



## รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT๔๓๐๕ รายวิชา การจัดการการตลาดลูกค้าสัมพันธ์

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT ๔๓๐๕  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การจัดการการตลาดลูกค้าสัมพันธ์  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Marketing Customer Relationship Management

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร. สุพัตรา กาญจนินภาส  
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ กาจปกรณ์ นิลอรุณ

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ ๕๓/๒๑ ชั้น ๒ อาคาร ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๒  
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๒๐๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน อาคาร ๕๖ และ อาจารย์ ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

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

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

(๑) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมาย ความสำคัญของตลาดสัมพันธ์ภาพ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๒) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวางแผนและดำเนินกระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในสถานการณ์ที่หลากหลายได้

(๓) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ผลกำไรจากการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

(๔) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถประเมินและอธิบายข้อดีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับความภักดีของลูกค้าได้

(๕) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถออกแบบและจัดกิจกรรมการตลาดสัมพันธ์และการประชาสัมพันธ์ รวมถึงนำระบบการตลาดสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้อย่างเหมาะสม

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

(๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564 และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

(๒) สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ และประยุกต์กับการวิเคราะห์และใช้งานได้รวดเร็ว

(๓) บูรณาการแนวความคิดการตลาดใหม่ นำผลการวิจัยการตลาด และนำเอาบทความเชิงวิชาการด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศประยุกต์ใช้กับการบริหารการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ยั่งยืนมากที่สุด

(๔) นำบทเรียนการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริงมาสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมใหม่ตามบริบทของการตลาดในสังคมไทยเชิงการบริหารงานธุรกิจ

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของตลาดสัมพันธ์ภาพ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า วิเคราะห์ผลกำไร เพื่อการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ รวมถึงการนำระบบการตลาดสัมพันธ์ ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงการจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์

Study on meanings and significance of relationship marketing and customer relationship management; Relationship development strategies; Customer relationship development process; Profit analysis for appropriate resource allocation; Relationship chain of satisfaction; Application of relationship marketing in the real situations; Marketing activities and public relations implementation

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาควิชา/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (๑๕x๓=๔๕)	สอนเสริมตาม สถานการณ์และความ ต้องการของนักศึกษา	-	๑๕ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

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

- (๑) ห้องพักอาจารย์ ๕๓๒๑ ชั้น ๒ อาคาร ๕๗ คณะวิทยาการจัดการ  
(๒) ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) - kardpakorn.ni@ssru.ac.th

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรมและจริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรมและจริยธรรมที่ต้องพัฒนา

○ ๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต และมีจิตอาสา

● ๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

○ ๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### ๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้น ต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือ ไม่คัดลอกผลงานผู้อื่น ตลอดจนละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และ จรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตนตาม ครรลองครองธรรม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม

๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

**๒. ความรู้****๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**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 รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ 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

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
๑	บทนำเกี่ยวกับตลาดสัมพันธ์ภาพและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - ความหมายของตลาดสัมพันธ์ภาพ, วิวัฒนาการของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์, ความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น	๑. แนะนำวิธีการเรียนการสอน วัตถุประสงค์ เป้าหมาย เนื้อหารายวิชา เกณฑ์การวัดผล และประเมินผล แหล่งข้อมูล ๒. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๓. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๔. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	สังเกต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน
๒	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - นิยามของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และความสำคัญต่อธุรกิจ, ประเภท, ความเชื่อมโยงของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์กับการตลาด, การขาย และการบริการ เป็นต้น	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - แบบฝึกหัด
๓	กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า - ระดับกลยุทธ์ ( Financial, Social , Structure Bonds) , ตัวอย่างกลยุทธ์ การ	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. ดูตัวอย่างกลยุทธ์ ๔. ร่วมอภิปรายกลุ่ม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
	สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจากธุรกิจจริง	๕. มอบหมายงานนอกชั้นเรียน			- การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - งานที่มอบหมาย
๔	กระบวนการสร้างและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. ตัวอย่าง Touchpoint ของธุรกิจจริงและให้เวิร์กช็อปง่ายๆ ๔. ให้ทำแบบทดสอบ	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - งานที่มอบหมาย - แบบทดสอบ
๕	การจัดการประสบการณ์และการเดินทางของลูกค้า (Customer Experience (CX) & Customer Journey)	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ตัวอย่างการสร้างประสบการณ์ลูกค้า ๓. มอบหมายให้ทำ Customer Journey Mapping ๔. นำเสนอชิ้นงาน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - งานที่มอบหมายและการนำเสนอ
๖	ข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - ประเภทของข้อมูลลูกค้า, ความสำคัญของข้อมูลสำหรับการจัดการความสัมพันธ์, เครื่องมือ	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. กิจกรรมในชั้นเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลลูกค้า ๔. มอบหมายแบบฝึกหัดนอกชั้นเรียน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - กิจกรรมในชั้นเรียนและงานที่มอบหมายนอกชั้นเรียน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
๓	การวิเคราะห์ผลกำไรลูกค้า - ความหมายและการคำนวณ CLV, การนำ CLV ไปใช้ตัดสินใจทางธุรกิจ, การจัดสรรทรัพยากรตามคุณค่าลูกค้า	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. แบบฝึกหัดคำนวณ CLV และร่วมอภิปรายเกี่ยวกับการนำไปใช้ในการตัดสินใจ ๔. มอบหมายแบบฝึกหัดนอกชั้นเรียน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - แบบฝึกหัดทั้งในและนอกชั้นเรียน
๔	<b>สอบกลางภาค</b>				
๕	ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ - แนวคิดความพึงพอใจลูกค้า, ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ, การวัดความพึงพอใจ, ความสัมพันธ์ความพึงพอใจ ความภักดีและการสนับสนุน (advocacy)	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. ทำกิจกรรมสร้างแผนเพิ่มความพึงพอใจ ๔. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - งานกิจกรรมในชั้นเรียน - แบบฝึกหัด
๑๐	การประยุกต์ใช้ CRM ในสถานการณ์จริง - การนำ CRM ไปใช้จริงในองค์กร, การวัดผลความสำเร็จ, กรณีศึกษา	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. ศึกษากรณีตัวอย่าง ๔. อภิปรายร่วมกันและสรุปความ	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการทำกรณีศึกษาและร่วมอภิปราย

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
๑๑	การประยุกต์ใช้ CRM ในสถานการณ์จริง (ต่อ) - กรณีศึกษา	๑. วิเคราะห์กรณีตัวอย่าง ๒. อภิปรายร่วมกันและสรุปความ-มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการ อภิปราย
๑๒	การจัดกิจกรรมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ - ประเภทกิจกรรมทางการตลาด, การออกแบบกิจกรรม, การสร้าง Engagement, การประชาสัมพันธ์	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. วิเคราะห์ตัวอย่างกิจกรรมทางการตลาด ๔. มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วนร่วมในการทำ กิจกรรมและ ร่วมอภิปราย - งานที่ มอบหมาย
๑๓	จริยธรรม การคุ้มครองข้อมูล และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย ๓. วิเคราะห์ตัวอย่างในประเด็นการละเมิดข้อมูล ๔. ร่วมอภิปราย	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา - การมีส่วนร่วม ในกิจกรรม และร่วม อภิปราย
๑๔	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในยุคดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย	๑. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปราย ๒. ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid	PowerPoint File PDF Youtube	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	โปรแกรม/วิธีการสอน	การจัดการเนื้อหาและสื่อการเรียนการสอน	การวัดผล
	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในบริบทดิจิทัล, การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการสร้างความสัมพันธ์, Social Listening	๓. กิจกรรมวางแผนโต้ตอบกับลูกค้าบนโซเชียลมีเดีย ๔. ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	Onsite, Online, On Demand)		- การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชั้นเรียน - แบบฝึกหัด
๑๕-๑๖	นำเสนอผลงานกลุ่ม	๑. นำเสนอกลุ่ม ๒. มีการใช้สื่อและเทคโนโลยีสนับสนุน ๓. มีบุคลิกภาพ ตามความเหมาะสม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Onsite, Online, On Demand)	PowerPoint File PDF	ประสิทธิภาพของผลงาน ความตั้งใจและความพร้อมในการนำเสนอ
๑๗	<b>สอบปลายภาค</b>				

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมินผล )

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑ ๑.๒	๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม ๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม ๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑ ๒.๒	๑) สอบกลางภาค ๒) สอบปลายภาค	๘ ๑๓	๓๐ ๓๐
๓.๑, ๓.๒	๑) ประเมินการบูรณาการความรู้ ๒) ประเมินจากทักษะการคิดของนักศึกษา ๓) ประเมินจากการนำเสนอการอภิปรายกลุ่ม	๑๖	๒๐
๔.๑	๑) ประเมินความรับผิดชอบต่องานที่มอบหมาย ๒) ประเมินผลจากการเข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่ม	๑๖	๕
๕.๒	๑) ประเมินผลจากความสามารถการค้นคว้าโดยใช้เทคโนโลยีทางการศึกษา ๒) ประเมินผลด้านความสามารถในการสื่อสารผ่านการอภิปรายกลุ่มและการนำเสนองานที่มอบ	๑๖	๕

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑.๑ Pearce, M. (2021). Customer Relationship Management: How to Develop and Execute a CRM Strategy. Business Expert Press. ISBN: 9781953349644..

๑.๒ ธีรพล ม่วงท่า. 2024. Customer Relationship Marketing การตลาดแบบใส่ใจ ลูกค้าใหม่เพิ่ม ลูกค้าเดิมบอก  
ต่อ. Shortcut.

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๒.๑ Prior, D. D., Buttle, F., & Maklan, S. (2024). Customer relationship management: Concepts, applications and technologies (5th ed.). Routledge.

๒.๒ Chakravorti, S. (2023). Customer Relationship Management: A Global Approach. Sage Publications Ltd.

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๓.๑ Power Point ในบทเรียนต่างๆ พร้อมรูปภาพประกอบ

๓.๒ แผนการตลาดต่างๆ

๓.๓ ผลการวิจัยและบทความด้านการตลาดเชิงธุรกิจต่างๆ

๓.๔ กรณีศึกษาการตลาดจากองค์กรธุรกิจในประเทศไทยและต่างประเทศ

๓.๕ Youtube

๓.๖ Website ขององค์กรธุรกิจ

## หมวดที่ ๗ 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 2 โดยผู้สอนจะนำข้อเสนอแนะต่างๆ มารวบรวมประเด็นที่จะต้องทำการปรับปรุงซึ่งเป็นที่ถือว่าเป็นจุดด้อยหรืออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อจะนำไปใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอนในครั้งต่อไป

๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น

๓.๓ ศึกษาเทคนิคระบบการเรียนการสอนใหม่ๆ ที่สามารถจะปรับเปลี่ยนให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของคณะ

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนการสอนรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน และคณะกรรมการประเมินข้อสอบประจำสาขาวิชา

๔.๒ พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่ได้นำเสนอในชั้นเรียนตลอดทั้งภาคเรียน

๔.๓ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นและการตอบคำถามที่สอดคล้องต่างๆ ภายใต้อัตลักษณ์ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิธีการตลาดเชิงธุรกิจ

๔.๔ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชา และวัตถุประสงค์ของรายวิชา

### ๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑ จากข้อมูล ๑-๔ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้นไป

๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยนำมาปรับปรุงเพิ่มเติม และเสริมในส่วนของเนื้อหาทางการตลาดเพื่อให้มีความทันสมัยต่อไป

๕.๓ วางแผนและปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา โดยนำสิ่งที่ต้องทำการปรับปรุงไปใช้ประโยชน์ โดยนำกลับมาทบทวน พัฒนา และปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนไปสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมหรือสัมมนาในต่างๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนานักการตลาดและผู้ประกอบการ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

## ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			ทักษะด้านอื่น ๆ
	●ความรับผิดชอบหลัก			○ความรับผิดชอบรอง												
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	
รหัสวิชา MKT ๔๓๐๕ ชื่อรายวิชา (การจัดการการตลาดลูกค้าสัมพันธ์ (Marketing Customer Relationship Management))	○	●	○	●	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ