



## รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๑๒๐๓/ รายวิชา พฤติกรรมการซื้อ

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT๑๒๐๓/  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย พฤติกรรมการซื้อ  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Buying Behavior

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ (วิชาบังคับ)

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ดร. ชนิษฐา เศษคิมบง  
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ กาจปกรณ์ นิลอรุณ

๕. สถานที่ติดต่อ อาจารย์ กาจปกรณ์ นิลอรุณ ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคาร ๕๓๒๑ คณะวิทยาการจัดการ  
E – Mail: kardpakorn.ni@ssru.ac.th

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๒  
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ - คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) หลักการตลาด

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๒๑ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘  
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (๑) เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริหารทางการตลาด (ความรู้)
- (๒) เพื่อเข้าใจบทบาทการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ และการกำหนดส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาดขององค์กรธุรกิจ (ความเข้าใจ)
- (๓) เพื่อประยุกต์ใช้เครื่องมือที่เป็นกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาดที่กำหนดไว้ในการตลาดและองค์กรธุรกิจ (การประยุกต์ใช้)
- (๔) เพื่อสามารถจัดกิจกรรมการตลาดต่างๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค ผู้ซื้อ และผู้ใช้ โดยบรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดในแผนการตลาดประจำปี (การนำไปใช้ปฏิบัติ)

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- ๒.๑ ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2558 และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดต่างๆ อาทิ เว็บไซต์ บล็อก และสื่อทางสังคมต่างๆ
- ๒.๒ บูรณาการผลการวิจัย กรณีศึกษา และบทเรียนทางด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการดำเนินงานด้านการตลาดและธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลต่างๆ มาประกอบการเรียนการสอนในห้องเรียน

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎี ความหมาย ความสำคัญของพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจ การเลือกตลาดเป้าหมาย ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ ศึกษาตัวแบบและขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

Concept, theories, meanings and significance of purchasing behavior; characteristics of buyers in consumer market and business market; Market targeting; Environmental factors influencing buyers' purchase decision-making; Study of models and process of purchase decision-making.

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕x๓=๔๕)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	ไม่มีการฝึกปฏิบัติ	๖ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล  
 อาจารย์จัดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours) อย่างน้อยสัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยตกลงกับ  
 นักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษานอกเวลาเรียน

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน : คณะวิทยาการจัดการ  
 อาจารย์ กาจปกรณ์ นิลอรุณ ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคาร ๕๗๒๑ คณะวิทยาการจัดการ
- ๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ -
- ๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)  
 E – Mail: kardpakorn.ni@ssru.ac.th
- ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### ๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมการเรียนการสอนที่เน้นเรียนรู้ได้จริง มีกรณีศึกษาประกอบบทเรียน หนังสือเรียน และสื่อ  
 เพื่อการนำเสนอผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ออนไลน์ และออฟไลน์ต่างๆ เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้น  
 การเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา ตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย มีความรับผิดชอบต่อการทำงานกลุ่ม  
 และสามารถแบ่งงานกันทำ การนำเสนอผลงาน และการจัดทำรายงานเพื่อนำเสนอผู้สอน และเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน ด้วย  
 ความซื่อสัตย์ สุจริต และทำงานด้วยการตรงต่อเวลา มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณทาง  
 วิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตนตามครรลองครองธรรม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

##### การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม

- (๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่  
 มอบหมาย และการร่วมกิจกรรมต่างๆ
- (๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม
- (๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ
- (๔) ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- (๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
- (๖) ประเมินจากการจัดทำรายงานประกอบรายวิชาต่างๆ

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและต่อ ยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### ๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบหลากหลายช่องทาง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นำเอาหลักการทฤษฎีสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในรายวิชาต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติตามสภาพแวดล้อมจริง ตามการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย ธรรมชาติ และเทคโนโลยี เพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะของรายวิชา จุดมุ่งเน้น และตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ และอาจให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงาน นำกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริงทางการตลาดและธุรกิจ

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การทดสอบย่อย
- (๒) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (๓) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- (๔) ประเมินจากกรณีศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาดและธุรกิจที่มอบหมาย
- (๕) ประเมินจากการนำเสนอรายงานและการอภิปรายผลในชั้นเรียน

## ๓. ทักษะทางปัญญา

### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ปัญหาพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาดเชิงธุรกิจได้อย่าง

เหมาะสม

### ๓.๒ วิธีการสอน

ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา มีการจัดการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่ม การทำกรณีศึกษา และการจัดทำโครงการ เป็นต้น รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา

(๒) ประเมินผลจากการรายงานผลและการอภิปรายปัญหาจากการศึกษาศึกษา งานมอบหมายให้ค้นคว้า และมีการนำเสนอหน้าชั้นเรียน และเอกสารรายงาน

#### ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

##### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

##### ๔.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชา โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบสร้างความร่วมมือ เทคนิคการวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำงานเป็นทีม การสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง และการนำเสนอผลงานเชิงการวิเคราะห์และผลงาน

##### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- (๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

#### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

##### ๕.๒ วิธีการสอน

การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักศึกษาสามารถมีรูปแบบการวิเคราะห์กรณีศึกษา สถานการณ์การที่เกิดขึ้น และปัญหาการตลาดต่างๆ ใช้เทคนิคเชิงคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอรายงานการแก้ปัญหาที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากผลความถูกต้องของขั้นตอนการวางวิเคราะห์ และการนำเสนอผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางด้านการจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์จากธุรกิจต่างๆ

(๒) ประเมินจากคำตอบที่ได้จากการอภิปรายกรณีศึกษาในห้องเรียนการตลาดเพียงใด

(๓) ประเมินผลจากการตอบคำถามท้ายบทและการทบทวนประจำบทเรียนที่ให้มีการค้นคว้าเพิ่มเติมจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพียงใด

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

### ๑. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการ เรียน การสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการ สอน	การจัดการ เนื้อหาและ สื่อ การสอน	การวัดผล
๑	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การตลาด	- ชี้แจง รายละเอียด รายวิชา งานที่ มอบหมายและ การประเมินผล - บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๒	การแบ่งส่วนตลาดและการ วิเคราะห์ประชากรศาสตร์	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การซักถาม เพิ่มเติม - ม อ บ ห ม า ย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การถามตอบ - การทำ แบบทดสอบ
๓	แนวความคิดพฤติกรรม ผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - ม อ บ ห ม า ย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การทำ แบบทดสอบ
๔	กระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลาดผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน

		- มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม			- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - ผลงานการค้นคว้าเพิ่มเติม
๕	กระบวนการตัดสินใจซื้อตลาดธุรกิจ	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงผล ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การถามตอบ - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๖	ส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	- ทำแบบทดสอบ เพิ่มทบทวน รายวิชา - บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- การทดสอบเพิ่ม การทบทวน - สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงผล ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๓/	ส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมาย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงผล ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การถามตอบ - การทำ แบบฝึกหัด เพิ่มเติม
๔	<b>สอบกลางภาค</b>				
๓	อิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา - ม อ บ ห ม า ย	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ การแสดงผล ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม

		แบบฝึกหัดเพิ่มเติม			ในการอภิปราย - การทำแบบฝึกหัดเพิ่มเติม
๑๐	ความแตกต่างส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - ชี้แจงความ คืบหน้าของงาน กลุ่มที่มอบหมาย - มอบหมาย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การทำ แบบฝึกหัด เพิ่มเติม
๑๑	กระบวนการทางจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๒	การวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๓	การวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)	- การอภิปราย ร่วมกันโดย ตัวอย่างงานวิจัย พฤติกรรมที่ซื้อ - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม

					ในการอภิปราย - ผลงานการค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๔	กรณีศึกษาด้านพฤติกรรมผู้ซื้อ	ร่วมกันอภิปรายเพิ่มเติม - สรุปผลและแนวทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย
๑๕	นำเสนอรายงานตามที่ได้มอบหมายให้ทำ # ๑	- นำเสนองานโดยปากเปล่า - ชักถามประเด็นสงสัย - สรุปผลและแนวทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - รูปแบบรายงาน - การนำเสนอ - การถามตอบ
๑๖	นำเสนอรายงานตามที่ได้มอบหมายให้ทำ # ๒	- นำเสนองานโดยปากเปล่า - ร่วมกันอภิปรายเพิ่มเติม - สรุปผลและแนวทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - รูปแบบรายงาน - การนำเสนอ - การถามตอบ
๑๗	<b>สอบปลายภาค</b>				

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๒	(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม (2) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม (3) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ (4) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (5) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑,๒.๓	(1) การทดสอบย่อย/การทำแบบฝึกหัด/ค้นคว้าเพิ่มเติม (2) การสอบกลางภาคเรียน (3) การสอบปลายภาคเรียน	๔,๙,๑๑,๑๖  ๘  ๑๓	๑๐  ๓๐  ๓๐
๓.๑,๓.๓	(๑) ประเมินผลจากการรายงานผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน (๒) ประเมินผลจากรายงานที่ได้มอบหมายให้ทำต่างๆและการนำเสนอ	๑๐  ๑๔,๑๕	๑๐  ๑๐

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) Brennan, R., McGrath, H., & Canning, L. (2024). Business-to-business marketing.
- ๒) Montejó, A. M. D. (2013). Business to Business market segmentation. *Valparaiso, Chile: Pontificia Catholic University of Valparaiso, School of Economic and Administrative Sciences.*
- ๓) ชูชัย สมितिโกร. (๒๕๖๒). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ๔) ตำราด้าน Consumer Behavior and Buying Behavior ต่างๆ

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ตามที่มอบหมายให้ทำ

## หมวดที่ ๓/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร

๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา

๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้

### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อาทิความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ

๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนที่ผู้สอนกำหนดไว้

๒.๓ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

### ๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ จากผลการประเมินในข้อ 2 ผู้สอนนำข้อเสนอแนะมารวบรวมประเด็นที่ต้องปรับปรุง อาทิ เช่น จุดด้อยหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น

๓.๓ ศึกษาเทคนิคการสอนใหม่ๆ ที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในห้องเรียน

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ พิจารณาจากคุณภาพของงานกลุ่มและกรณีศึกษาที่ได้นำเสนอในชั้นเรียนและตลอดภาคเรียน

๔.๒ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างจากหลักการและทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา

### ๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ จากข้อมูลที่สรุปแนวคิดและ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้น

๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยนำมาปรับเพิ่มในเนื้อหาให้มีความทันสมัย

๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา นำสิ่งที่ปรับปรุงไปใช้ นำกลับมาทบทวน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรม

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)  
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	๑. คุณธรรม และ จริยธรรม			๒. ความรู้			๓. ทักษะทางปัญญา			๔. ทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล และความรับผิดชอบ			๕. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓
MKT ๑๒๐๗/ พฤติกรรมการซื้อ	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○