระบวนการบริหารงานของฝ่ายการตลาด ตลอดจนให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาต่างๆ พร้อมเสนอแนะ แนวทางแก้ไข
5. เพื่อฝึกการทำงานเป็นหมู่คณะ และพัฒนาในด้านการพูด คิด วิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็น

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

วิเคราะห์ ศึกษาปัญหาทางการตลาด ในธุรกิจประเภทต่างๆ โดยศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ประสบความสำเร็จ และความล้มเหลวในการดำเนินงานด้านการตลาด เน้นกิจการภายในประเทศ และกิจการของต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อฝึกให้นักศึกษานำความรู้ทางด้านการตลาดมาแก้ปัญหา หรือวิเคราะห์เรื่องการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่นักศึกษาสนใจ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	ตามความจำเป็น รายบุคคล	การฝึกปฏิบัติ 45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	45 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา เป็นรายบุคคล
- อาจารย์ประจำรายวิชาแจ้งให้นักศึกษาทราบเกี่ยวกับห้องทำงาน ตารางสอบ ว่างเว้นในแต่ละสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

1. มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
2. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขปัญหาคัดแย้งและลำดับความสำคัญของปัญหาได้
3. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
4. เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆขององค์กรและสังคม
5. มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ
6. ต้องยอมรับฟังความคิดเห็นต่างๆในการติชม ผลงานอย่างเป็นกลางได้

1.2 วิธีการสอน

1. ดำเนินการสอนพร้อมการแทรกด้านคุณธรรม และด้านจริยธรรมในบทเรียนตลอดเวลา
2. บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา โดยมีประเด็นด้านคุณธรรมและจริยธรรม ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง
3. อภิปรายกลุ่ม และรายงานเดี่ยว

1.3 วิธีการประเมินผล

1. ให้มีการระดมความรู้ด้านคุณธรรมและด้านจริยธรรม มีการนำเสนอควบคู่กับบทเรียน
2. สังเกตพฤติกรรมการเรียน การส่งงาน และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง
3. จากความก้าวหน้าของโครงการที่มอบหมายให้

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

นักศึกษามีความรู้ในเรื่องลักษณะทั่วไป และการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจเจกชน และปัจเจกแวดล้อมที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ รวมทั้งอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาด ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์หรือตามเป้าหมาย

2.2 วิธีการสอน

- ศึกษาจากเอกสารประกอบการสอน
- บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
- อภิปราย
- ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่างๆ
- นำเสนอรายงานเป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม
- ศึกษาโดยใช้ปัญหา
- ทดลองปฏิบัติ
- แสดงบทบาทสมมุติ
- แก้โจทย์ปัญหา
- รวบรวมข้อมูล
- ทำโครงการ
- กิจกรรมเพิ่มฐานความรู้
- สนทนาซักถาม

2.3 วิธีการประเมินผล

ประเมินผลระหว่างภาค ร้อยละ.....70..... แบ่งออกตามกิจกรรมและเนื้อหาดังนี้

- | | |
|--|----|
| -การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน | 10 |
| - การอภิปราย วิเคราะห์กรณีศึกษาแบบกลุ่ม / เดี่ยว | 10 |
| - การทำรายงานกลุ่มและนำเสนอ | 20 |
| - สอบกลางภาค (กิจกรรม / โครงการ) | 30 |

ประเมินผลปลายภาค ร้อยละ.....30.....

รวม100.....

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และพัฒนาการฝึกคิดให้มีประสิทธิภาพ

3.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ทำโครงการพิเศษและนำเสนอผลการศึกษา
- ให้นักศึกษาวางแผนปฏิบัติการกิจกรรมต่างๆในรายวิชา
- ทำแผนที่ความคิด (Mind Mapping)
- อภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา
- ผลิตภัณฑ์โฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวิทยุโทรทัศน์

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้แต่ละกิจกรรม
- ประเมินการนำเสนอความรู้ประกอบการใช้สื่อต่างๆ
- สอบกลางภาค
- สอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สร้างความสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน
- ฝึกฝนความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานเป็นทีม
- ฝึกการพึ่งตนเองโดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบทำงานที่ได้มอบหมาย

ให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ทำโครงการพิเศษและนำเสนอผลการศึกษา
- ให้นักศึกษาวางแผนปฏิบัติการกิจกรรมต่างๆในรายวิชา
- อภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลชิ้นงาน
- ประเมินพฤติกรรมการเรียนแต่ละกิจกรรม
- ประเมินการนำเสนอความรู้ประกอบการใช้สื่อต่างๆ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- การสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- วิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา
- สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต
- ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล
- การนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชิ้นงาน

5.2 วิธีการสอน

- ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากแหล่งเรียนรู้ทางสื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
- นำเสนอผลงานทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากการส่งชิ้นงาน
- ประเมินผลจากการนำเสนอผลงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ	เนื้อหา	กิจกรรมการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	สื่อ การสอน	การวัดผล
1	แนะนำเนื้อหารายวิชาและ วิธีการเรียนวิชาสัมมนาทาง การตลาด พร้อมแนวทางใน การวิเคราะห์ปัญหาทาง การตลาด	1. แนะนำเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์ของวิชา การ เรียนการสอนและการ ประเมินผล แนะนำเอกสาร ประกอบการเรียนและแหล่ง ค้นคว้าเพิ่มเติม 2. นำเข้าสู่บทเรียน โดยอาจารย์ ผู้สอนใช้สถานการณ์ ปัจจุบันของการแข่งขันทาง การตลาดยกตัวอย่างและ เปรียบเทียบให้นักศึกษาเห็น ความจำเป็นในการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาด	1. Power Point 2. เอกสารตำรา บทความทาง การตลาด 3. VCD เรื่อง การ จัด การ ตลาดยุคใหม่	1. การถามตอบของ นักศึกษา 2. สังเกตการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมกลุ่มนักศึกษา ประเมินความสนใจของ นักศึกษา
2	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทางการตลาด และการ วิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix	1. ใช้สื่อการสอน ประกอบการ บรรยายโดยให้นักศึกษาร่วม อภิปรายประเด็นสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. แบบฝึกหัด 3. นักศึกษานำเสนอผลการ วิเคราะห์ กรณีศึกษารายกลุ่ม 4. อภิปรายและซักถาม	1. Power Point 2. เอกสารตำรา บทความทาง การตลาด 3.กรณีศึกษา	1. สังเกตพฤติกรรมการมี ส่วนร่วมและความสนใจ ของนักศึกษา 2. นักศึกษาร้อยละ 80 สามารถวิเคราะห์ กรณีศึกษาโดยนำ หลักการและทฤษฎีทาง ด้านการตลาดมา ประยุกต์ใช้ได้อย่าง ถูกต้อง
3	การวิเคราะห์และการกำหนด กลยุทธ์ STP Marketing	1. ใช้สื่อการสอน ประกอบการ บรรยาย ยกตัวอย่าง โดยให้ นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้ 2. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ กรณีศึกษาในการกำหนด STP	1. Power Point 2. เอกสารตำรา บทความทาง การตลาด 3.กรณีศึกษา	1. สังเกตพฤติกรรมการมี ส่วนร่วมและความสนใจ ของนักศึกษา 2. นักศึกษาร้อยละ 80 สามารถวิเคราะห์ กรณีศึกษาโดยนำ หลักการและทฤษฎีทาง ด้านการตลาดมา ประยุกต์ใช้ได้อย่าง ถูกต้อง

ลำดับ	เนื้อหา	กิจกรรมการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ	สื่อ การสอน	การวัดผล
4	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	1. ใช้สื่อการสอน ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. กรณีศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่ สลับซับซ้อนของผู้บริโภค	1. Power Point 2. เอกสารตำรา บทความทาง การตลาด 3.กรณีศึกษา	1. สังเกต พฤติกรรมกรรมมี ส่วนร่วมและ ความสนใจของน ักศึกษา 2. นักศึกษาร้อย ละ 80 สามารถ วิ เ ต ร า ะ ห์ กรณีศึกษาโดย นำหลักการและ ทฤษฎีทางด้าน การ ตลาด มา ประยุกต์ใช้ได้ อย่างถูกต้อง
5	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	1. ใช้สื่อการสอน ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. กรณีศึกษาเรื่องการกำหนดกลยุทธ์ CRM และนำเสนอหน้าชั้นเรียน	1. Power Point 2. เอกสารตำรา บทความทาง การตลาด 3.กรณีศึกษา	1. สังเกต พฤติกรรมกรรมมี ส่วนร่วมและ ความสนใจของน ักศึกษา 2. นักศึกษาร้อย ละ 80 สามารถ วิ เ ต ร า ะ ห์ กรณีศึกษาโดย นำหลักการและ ทฤษฎีทางด้าน การ ตลาด มา ประยุกต์ใช้ได้ อย่างถูกต้อง
6	การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และ การวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่	1. ใช้สื่อการสอน ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. กรณีศึกษาเรื่องปัญหาการวางแผน ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ และล้มเหลวเพื่อร่วมกันหาสาเหตุ	1. Power Point 2. กรณีศึกษา	ประเมินจากผล การสำรวจความ เข้าใจหลังเรียนรู้ และการมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน