



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๑๒๐๗ รายวิชา พฤติกรรมการซื้อ

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะวิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT๑๒๐๗
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. ขนิษฐา เศษคิมบง
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ ดร. ขนิษฐา เศษคิมบง

๕. สถานที่ติดต่อ อาจารย์ ดร. ขนิษฐา เศษคิมบง ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๓ อาคาร ๕๖๓๑ คณะวิทยาการจัดการ

E – Mail: kanittha.se@ssru.ac.th โทร. ๐๘๐ ๗๕๓๔๗๗๗

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๘ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ประมาณ - คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) หลักการตลาด

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๙ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๘

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (๑) เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริหารทางการตลาด (ความรู้)
- (๒) เพื่อเข้าใจบทบาทการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ 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 ดร. ชนิษฐา เศษคิมบง ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๓ อาคาร ๕๖๓๑

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ ๐๘๐ ๗๕๓๔๗๗๗

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)

E – Mail: kanittha.se@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 มีการศึกษาประกอบบทเรียน 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 และปฏิบัติตามครรลองครองธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม

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

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

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

๒.๒ วิธีการสอน

ใช้รูปแบบการเรียนการสอนแบบหลากหลายช่องทาง การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นำเอาหลักการทฤษฎีสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในรายวิชาต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติตามสภาพแวดล้อมจริง ตามการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย ธรรมชาติ และเทคโนโลยี เพื่อให้เป็นไปตามคุณลักษณะของรายวิชา จุดมุ่งเน้น และตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ และอาจให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงาน 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) ประเมินผลจากรายงานผลและการอภิปรายปัญหาจากกรณีศึกษา 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

สัปดาห์ 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	- สังเกต พฤติกรรม และ การแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - ผลงาน การ 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	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การถามตอบ - ก า ร ท า 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	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การทำ แบบทดสอบ
๔	กระบวนการตัดสินใจซื้อ ตลาดผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา - มอบหมายการ	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ

		ค้นคว้าเพิ่มเติม			ค้นคว้าเพิ่มเติม
๕	กระบวนการตัดสินใจซื้อตลาดธุรกิจ	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - การถามตอบ - ผลงานการค้นคว้าเพิ่มเติม
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 - สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - ผลงานการค้นคว้าเพิ่มเติม
๗	ส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ)	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - มอบหมาย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - การถามตอบ - การทำ แบบฝึกหัด เพิ่มเติม
๘	สอบกลางภาค				
๙	อิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - การอภิปราย ร่วมกันโดยใช้ กรณีศึกษา - มอบหมาย แบบฝึกหัด เพิ่มเติม	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน - การมีส่วนร่วมในการอภิปราย - การทำ แบบฝึกหัด เพิ่มเติม
๑๐	ความแตกต่างส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค	- บรรยายเนื้อหา รายวิชา - ชี้แจงความ	การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	- สังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในชั้นเรียน

		คืบหน้าของงาน กลุ่มที่มอบหมาย - ม อ บ ห ม า ย แ บ บ ผี ก หั ด เพิ่มเติม	On Demand)	๔. QBIZZ	- การทำ แบบฝึกหัด เพิ่มเติม
๑๑	กระบวนการทางจิตวิทยา และพฤติกรรมผู้บริโภค	- 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	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๒	การวิจัยด้านพฤติกรรม ผู้บริโภค	- 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	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๓	การวิจัยด้านพฤติกรรม ผู้บริโภค (ต่อ)	- การอภิปราย ร่ว ม กั น โด ย ตัวอย่งงานวิจัย พฤติกรรมการณ์ซื้อ - มอบหมายการ ค้นคว้าเพิ่มเติม	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย - ผลงานการ ค้นคว้าเพิ่มเติม
๑๔	กรณีศึกษาด้านพฤติกรรมผู้ ซื้อ	ร่วมกันอภิปราย เพิ่มเติม - สรุปผลและแนว ทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - การมีส่วนร่วม ในการอภิปราย
๑๕	นำเสนอรายงานตามที่ได้ มอบหมายให้ทำ # ๑	- นำเสนองานโดย ปากเปล่า	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid	สื่อการสอน ๑. PowerPoint	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก

		- ชักถามประเด็น สงสัย - สรุปผลและแนว ทางการแก้ไข	(Onsite, Online, On Demand)	๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - รูปแบบรายงาน - การนำเสนอ - การถามตอบ
๑๖	นำเสนอรายงานตามที่ได้ มอบหมายให้ทำ # ๒	- นำเสนองานโดย ปากเปล่า - ร่วมกันอภิปราย เพิ่มเติม - สรุปผลและแนว ทางการแก้ไข	การจัดการเรียนการ สอนแบบ Hybrid (Onsite, Online, On Demand)	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip ๔. QBIZZ	- สังเกตพฤติกรรม และการแสดงออก ของนักศึกษาใน ชั้นเรียน - รูปแบบรายงาน - การนำเสนอ - การถามตอบ
๑๗	สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑.๒	(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้า ชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่ มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม (2) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของ นักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม (3) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ (4) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย (5) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็น ของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑,๒.๓	(1) การทดสอบย่อย/การทำแบบฝึกหัด/ค้นคว้า เพิ่มเติม (2) การสอบกลางภาคเรียน (3) การสอบปลายภาคเรียน	๔,๙,๑๑,๑๖ ๘ ๑๗	๑๐ ๓๐ ๓๐
๓.๑,๓.๓	(๑) ประเมินผลจากการรายงานผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษา โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและ เอกสารรายงาน	๑๐	๑๐

	(๒) ประเมินผลจากรายงานที่ได้มอบหมายให้ทำ ต่างๆและการนำเสนอ	๑๔,๑๕	๑๐
--	---	-------	----

หมวดที่ ๖ ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) ตำราด้าน Consumer Behavior and Buying Behavior ต่างๆ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑ อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร

๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา

๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อาทิความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

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 การวัดผล การเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา

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. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓
MKT ๑๒๐๗ พฤติกรรมการซื้อ	○	●	○	●	○	●	●	○	●	○	○	○	○	○	○