

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร / สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

## หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

<b>๑. รหัสและชื่อรายวิชา</b> กต ๓๐๐ การจัดการตลาด MK300 (Marketing Management)
<b>๒. จำนวนหน่วยกิต</b> ๓ หน่วยกิต (๒-๒-๕)
<b>๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา</b> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต /หมวดวิชาเฉพาะ
<b>๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา</b> อาจารย์ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน อาจารย์ผู้สอน
<b>๕. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน</b> ภาคการศึกษา๑/๒๕๕๖ / ชั้นปีที่ ๓ และชั้นปีที่ ๔ (เทียบเข้าเรียน ๒ ปี)
<b>๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)</b> รายวิชา กต ๒๐๐ หลักการตลาด
<b>๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) (ถ้ามี)</b> ไม่มี
<b>๘. สถานที่เรียน</b> ห้อง อาคารแม่โจ้๕๐ ปี
<b>๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด</b> -

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

<p><b>๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</b></p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้และความเข้าใจหลักการและทฤษฎีต่าง ๆ ตามคำอธิบายลักษณะวิชา สามารถจัดทำแผนการตลาด ให้สอดคล้องกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน สามารถนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ในรูปของการใช้กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาความสามารถในเชิงปฏิบัติ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงานทางด้านการตลาดต่อไปในอนาคต</p>
<p><b>๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</b></p> <p>-</p>

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

<p><b>๑. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>เป็นการศึกษาถึงบทบาทของการตลาดต่อองค์การธุรกิจ และสังคมส่วนรวม การพิจารณาข้อข้อย่างานตลาดบนฐานแผนกลยุทธ์ ขบวนการจัดการตลาด และการวางแผนการตลาด การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การศึกษาและเลือกกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด การวางโปรแกรมทางการตลาด การจัดการองค์การตลาด การปฏิบัติงานตลาด และการควบคุมผลงานทางการตลาด</p>											
<p><b>๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>บรรยาย</th> <th>สอนเสริม</th> <th>การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน</th> <th>การศึกษด้วยตนเอง</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>บรรยาย ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา</td> <td>สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย</td> <td>ฝึกปฏิบัติ ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา</td> <td>ศึกษาด้วยตนเอง ๗๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา</td> </tr> </tbody> </table>				บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง	บรรยาย ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ฝึกปฏิบัติ ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	ศึกษาด้วยตนเอง ๗๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง								
บรรยาย ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ฝึกปฏิบัติ ๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	ศึกษาด้วยตนเอง ๗๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา								
<p><b>๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</b></p> <p>อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ ๒ ชั่วโมงต่อสัปดาห์</p>											

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีจรรยาบรรณและจิตสำนึกในการนำความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจและรูปแบบของธุรกิจไปใช้ในวิชาชีพได้อย่างมีคุณธรรม เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคล ไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาของผู้อื่น มีความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบวิชาชีพ ไม่คดโกงผู้อื่น โดยให้มีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัตินี้ ดังนี้

- มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ตรงต่อเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริต
- มีความตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ
- เคารพในสิทธิของผู้อื่นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- มีความเป็นผู้นำ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีความเสียสละ ช่วยเหลือผู้อื่น
- เคารพกฎระเบียบขององค์กร
- มีความขยัน อดทน สามัคคีกันในกลุ่ม
- มีความใฝ่รู้ วิเคราะห์แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- มีจรรยาบรรณในวิชาชีพตนเอง

#### ๑.๒ วิธีการสอนที่จะใช้พัฒนาการเรียนรู้

บรรยาย อภิปราย พร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น การประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จรรยาบรรณทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

- การอภิปรายกลุ่มและรายบุคคล
- การซักถาม ตอบคำถามในห้องเรียน
- ร่วมกันสรุป
- ให้นักศึกษาหาตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว
- ทำแบบฝึกหัด หรือ ฝึกปฏิบัติ
- ทำกรณีศึกษา

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรม การเข้าเรียนและความตรงต่อเวลาในการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินจากผลการนำเสนอผลงานหรือรายงาน

-ประเมินจากใบงาน แบบทดสอบ และแบบฝึกหัด

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่จะได้รับ

มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารการตลาดและการสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด การวางแผนกลยุทธ์ที่เน้นการตลาดเป็นสำคัญ ระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาดการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาดการวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ใหม่และการจัดการกลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์การออกแบบกลยุทธ์และโปรแกรมการตั้งราคาการออกแบบและการบริหารช่องทางการตลาดการจัดการ การค้าปลีก การค้าส่งและโลจิสติกส์การบริหารการตลาดครบวงจรการจัดการการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรงการจัดการความพยายามทางการตลาดโดยรวมและการตลาดระดับโลก

### ๒.๒ วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การซักถาม การวิเคราะห์กรณีศึกษา การมอบหมายงานวิเคราะห์ธุรกิจ การหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา การสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเน้นให้นักศึกษาสรุปกรณีศึกษาในรูปแบบของแผนผังความคิดและแผนการตลาด/แผนธุรกิจหน้าเดียวเพื่อสร้างความเป็นมืออาชีพในการนำเสนอแผน การสร้างความรู้เกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกภายใต้โครงการ นักศึกษามหาวิทยาลัยร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค
- รายงาน การนำเสนอรายงาน และการอภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษาพร้อมสรุปเป็นแผนผังความคิดและแผนการตลาด/แผนธุรกิจหน้าเดียว
- แบบฝึกหัด
- สังเกตพฤติกรรมปฏิบัติการ

## ๓. ทักษะทางปัญญา

### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

สามารถพัฒนาความคิดอย่างมีระบบได้ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเข้าไปศึกษาองค์กรธุรกิจที่สนใจ และให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการนักศึกษามหาวิทยาลัยร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น เพื่อที่จะศึกษาบริบทเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สรรวจร้านค้าปลีกท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลกลับมาเขียนแผนการตลาด แผนพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่นตามที่มอบหมาย

<p><b>๓.๒ วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมอบหมายงานตามเนื้อหาบทเรียนที่กำหนดขึ้น</li> <li>- มีการนำเสนอผลงานตามเวลาที่กำหนดให้ในแต่ละกลุ่ม</li> <li>- วิเคราะห์กรณีศึกษา พร้อมสรุปเป็นแผนผังความคิดและแผนการตลาด/แผนธุรกิจหน้าเดียว เพื่อพัฒนาทักษะในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบมากขึ้น</li> <li>- การลงพื้นที่สำรวจร้านค้าปลีกท้องถิ่น และนำมาทำการวางแผน เพื่อบริการความรู้ด้านการจัดการร้านค้าปลีก การจัดรูปแบบร้านเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และแผนพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น</li> <li>- การสะท้อนแนวความคิดและความคิดเห็นของเพื่อน ๆ ในห้องเรียน</li> <li>- สังเกตพฤติกรรมกลุ่มและบุคคล</li> </ul>
<p><b>๓.๓ วิธีการประเมินผลทักษะทางปัญญาของนักศึกษา</b></p> <p>สอบกลางภาคเรียนและสอบปลายภาคเรียน โดยข้อสอบเป็นข้อสอบอัตนัยที่มีการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการเขียนแผนการตลาดโดยสรุปเป็นแผนการตลาดหน้าเดียว/แผนธุรกิจหน้าเดียว</p>
<p><b>๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p> <p><b>๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในกลุ่ม</li> <li>-มีมนุษยสัมพันธ์อันดี แบ่งความรับผิดชอบร่วมกันตามความถนัดและความเหมาะสม</li> <li>-มีการพัฒนาความเป็นผู้นำได้</li> <li>-มีความสามัคคีกันในกลุ่ม</li> <li>-พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนได้</li> </ul> <p><b>๔.๒ วิธีการสอน</b></p> <p>-จัดกิจกรรมกลุ่มในการให้ความรู้ด้านการจัดการร้านค้าปลีก การพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่นร่วมกันระหว่างนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การมอบหมายงานในกลุ่มและรายบุคคล เช่น การทำรายงานแผนการตลาด และการหากรณีศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลวแล้วนำมาวิเคราะห์</li> <li>-การนำเสนองาน</li> </ul> <p><b>๔.๓ วิธีการประเมิน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ดูรายงานที่นำเสนอ</li> <li>-สังเกตพฤติกรรมในการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีม</li> <li>-การทำกรณีศึกษาด้วยตนเอง</li> </ul>

<p><b>๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p><b>๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-สามารถพัฒนาสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงานและการนำเสนอในชั้นเรียนได้</li> <li>-มีทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต</li> <li>-มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น ส่งงานทาง E-mail</li> <li>-มีการนำเสนอและยกตัวอย่างโดยใช้ Power point</li> <li>-สามารถนำความรู้และความเข้าใจทางธุรกิจไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน</li> </ul>
<p><b>๕.๒ วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบหมายงานให้นักศึกษาสรุปผลงานการพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่นในแต่ละกลุ่ม ด้วยการจัดทำในรูปแบบ Power point วิดีโอคลิปสัมภาษณ์ร้านค้าปลีก พร้อมนำเสนอต่อเพื่อนนักศึกษา อาจารย์ผู้สอน และบ.สยามแม่คโครฯ</li> <li>-ให้ค้นคว้าด้วยตนเองจาก web site โดยมีข้อมูลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ</li> <li>- นำเสนอโดยใช้รูปแบบที่เหมาะสมและทันสมัย</li> </ul> <p><b>๕.๓ วิธีการประเมิน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานด้วยสื่อเทคโนโลยี</li> <li>- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย</li> </ul>

### หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

<b>๑. แผนการสอน</b>				
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทที่ ๑ การบริหารการตลาดและการสร้างความ พอใจให้แก่ลูกค้า	๔	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

๒	บทที่ ๒ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๓	บทที่ ๓ การวางแผนกลยุทธ์ที่เน้นการตลาดเป็น สำคัญ	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๔	บทที่ ๔ ระบบสารสนเทศทางการตลาดและ อุปสงค์ทางการตลาด	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๕	บทที่ ๕ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

๖	บทที่ ๖ การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๗	บทที่ ๗ กลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	๘	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร และรับฟังการบรรยายใน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จาก วิทยากรเจ้าของธุรกิจ <b>SME</b>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๘	สอบกลางภาค			
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๙	บทที่ ๘ การออกแบบกลยุทธ์และโปรแกรมการตั้งราคา	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ <u>กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน จ.ชุมพร	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๐	บทที่ ๙ การออกแบบและการบริหารช่องทางการตลาด	๔	<u>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</u> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน <u>กรณีศึกษา งานวิจัย</u> <u>แผนการตลาดที่เหมาะสมกับการ</u> <u>ท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.</u> <u>หลังสวน จ.ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน



๑๑	บทที่ ๑๐ การจัดการ การค้าปลีก การค้าส่งและการกระจายสินค้า	๔	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป <u>ฝึกปฏิบัติ</u> <u>สำรวจ</u> <u>วางแผน</u> <u>และ</u> <u>พัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น</u> <u>ภายใต้โครงการนักศึกษา</u> <u>มหาวิทยาลัยร่วมพัฒนาร้านค้า</u> <u>ปลีกท้องถิ่น</u> <u>กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกแบบไม่มี</u> <u>หน้าร้าน (ธุรกิจ E-commerce)</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๒	บทที่ ๑๑ การบริหารการสื่อสารการตลาด ครบวงจร	๔	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> บรรยาย อภิปราย ชักถาม <u>รับฟังการบรรยายจากวิทยากร</u> <u>ด้านการสื่อสารการตลาดแบบ</u> <u>ครบวงจร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๓	บทที่ ๑๒ การจัดการ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและ การตลาดทางตรง	๖	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๔	บทที่ ๑๓ การจัดการความพยายามทางการตลาด โดยรวม	๔	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> <b>และสื่อที่ใช้</b>	<b>ผู้สอน</b>
๑๕	บทที่ ๑๔ การตลาดระดับโลก	๒	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> บรรยาย อภิปราย ชักถาม ใบงาน ร่วมกันสรุป ฝึกปฏิบัติ กรณีศึกษา ยกตัวอย่าง นำเสนอ ผลงาน ตัวอย่าง	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

๑๖	นักศึกษานำเสนอแผนการจัดการการตลาด และผลการพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น ภายใต้โครงการนักศึกษามหาวิทยาลัยร่วม พัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น	๔	<b>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</b> นักศึกษานำเสนองานโดยใช้Power point เกี่ยวกับรายงานที่ได้รับ มอบหมายในตลอดทั้งเทอม <u>1.นำเสนอแผนการจัดการ</u> <u>การตลาด และผลการพัฒนา</u> <u>ร้านค้าปลีกท้องถิ่น ภายใต้</u> <u>โครงการนักศึกษาวิทยาลัย</u> <u>ร่วมพัฒนาร้านค้าปลีกท้องถิ่น</u> <u>2.กรณีศึกษา งานวิจัย แผนการ</u> <u>ตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว</u> <u>โดยชุมชนเกาะพิทักษ์ อ.หลังสวน</u> <u>จ.ชุมพร</u>	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๗	สอบปลายภาค			
<b>๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้</b>				
กิจกรรมที่	วิธีการประเมิน**	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมิน	
๑.	การวิเคราะห์กรณีศึกษาและทดสอบย่อย	๑-๑๕	๑๐%	
๒.	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การเข้าชั้นเรียน	๑-๑๖	๑๐%	
๓.	รายงานกลุ่ม/บุคคล/โครงการ	๙,๑๕	๓๐%	
๔.	สอบกลางภาค	๑๑	๒๕%	
๕.	สอบปลายภาค	๑๗	๒๕%	

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- อัจจิมา เศรษฐบุตร. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่๑๐. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๔
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. การบริหารการตลาด. : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ.พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔
- อุดุลย์ จาตุรงค์กุล. การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๒
- พิบูล ทีปะपाल. การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ ๒๑. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, ๒๕๔๓
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : โอเดียมสโตร์, ๒๕๔๓
- สำอาน งามวิชา. การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่๒. กรุงเทพฯ : โอเดียมสโตร์, ๒๕๔๓
- Kottler,Phillips. Marketing Management : The Millennium Edition : Prentice Hall International, Inc, 2000
- สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เอช.เอ็น.กรุ๊ป,๒๕๔๖
- นิตยสารและวารสารทางธุรกิจ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Brandage Positioning .

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชา เช่น [www.brandage.com](http://www.brandage.com) , [www.positioningmag.com](http://www.positioningmag.com) .  
หนังสือพิมพ์ทางด้านธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ ฯลฯ

## หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

<p><b>๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา</b></p> <p>การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ซึ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนา กระบวนการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีการจัดให้มีช่องทางการนำเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะจากนักศึกษา ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การร่วมพิจารณาความเหมาะสมของแนวการสอนร่วมกันในสัปดาห์แรกของการเรียนการสอน</li> <li>- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง</li> <li>- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน</li> </ul>
<p><b>๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน</b></p> <p>ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลการสอน ได้จัดทำกลยุทธ์ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การประเมินผลการสอนแบบให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม</li> <li>- ผลการสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติของนักศึกษา</li> <li>- การติดตามพัฒนาการของผู้เรียนรายบุคคล</li> <li>- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้</li> </ul>
<p><b>๓. การปรับปรุงการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัยในชั้นเรียน</li> <li>- การสังเกตของผู้สอนจากพฤติกรรมของผู้เรียนและผู้สอนเอง และนำมาปรับปรุงระหว่างการเรียนการสอนในสัปดาห์ถัดไปของภาคเรียนนั้นและ ปรับปรุงในภาคเรียนต่อไป</li> </ul>
<p><b>๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา</b></p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การสอบถามนักศึกษาหรือการตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การปฏิบัติ และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา</p>
<p><b>๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</b></p> <p>จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงรายวิชาทุกปี หรือตามข้อเสนอแนะของนักศึกษาและจากผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔</li> </ul>

