



## รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT๔๒๐๔ รายวิชา การตลาดระดับโลก

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT๔๒๐๔  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การตลาดระดับโลก  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Global Marketing

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๓-๐-๖)

#### ๓. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (section)

๓.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส  
๓.๒ อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส กลุ่มเรียน ๐๐๑ ๐๐๒ ๐๐๓ และ๐๐๔

#### ๔. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา .....๒/๒๕๖๔.....

#### ๕. สถานที่เรียน อาคาร ๕๖ และอาคาร ๕๗ คณะวิทยาการจัดการ

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๓  
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๑๖๐ คน

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

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

#### ๙. สถานที่ติดต่อ ห้องพักอาจารย์ชั้น ๒ ห้อง ๕๓/๒๒ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา e-mail: [supattra.ka@ssru.ac.th](mailto:supattra.ka@ssru.ac.th) (ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินาส)

#### ๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๒๕ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (๑) มีความรู้ความเข้าใจการบริหารการตลาดระดับโลก
- (๒) สามารถทำการวางแผนการตลาดระดับโลกด้วยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดระดับโลก
- (๓) สามารถใช้วิธีการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- (๔) มีทักษะในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดระดับโลกสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดระดับโลก
- (๕) มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ความละเอียดรอบคอบ และมีภาวะผู้นำ

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- (๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้เพื่อเป็นการค้นหาข้อมูลข่าวสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ได้ง่าย และประยุกต์กับการใช้งานได้รวดเร็ว
- (๒) บูรณาการการวิจัยการตลาดต่างๆ และนำเอาบทความเชิงวิชาการด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดระดับโลกให้มีความทันสมัยต่อการเรียนการสอนยุคใหม่ด้านการตลาดเชิงบริหารธุรกิจ

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎีการจัดการการตลาดระดับโลก การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และการเลือกตลาดเป้าหมาย รูปแบบการประกอบการการตลาดระดับโลก การวิเคราะห์และประเมินผลสภาพแวดล้อมทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด และกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดโลก เขตการค้าเสรี ข้อกำหนดและกฎเกณฑ์การค้าระหว่างประเทศ การจัดการการตลาดระดับโลก เอกสารการค้าระหว่างประเทศ จริยธรรมนักการตลาดระดับโลก

Concepts and theories of global marketing management; Study of consumer behavior and market targeting; Models of global marketing operations; Analysis and assessment of marketing environments; Marketing mix strategy and strategies for entering into a global market; Free trade area; Regulations and rules for international trade; Global marketing management; Documents related to international trade; Ethics for global marketers

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕×๓=๔๕)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	-	๖ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕×๖=๙๐)

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

- (๑) ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน : คณะวิทยาการจัดการ ชั้น ๒ ห้อง ๕๓๒๒
- (๒) ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ ๐๙๕๓๕๔๕๙๕๓๙
- (๓) ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) : supattra.ka@ssru.ac.th
- (๔) ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)
- (๕) ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web-board) : <https://ssrudlp.ssru.ac.th/>

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต และมีจิตอาสา

๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### ๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือไม่คัดลอกผลงานผู้อื่น ตลอดจนละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำความดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตามครรลองครองธรรม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม

๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

### ๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนหลากหลายรูปแบบ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และเน้นหลักการทางทฤษฎี และการประยุกต์ใช้ทางการปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงโดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชา ตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่อง ตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) การทดสอบย่อย
- ๒) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- ๓) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
- ๔) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- ๕) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

## ๓. ทักษะทางปัญญา

### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- ๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- ๓) สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และวิจารณญาณ ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

### ๓.๒ วิธีการสอน

ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่าย และเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา มีการจัดการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่ม การทำกรณีศึกษา และการจัดทำโครงการ เป็นต้น รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา
- ๒) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและ

เอกสารรายงาน

## ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- ๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

### ๔.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาซึ่งนักศึกษาต้องทำงานเป็นกลุ่ม และมีหัวหน้ากลุ่มในการทำ รายงานตลอดจนนำเสนอรายงานเพื่อเป็นการฝึกภาวะผู้นำและการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ดี โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นทีม ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการ นำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน

๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- ๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๓) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

#### ๕.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาต่างๆ โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์ หรือกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง โดยนำเทคโนโลยีและสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาและ นำเสนอรายงานที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

๑) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีและสารสนเทศ รวมถึงเทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง มา ประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมาย

๒) ประเมินด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมานำเสนอและอภิปรายในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

## ๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
๑	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดระดับโลก	- ชี้แจงรายละเอียดรายวิชา งานที่มอบหมายและ การประเมินผล - บรรยายเนื้อหาหารายวิชา - เปิดโอกาสให้ซักถาม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน
๒	การวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดระดับโลก (สภาพแวดล้อมทางการตลาดระดับโลกด้านเศรษฐกิจ, สังคม และวัฒนธรรม, เทคโนโลยีและข้อมูล)	-บรรยายเนื้อหาหารายวิชา -ร่วมกันอภิปรายสภาพแวดล้อมตลาดระดับโลกในประเด็นต่างๆ -มอบหมายแบบฝึกหัดเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๓	การวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาดระดับโลก (สภาพแวดล้อมทางการตลาดระดับโลกด้านการเมือง, กฎหมาย, การเงิน)	-บรรยายเนื้อหาหารายวิชา -ร่วมกันอภิปรายสภาพแวดล้อมตลาดระดับโลกในประเด็นต่างๆ -มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๔	พฤติกรรมผู้บริโภคและการเลือกตลาดเป้าหมาย	-บรรยายเนื้อหาหารายวิชา -มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับการตลาดระดับโลกในยุคดิจิทัล	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การทดสอบ - งานที่

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
					มอบหมาย
๕	กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดระดับโลก	-บรรยายเนื้อหาทฤษฎี -ร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษา กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดขององค์กรตัวอย่าง -มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๖	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการตลาดระดับโลก	-บรรยายเนื้อหาทฤษฎี -ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ระดับโลกขององค์กร -การทดสอบเพิ่มทบทวนบทเรียน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - การทดสอบ
๗	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - กลยุทธ์การกำหนดราคาในระดับโลก	-บรรยายเนื้อหาทฤษฎี -ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษากลยุทธ์ด้านราคาในระดับโลกขององค์กร	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย
๘	<b>สอบกลางภาค</b>				
๙	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - ช่องทางการจัดจำหน่ายระดับโลก	-บรรยายเนื้อหาทฤษฎี -ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษากลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายระดับโลกขององค์กร -มอบหมายการค้นคว้า	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
		เพิ่มเติม			อภิปราย - งานที่มอบหมาย
๑๐	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - การกระจายตัวสินค้าและการขนย้ายระดับโลก	- บรรยายเนื้อหาทฤษฎี - ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษาการกระจายสินค้าค้าระดับโลกขององค์กร - มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๑๑	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์	- บรรยายเนื้อหาทฤษฎี - ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษากลยุทธ์การโฆษณาระดับโลกขององค์กร - มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๑๒	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด - การขายโดยพนักงานและการตลาดทางตรง	- บรรยายเนื้อหาทฤษฎี - ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษากลยุทธ์การตลาดทางตรงระดับโลกขององค์กร - มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขายโดยพนักงาน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๑๓	การวางแผนการตลาดระดับโลก	- บรรยายเนื้อหาทฤษฎี - ยกตัวอย่างและร่วมกัน	การจัดการเรียนการสอน	File PDF Youtube	- สั ง เ ก ต พฤติกรรม และ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
		อภิปรายกรณีศึกษาเกี่ยวกับแผนการตลาดระดับโลกขององค์กร -การทดสอบเพื่อทบทวนบทเรียน	สอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)		การแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - การทดสอบ
๑๔	การจัดองค์ประกอบการตลาดระดับโลกและจริยธรรมนักการตลาดระดับโลก	-บรรยายเนื้อหาทฤษฎี -ยกตัวอย่างและร่วมกันอภิปรายกรณีศึกษาเกี่ยวกับจริยธรรมสำหรับนักการตลาดระดับโลก -มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๑๕-๑๖	นำเสนอผลงานกลุ่ม	-ให้นักศึกษานำเสนอผลงานด้วยปากเปล่า -ตอบข้อซักถาม -สรุปผลและแนวทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	ประสิทธิภาพของผลงาน ความตั้งใจและความพร้อมในการนำเสนอ
๑๓/	<b>สอบปลายภาค</b>				

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๒	๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม ๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม ๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑	๑) สอบกลางภาค ๒) สอบปลายภาค	๘ ๑๗	๓๐ ๓๐
๓.๑, ๓.๒	๑) ประเมินจากวิเคราะห์กรณีศึกษาของนักศึกษา ๒) ประเมินจากการเสนอแผนการตลาดระดับโลก	๖,๗,๑๕,๑๖	๒๐
๔.๒,๔.๓	๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน ๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมปฏิบัติงานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย	๑๕,๑๖	๕
๕.๒, ๕.๓	๑) ประเมินจากการนำเทคโนโลยีและสารสนเทศ มาประยุกต์ใช้ ในการแก้ปัญหาในงานที่ได้รับมอบหมาย การนำเสนอและอภิปรายในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม	๔, ๖,๗,๑๕,๑๖	๕

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑.๑ สุพัตรา กาญจนินภาส. ๒๕๖๘. การตลาดระดับโลก. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ

๑.๒ Hollensen, S. 2020. Global Marketing, 8<sup>th</sup> ed. New York: Pearson.

## ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Gillespie, K. & Swan, K. S. 2022. Global Marketing. 5<sup>th</sup> ed. New York: Routledge.

## ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๓.๑ Power Point ในบทเรียนต่างๆ พร้อมรูปภาพประกอบ

๓.๒ โครงสร้างการวิเคราะห์กรณีศึกษาการตลาดต่างๆ

๓.๓ ผลการวิจัยและบทความด้านการตลาดเชิงธุรกิจต่างๆ

๓.๔ กรณีศึกษาการตลาดจากองค์กรธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

## หมวดที่ ๓/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร

๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา

๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้งานในทางปฏิบัติ

### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม เช่น ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ

๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนที่ผู้สอนกำหนดไว้

๒.๓ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

### ๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ จากผลการประเมินในข้อ ๒ โดยผู้สอนจะนำข้อเสนอแนะต่างๆ มารวบรวมประเด็นที่จะต้องทำการปรับปรุงซึ่งเป็นถือว่่าเป็นจุดด้อยหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะนำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนในครั้งต่อไป

๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น

๓.๓ ศึกษาเทคนิคระบบการเรียนการสอนใหม่ๆ ที่สามารถจะปรับเปลี่ยนให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของคณะ

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(๔.๑) ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน และคณะกรรมการประเมินข้อสอบประจำสาขาวิชา

(๔.๒) พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่ได้นำเสนอในชั้นเรียนตลอดทั้งภาคเรียน

(๔.๓) ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นและการตอบคำถามที่สอดคล้องต่างๆ ภายใต้อาจารย์ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิธีการตลาดเชิงธุรกิจ

(๔.๔) ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของรายวิชา

#### ๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ จากข้อมูล ๑-๔ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้นไป

๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยนำมาปรับปรุงเพิ่มเติม และเสริมในส่วนของเนื้อหาทางการตลาดเพื่อให้ความทันสมัยต่อไป

๕.๓ วางแผนและปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา โดยนำสิ่งที่จะต้องทำการปรับปรุงไปใช้ประโยชน์ โดย นำกลับ มาทบทวน พัฒนา และปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนไปสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมหรือสัมมนาในต่างๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนานักการตลาดและผู้ประกอบการ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

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

รายวิชา	1. คุณธรรม และ จริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓
MKT4204 การตลาดระดับโลก	○	●	○	●	○	○	●	○	●	●	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ