รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา : DMK2302 **รายวิชา** : พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลลูกค้าเชิงลึก

สาขาวิชา นวัตกรรมการจัดการ **คณะ** วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ **มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**

ภาคการศึกษา ๒ **ปีการศึกษา** ๒๕๖๘

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	DMK2302
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลลูกค้าเชิงลึก
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Consumer Behavior and Customer Insights

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาแกน

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ภัสรา สิริกมลศิลป์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ภัสรา สิริกมลศิลป์

๕. สถานที่ติดต่อ อาคาร ๓๗ ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๓

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๘ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๖๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี)ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน อาคาร ๓๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด วันที่ ๑ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๘

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

รายวิชานี้มุ่งเน้นเพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล สามารถวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าและนำข้อมูลเชิงลึกไปใช้ในการวางแผนการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๑. อธิบายแนวคิดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งในระดับบุคคลและองค์กร
๒. วิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อและบทบาทของข้อมูลลูกค้าเชิงลึกในการตลาดดิจิทัล
๓. ประยุกต์ใช้เครื่องมือและเทคนิคในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เช่น Social Listening และ Consumer Insights
๔. พัฒนาแนวทางการสื่อสารและกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอาศัยข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

พฤติกรรมของผู้บริโภค ความแตกต่างของผู้บริโภคและลูกค้า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มานุษยวิทยาที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งบุคคลและหน่วยธุรกิจ การวิจัยทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้น การนำข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคมาใช้เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการค้นหาข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า การวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า การใช้เครื่องมือฟังเสียงสื่อสังคมออนไลน์ การวางแผนการใช้สื่อและการนำข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าไปพัฒนาสินค้าและบริการ

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๑๕ ครั้ง/1ภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา	ไม่มี	๓ ชั่วโมง /สัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น *๑ ชั่วโมง / สัปดาห์*)
๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ชั้น๔ อาคาร ๓๗ วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๙-๖๙๖-๖๑๑๘
๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) patsara.si@ssru.ac.th
๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)
๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) http://www.teacher.ssru.ac.th/patsara_si

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- O (๑) ใช้ดุลยพินิจ ค่านิยม ความมีเหตุผล และกฎเกณฑ์ทางสังคม
- O (๒) มีวินัย มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต เสียสละ
- O (๓) มีจิตสำนึกและมีมโนธรรมที่จะแยกความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- O (๔) สามารถทำงานเป็นทีม รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุ**ษย์**

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) กำหนดกฎ กติกาในการเรียนการสอน พร้อมแจ้งให้ผู้เรียนทราบ อาทิการเข้าชั้นเรียน การแต่งกาย และพฤติกรรมในขณะเรียน

(๒) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับการบริหารทรัพยการมนุษย์โดยสอดแทรกด้านคุณธรรม จริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

(๓) ให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติการแสดงออกซึ่งการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม โดยมีการจำลองสถานการณ์จริง

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการเรียนการมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบในภาระงานต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

(๒) พฤติกรรมการแต่งกาย การปฏิบัติตนในที่สาธารณชนอย่างเหมาะสม

(๓) พฤติกรรมการปรับตัวให้เข้ากับสังคม การสำรวม การให้เกียรติตนเอง และผู้อื่น

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- ● (๑) มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานต่อการดำเนินชีวิตและที่จำเป็นสำหรับการเรียน ด้านบริหารธุรกิจ
- ● (๒) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจรวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน
- O (๓) มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในกฎระเบียบ ข้อบังคับหรือสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานและศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ
- O (๔) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการจัดสัมมนา

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมในการเรียนการสอนของผู้เรียนรายบุคคล

(๒) การจัดกิจกรรมตามสถานการณ์ที่ผู้สอนสมมติขึ้น โดยประเมินเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม

(๓) จัดการเรียนการสอนด้านเนื้อหาการจัดสัมมนา และสอบปลายภาคโดยเน้นด้านเนื้อหาการจัดสัมมนาทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งที่ผู้เรียนได้รับจากการทำกิจกรรมจากงานที่ได้รับมอบหมาย

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมในการเรียนการสอนของผู้เรียนรายบุคคล

(๒) การจัดกิจกรรมตามสถานการณ์ที่ผู้สอนสมมติขึ้น โดยประเมินเป็นรายบุคคลและรายกลุ่ม

(๓) สอบปลายภาคโดยเน้นด้านกระบวนการจัดสัมมนาทรัพยากรมนุษย์ และข้อสอบ จากการทำกิจกรรมจากงานที่ได้รับมอบหมายและเนื้อหาการเรียนรู้

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

O (๑) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศเพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา

O (๒) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการ ความรู้และประสบการณ์ในสาขาวิชาที่ศึกษา

O (๓) ใช้ทักษะทางวิชาการอย่างถ่องแท้ ในการคิดค้น วิเคราะห์และตัดสินใจเลือกทางเลือกใหม่

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) อธิบาย บรรยายหลักการสัมมนาบริหารทรัพยกรมนุษย์ โดยยึดหลักการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

(๒) วิเคราะห์ กรณีศึกษาประเด็นปัญหาการให้บริการจากประสบการณ์ของผู้สอนและผู้เรียน

(๓) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ทักษะทางปัญญาอย่างเต็มศักยภาพ และให้เป็นที่ประจักษ์แก่เพื่อนสมาชิก

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทุกกิจกรรมในการเรียนการสอนของผู้เรียนรายบุคคล

(๒) ทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าตามบทบาทสมมติ โดยประเมินเป็น รายบุคคล และรายกลุ่ม

(๓) ทดสอบกลางภาค และปลายภาคโดยเน้นด้านทักษะในการประยุกต์หลักการจัดสัมมนามาผนวกกับสิ่งที่ผู้เรียนได้รับจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

O (๑) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม ตามบทบาทที่เหมาะสมในการทำงาน

● (๒) มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์

O (๓) มีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาตนเองและสังคม

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานให้ทำกิจกรรมกลุ่มที่แสดงออกถึงพฤติกรม และบุคลิกภาพของนักศึกษา

(๒) แนะนำแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม

(๓) ให้ข้อเสนอแนะในการนำเสนอความก้าวหน้าของงาน เป็นรายกลุ่ม

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินตนเองสมาชิกในกลุ่ม และต่างกลุ่ม

(๒) พิจารณาความก้าวหน้าของงาน และการนำเสนอตลอดจนพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

(๓) ภาพรวมการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบของกลุ่มจากกิจกรรมที่กำหนดให้ และบทบาทสมมติที่นักศึกษาได้แสดงออกให้เป็นที่ประจักษ์

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

O (๑) เลือกและประยุกต์หลักคณิตศาสตร์และเทคนิคทางสถิติ

● (๒) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

O (๓) ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์ และจากเอกสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสำนักวิทยบริการ

(๒) ฝึกวิเคราะห์สภาพปัญหา และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์

(๓) นำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) สังเกตพฤติกรรมในการสื่อสารทั้งการพูด การฟังและการเขียน

(๒) ตรวจสอบความเหมาะสมในการเลือกใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

(๓) ตรวจผลงาน

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ O หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทนำพฤติกรรมผู้บริโภค	๓	- ชี้แจงแนวการเรียนการสอน - ชี้แจงการวัดและการประเมินผล	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๒	ความแตกต่างระหว่างลูกค้า vs ผู้บริโภค	๓	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๓-๔	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	๖	โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๕	ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	๓	โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๖-๗	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	๖	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๘	**สอบกลางภาค**			
๙	ผู้บริโภคยุคดิจิทัล & Persona	๓	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๐	Customer Journey & Touchpoints	๓	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๑	Consumer Insights	๓	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๒-๑๓	การวิจัยผู้บริโภคเบื้องต้น	๖	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๔	Social Listening	๓	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๕	การใช้ข้อมูลเพื่อวางกลยุทธ์	๖	บรรยาย อภิปราย โดยใช้สื่อ Power Point และเอกสารประกอบการสอน	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์
๑๖	นำเสนอ Project	๓	สัมมนา อภิปราย โครงงาน การนำเสนอกลุ่ม	อ.ภัสรา สิริกมลศิลป์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๗	**สัปดาห์การสอบปลายภาค**			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
๑.คุณธรรม จริยธรรรม ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	๑. การเข้าชั้นเรียน ๒. การมีส่วนร่วม การซักถาม การแสดงความคิดเห็น ๓. การทำงานเป็นทีม ๔. การส่งงานตามกำหนด	ตลอดภาคเรียน	๑๐%
๒. ความรู้	๑. การสอบกลางภาค ๒. การสอบปลายภาค	๘ ๑๗	๓๐% ๓๐%
๓. ทักษะทางปัญญา	๑. กิจกรรมโครงงาน	ตลอดภาคเรียน	๓๐%
๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา			
๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี			

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑. เอกสารประกอบการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน
๒. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
๓. Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior*. Pearson.
๔. Chaffey, D. (2019). *Digital marketing*. Pearson.
๕. Wedel, M., & Kamakura, W. (2012). *Market segmentation*. Springer.

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

หนังสือเกี่ยวกับการจัดสัมมนา, การประชุม, บทบาทเลขานุการ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลรายวิชานี้จัดทำโดยนักศึกษาจากการจัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาดังนี้

- การตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชา
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ให้ข้อเสนอแนะผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามที่ผู้สอนทำเป็นช่องทางสื่อสารกับนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอนมีกลยุทธ์ดังนี้

- ระดับผลการเรียนของนักศึกษา
- การทวนสอบผลการประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

เมื่อได้ผลการประเมินการสอนเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้น โดยปรับปรุงเนื้อหาที่สอน วิธีการวัดผลและประเมินผล

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- ในระหว่างกระบวนการเรียนการสอนมีการทดสอบผลสัมฤทธิ์ในผลการเรียนรู้ที่วัด
- ในการสอบปลายภาคให้มีการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่สำคัญอีกครั้ง
- ความถูกต้องของรายงานที่จัดทำ
- การตรวจผลงานให้มีการสุ่มสัมภาษณ์เพื่อประสิทธิผล

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

สาขาวิชากำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวน ปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอน จากผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา พร้อมทั้งได้มีการวางแผนปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้นดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาอย่างน้อยทุก ๕ ปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์
- เปลี่ยนหรือจัดการเรียนการสอนเป็นทีม หรือแบ่งหัวข้อรับผิดชอบ

****

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม				ความรู้				ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			ทักษะด้านอื่น ๆ
	● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง																	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	
DMK2302 พฤติกรรมผู้บริโภคและข้อมูลลูกค้าเชิงลึก	○	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	●	○	○	●	○	