

รายละเอียดของรายวิชา

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

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา	กต๑๐๐ หลักการตลาด MK100(Principles of Marketing)
๒. จำนวนหน่วยกิต	๓ หน่วยกิต (๓-๐-๖)
๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต /หมวดวิชาเฉพาะ
๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ฉันทวรรณ เอ่งฉ้วน อาจารย์ผู้สอน
๕. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษา ๒/๒๕๕๖ / ชั้นปีที่๑
๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)	ไม่มี
๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) (ถ้ามี)	ไม่มี
๘. สถานที่เรียน	ห้อง๓๐๔ อาคารแม่โจ้ ๘๐ ปี ม.แม่โจ้-ชุมพร
๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	-

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีทางการตลาด ความหมาย ความสำคัญของการตลาด รวมทั้งมีทักษะในการรวบรวมวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและมีความกระตือรือร้นและความสนใจในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามภาวะการณ์ปัจจุบัน
๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานทางการตลาด เป็นการเตรียมความพร้อมในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการตลาด เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตรประจำวัน ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอ้างอิงให้ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑.คำอธิบายรายวิชา ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางการตลาด หน้าที่ สถาบันการตลาด แรงจูงใจผู้บริโภค พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค สัดส่วนของการตลาด ลักษณะของผลิตภัณฑ์และส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด การเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์การกำหนดราคา การวิจัยตลาด ลักษณะงานวิจัยตลาด การตลาดระหว่างประเทศ			
๒.จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา			
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งาน	การศึกษาด้วยตนเอง
		ภาคสนาม/การฝึกงาน	
บรรยาย ๔๕ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	-	ศึกษาด้วยตนเอง๔๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา
๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ๒ชั่วโมงต่อสัปดาห์			

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบมีวินัยมีจรรยาบรรณและจิตสำนึกในการนำความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจและรูปแบบของธุรกิจไปใช้ในวิชาชีพได้อย่างมีคุณธรรมเคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคลไม่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาของผู้อื่นมีความซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบวิชาชีพไม่คดโกงผู้อื่นโดยให้มีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติดังนี้

- มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมตรงต่อเวลามีความซื่อสัตย์สุจริต
- มีความตระหนักถึงคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพ
- เคารพในสิทธิของผู้อื่นและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- มีความเป็นผู้นำและสามารถทำงานเป็นทีมได้
- มีความเสียสละช่วยเหลือผู้อื่น
- เคารพกฎระเบียบขององค์กร
- มีความขยันอดทนสามัคคีกันในกลุ่ม
- มีความใฝ่รู้วิเคราะห์แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- มีจรรยาบรรณในวิชาชีพตนเอง

๑.๒ วิธีการสอนที่จะใช้พัฒนาการเรียนรู้

บรรยายอภิปรายพร้อมกำหนดให้นักศึกษาค้นคว้ากรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องมานำเสนอเช่นการประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจรรยาบรรณทางธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

-การอภิปรายกลุ่มและรายบุคคล

-การซักถามตอบคำถามในห้องเรียน

-ร่วมกันสรุป

-ให้นักศึกษาหาตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว

-ทำแบบฝึกหัดหรือฝึกปฏิบัติ

-ทำกรณีศึกษา

๑.๓ วิธีการประเมินผล

-สังเกตพฤติกรรมการเข้าเรียนและความตรงต่อเวลาในการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย

-ประเมินจากผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำเสนอผลงานหรือรายงาน

-ประเมินจากใบงานแบบทดสอบและแบบฝึกหัด

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่จะได้รับ

มีความรู้ในทฤษฎีทางการตลาดความสำคัญของการตลาด มีการคิดวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด มีการนำทฤษฎีทางการตลาดมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และมีความรู้ในคำศัพท์เฉพาะทางบริหารธุรกิจ

๒.๒ วิธีการสอน

บรรยายอภิปรายการทำงานกลุ่มการนำเสนอรายงานการซักถามการวิเคราะห์กรณีศึกษาการมอบหมายงาน วิเคราะห์ธุรกิจการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและให้นักศึกษาทำการสรุป คำศัพท์ทางบริหารธุรกิจตามเนื้อหาบทเรียนและจากกรณีศึกษารายคาบ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ทดสอบย่อย สอบกลางภาคสอบปลายภาค
- รายงาน การนำเสนอรายงาน และการอภิปรายกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา
- แบบฝึกหัด
- สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ คิดเชื่อมโยง สมเหตุสมผล เพื่อนำไปใช้ในกระบวนการคิด ให้นักศึกษาทำงานอย่างเป็นระบบ มองเห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบต่างๆ

๓.๒ วิธีการสอน

- การมอบหมายงานตามเนื้อหาบทเรียนที่กำหนดขึ้น
- มีการนำเสนอผลงานตามเวลาที่กำหนดให้ในแต่ละกลุ่ม
- วิเคราะห์กรณีศึกษา
- การสะท้อนแนวความคิดและความคิดเห็นของเพื่อนๆในห้องเรียน
- สังเกตพฤติกรรมกลุ่มและบุคคล

๓.๓ วิธีการประเมินผลทักษะทางปัญญาของนักศึกษา

สอบกลางภาคเรียนและสอบปลายภาคเรียนโดยข้อสอบเป็นข้อสอบอัตนัยที่มีการวิเคราะห์กรณีศึกษา

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนา

- สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมในกลุ่ม
- มีมนุษยสัมพันธ์อันดีแบ่งความรับผิดชอบร่วมกันตามความถนัดและความเหมาะสม
- มีการพัฒนาความเป็นผู้นำได้
- มีความสามัคคีกันในกลุ่ม
- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกันและระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนได้

๔.๒ วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมกลุ่มในการทำใบงานร่วมกันและการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- การมอบหมายงานในกลุ่มและรายบุคคลเช่นการนำเสนอกรณีตัวอย่างธุรกิจและข่าวสารทางการตลาด
- การนำเสนองาน

๔.๓ วิธีการประเมิน

- ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยประเด็นกำหนด
- สังเกตการนำเสนอผลงาน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม
- ตรวจผลงาน รายงานการศึกษาค้นคว้า

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถพัฒนาสื่อสารทางการพูดการฟังการเขียนโดยการทำรายงานและการนำเสนอ
ชั้นเรียนได้
- มีทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารเช่นส่งงานทาง E-mail
- มีการนำเสนอและยกตัวอย่างโดยใช้ Power point, Clip vedio
- สามารถนำความรู้และความเข้าใจทางธุรกิจไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

๕.๒ วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ค้นคว้าด้วยตนเองจาก web site โดยมีข้อมูลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ

- นำเสนอโดยใช้รูปแบบที่เหมาะสมและทันสมัย

๕.๓ วิธีการประเมิน

- การจัดทำรายงานและการนำเสนอผลงานด้วยสื่อเทคโนโลยี
- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย
- สังเกตพฤติกรรมในการสื่อสาร
- ตรวจสอบผลงาน

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน				
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทที่๑แนวคิดพื้นฐานทางการตลาด - ความหมายของการตลาด - แนวความคิดหลักของการตลาด - หน้าที่ของการตลาด - อรรถประโยชน์ทางการตลาด	๓	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษากรณีตัวอย่าง - อภิปรายกลุ่ม - ตอบคำถามจากกรณีตัวอย่าง ศึกษาค้นคว้าและนำเสนอผล การศึกษา	อ.ฉันทวรรณ เอ็นฉ้วน

๒-๓	บทที่๒ปรัชญาและส่วนประสมทางการตลาด - แนวความคิดทางการตลาด - สภาพแวดล้อมทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด - ส่วนประสมทางการตลาด	๖	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า และนำเสนอผลการศึกษา	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๔	บทที่๓สารสนเทศและการวิจัยตลาด - ความหมายของระบบสารสนเทศทางการตลาด - ความจำเป็นของระบบสารสนเทศทางการตลาด	๓	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษากรณีปัญหา	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
	การตลาด - ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการตลาด - แหล่งของสารสนเทศทางการตลาด - ความหมายของการวิจัยทางการตลาด - กระบวนการวิจัยทางการตลาด			

๕-๖	บทที่๔พฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	๖	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - ศึกษาเอกสาร - อภิปรายกลุ่ม - นำเสนอผลการศึกษา - ยกตัวอย่างงานวิจัย แผนการตลาดที่เหมาะสม กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกาะพิทักษ์อ.หลังสวน จ.ชุมพร ในประเด็น การศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยว	อ.ฉันทวรรณ แอ่งจวน
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน

๗-๘	บทที่๕ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งทางการตลาด - ความหมายของการแบ่งส่วนตลาด - เกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค - การแบ่งส่วนตลาดองค์กร - ความหมายการกำหนดตลาดเป้าหมาย - กลยุทธ์การเลือกตลาดเป้าหมาย - การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง - ความหมายของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ - ขั้นตอนการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด - วิธีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๖	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษาเอกสาร - อภิปรายกลุ่ม - นำเสนอผลการอภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า - ยกตัวอย่างงานวิจัย แผนการตลาดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะพิทักษ์อ.หลังสวน จ.ชุมพร ในประเด็นการ การวางตำแหน่งทางการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
	สอบกลางภาค			
๙-๑๐	บทที่๖ ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	๖	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - ศึกษากรณีตัวอย่าง - ศึกษาเอกสาร - บรรยาย - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน

๑๑-๑๒	บทที่๗การตั้งราคา	๖	- กิจกรรมการเรียนรู้การสอนบรรยาย - ศึกษากรณีตัวอย่าง - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๓	บทที่๘ช่องทางการจัดจำหน่าย - หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย - โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย - ปัจจัยที่กำหนดโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย - โลจิสติกส์	๓	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษากรณีตัวอย่าง - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
๑๔	บทที่๙การส่งเสริมการตลาด - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด - ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการตลาด	๓	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษากรณีตัวอย่าง - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน
			ยกตัวอย่างงานวิจัย แผนการตลาดที่เหมาะสม กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกาะพิทักษ์อ.หลังสวน	
			- จ.ชุมพร ในประเด็นการกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	
๑๕	บทที่๑๐การตลาดระหว่างประเทศ	๔	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน - บรรยาย - ศึกษากรณีตัวอย่าง เรื่อง การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน - อภิปรายกลุ่ม - ศึกษาค้นคว้า	อ.ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน

๑๖	สอบปลายภาค			
๒.แผนการประเมินผลการเรียนรู้				
กิจกรรมที่	วิธีการประเมิน**	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน	
๑.	การวิเคราะห์กรณีศึกษาและทดสอบย่อย	๑-๑๕	๑๕%	
๒.	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การเข้าชั้นเรียน	๑-๑๖	๑๐%	
๓.	รายงานเดี่ยว	๑-๑๖	๑๐%	
๔.	รายงานกลุ่ม	๘,๑๕	๕%	
๕.	สอบกลางภาค	๙	๓๐%	
๖.	สอบปลายภาค	๑๖	๓๐%	

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก	
- สูดาวง เรื่องธุรกิจ . หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9, กรุงเทพมหานคร: ประกายพริก, 2543 - ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. หลักการตลาด กรุงเทพมหานคร : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด, 2543	
- Kotler & Armstrong. PRINCIPLES OF MARKETING pearson education Indochina Ltd:2546 - Kottler,Phillips. Marketing Management : The Millennium Edition : Prentice Hall International, 1๙๙๙-2๐๐๐	
- เว็บไซต์ นิตยสารและวารสารทางธุรกิจ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Brandage Positioning, Marketeer	
๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ	
-	
๓.เอกสารและข้อมูลแนะนำ	
- เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชาเช่น www.brandage.com, www.marketeer.co.th www.Kosanathail.com	

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ซึ่งเน้นให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงพัฒนากระบวนการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยมีการจัดให้มีช่องทางการนำเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะจากนักศึกษา ดังนี้
- การร่วมพิจารณาความเหมาะสมของแนวการสอนร่วมกันในสัปดาห์แรกของการเรียนการสอน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน
- ตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินผู้สอน และประเมินรายวิชา

๒.กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลการสอนได้จัดทำกลยุทธ์ดังนี้

- การประเมินผลการสอนแบบให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม
- ผลการสอบทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติของนักศึกษา
- การติดตามพัฒนาการของผู้เรียนรายบุคคล
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓.การปรับปรุงการสอน

- การวิจัยในชั้นเรียน
- การสังเกตของผู้สอนจากพฤติกรรมของผู้เรียนและผู้สอนเองและนำมาปรับปรุงระหว่างการเรียนการสอนในสัปดาห์ถัดไปของภาคเรียนนั้นและปรับปรุงในภาคเรียนต่อไป

๔.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชาได้จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ การสอบถามนักศึกษา หรือการตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การปฏิบัติ และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา