

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
3543107 วิชาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing)
2. จำนวนหน่วยกิต
3 (2 - 2) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตร
วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ)
 - 3.2 ประเภทของรายวิชา
หมวดวิชาเฉพาะด้าน กลุ่มวิชาเนื้อหาบังคับเรียน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์กิงกาญจน์ ทองงอก
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
24 กันยายน 2555

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนรู้จักเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาด และนำมาใช้ได้อย่างเหมาะสม และเรียนรู้ทักษะในการบริหารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงการทำการตลาดสำหรับเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาดได้อย่างเหมาะสม มีความรู้และทักษะในการบริหารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงสามารถทำการตลาดสำหรับเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาด เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด เว็บบล็อก อีเมล และเทคโนโลยีมือถือ เป็นต้น ที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงการทำการตลาดสำหรับเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ชั่วโมง ต่อ ภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา	การฝึกปฏิบัติ 30 ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำวิชา ให้คำปรึกษาผ่านเว็บบอร์ดของหลักสูตร และทาง e-mail ของอาจารย์แต่ละท่าน
- จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายกลุ่ม ตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความเข้าใจถึงประเด็นด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลลูกค้า กฎหมายและจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1.2 วิธีการสอน

- อาจารย์ผู้สอนนำเสนอเนื้อหาที่เป็นทฤษฎีและการปฏิบัติแก่ผู้เรียน
- จัดกลุ่มผู้เรียนตามศักยภาพและความสนใจ กลุ่มละ 4-5 คน
- ผู้เรียนแสวงหาความรู้และฝึกฝนทักษะจากสื่อสารสนเทศประเภทต่างๆ

1.3 วิธีการประเมินผล

- กิจกรรมการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
- กิจกรรมการวิเคราะห์ทางธุรกิจและวางแผนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

- กิจกรรมการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
- การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนอย่างเหมาะสม
- การประเมินผลสอบปลายภาค

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาดอย่างเหมาะสม
- การบริหารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน
- การตลาดสำหรับเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 วิธีการสอน

- บรรยายร่วมกับการสื่อสารสองทาง โดยเน้นให้นักศึกษาหาทางค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม การสอนแบบร่วมมือกันเรียนรู้ (Co-Operative Learning) การสอนแบบศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต การสอนแบบ e-Learning เป็นต้น

- ยกตัวอย่างให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์และอภิปรายกลุ่ม

2.3 วิธีการประเมินผล

- การสอบปลายภาค
- เวลาเรียนและการมีส่วนร่วมในกิจกรรม
- รายงาน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- การวิเคราะห์และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาดอย่างเหมาะสม

- การวิเคราะห์และบริหารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน
- การตลาดสำหรับเว็บไซต์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2 วิธีการสอน

- สอนโดยเน้นการฝึกปฏิบัติและเรียนรู้ร่วมกันในห้องเรียน
- มอบหมายงานกลุ่มให้วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติร่วมกัน

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากรายงานและผลงานที่ได้รับมอบหมาย
- การตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- คะแนนสอบปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาการทำงานร่วมกันเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการมีภาวะผู้นำ
- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม

4.2 วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมกลุ่มในการทำรายงาน
- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินรายงานที่นำเสนอ
- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ทักษะในการใช้ตรรกะ
- ทักษะการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- ทักษะการสื่อสาร และการอ่าน
- ทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การใช้อีเมล และฐานข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์

5.2 วิธีการสอน

- ใช้ PowerPoint ที่น่าสนใจ ชัดเจน ง่ายต่อการติดตามทำความเข้าใจ ประกอบการสอนในชั้นเรียน

- การสอนโดยมีการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวอย่างกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล

- การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจาประกอบสื่อเทคโนโลยี

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินทักษะการใช้ภาษาเขียนจากเอกสารรายงาน
- ประเมินทักษะการใช้สื่อและการใช้ภาษาพูดจากการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน
- ประเมินรายงานการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จน. ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	แนะนำรายวิชา แหล่งข้อมูล กิจกรรมต่างๆ จัดการทดสอบก่อนเรียน	4	บรรยาย ชักถาม ทดสอบ ก่อนเรียน	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
2	เนื้อหาเบื้องต้นเกี่ยวกับการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์และการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
3	การเริ่มต้นทำการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จน. ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
4	กลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
5	การวิเคราะห์กรณีศึกษาทาง การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
6-7	สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ	8	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
8-9	นักศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษา	8	ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ บรรยาย ชักถาม	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
10	การจัดทำแผนการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
11	การวัดผลและประเมินผลการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	4	ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
12	ก้าวต่อไปของการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	4	บรรยาย ชักถาม อภิปราย นำเสนอความคิดเห็น อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
13-14	- นักศึกษาส่งและนำเสนอแผนการ ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ - ทบทวนเนื้อหาก่อนสอบ และการ ทดสอบหลังเรียน	8	ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ อาจารย์ให้ข้อมูลย้อนกลับ บรรยาย ชักถาม ทดสอบ หลังเรียน และทบทวนสรุป เนื้อหาทั้งรายวิชา	นางสาวกิ่งกาญจน์ ทองงอก
15	สอบปลายภาค		สอบปลายภาค	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนอย่างเหมาะสม	พิจารณาจากการเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย ความตั้งใจและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	1-15	10%
2	- การวิเคราะห์และนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารการตลาดอย่างเหมาะสม - การวิเคราะห์และบริหารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน	กิจกรรมการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการจัดทำแผนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	8-9 และ 13-14	50%
3	ความเข้าใจโดยรวมเกี่ยวกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	สอบปลายภาค	15	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานู และสุชน โรจนอนุสรณ์. (2552). e-Marketing เจาะเทคนิคการตลาดออนไลน์. กรุงเทพฯ : ตลาด ดอท คอม.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2551). บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม e-Commerce Success Case Study มุมมองการตลาดและกรณีศึกษาอีคอมเมิร์ซไทย. กรุงเทพฯ : ตลาด ดอท คอม.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- <http://www.arit.dusit.ac.th>
- <http://www.emarketingassociation.com>
- http://analogik.com/article_principles_of_emarketing.asp
- <http://www.teawithedge.com>
- <http://www.purestone.co.uk/casestudies/emarketingcasestudies.html>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

นักศึกษามีส่วนร่วมในการประเมินการสอนของอาจารย์ผ่านอินเทอร์เน็ต

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แบบสังเกตและแบบสอบถาม
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

- หลังจากกิจกรรมข้อที่ 2 ได้ผลของการประเมิน หาข้อสรุป และวิธีการแก้ไข
- จัดทำวิจัยในชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- มีการทดสอบก่อนเรียน ระหว่างเรียนโดยการตั้งคำถามทบทวน และทดสอบหลังเรียนเมื่อเสร็จสิ้นหน่วยการเรียนรู้เพื่อประเมินพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน
- วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเมื่อเสร็จสิ้นการเรียนการสอนในรายวิชาโดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตรวจสอบแบบทดสอบ รายงาน กิจกรรมต่างๆ วิธีการให้คะแนน และการสังเกตพฤติกรรมผู้เรียน

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยจัดทำคลังข้อสอบมาตรฐานที่มีค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
- ปรับปรุงเนื้อหาวิชาให้ทันสมัยทุกๆ 3 ปี ให้ทันต่อเหตุการณ์และความเปลี่ยนแปลงของวิถีสังคมแห่งการเรียนรู้
- ปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของผู้เรียนในแต่ละปี และกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต และการทำงานในปัจจุบัน
- ปรับปรุงเครื่องมือวัดและประเมินผลกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับความแตกต่างของผู้เรียน