รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)
รหัสวิชา DAD๕๓๐๖ รายวิชา การตลาดสำหรับการบริหารพัฒนา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) (Master of Arts Program in Development Administration)
โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๙

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	DAD๕๓๐๖
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	**การตลาดสำหรับการบริหารพัฒนา**
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing for Development Management

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓(๓-๐-๙) หน่วยกิต

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	-

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

๕. สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อาคาร ๓๑ ชั้น ๓

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน รุ่น ๖๘๒, ๖๘๓ และ ๖๙๑

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๙

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) -
๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) (ถ้ามี) -
๙. สถานที่เรียน อาคาร ๓๑ ชั้น ๓ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๘ เดือน กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๙

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑) เพื่อให้มีแนวคิด การวิเคราะห์ตัวแปรทางการตลาด หลักการตลาด

๒) เพื่อให้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด การวางแผน และการฝึกฝนทางด้านการตลาดภาครัฐ และภาคเอกชน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๑) เพื่อให้มีความรู้และสามารถในการวิเคระห์ สังเคราะห์กรณีตัวอย่างศึกษา สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้

๒) เพื่อให้มีความรู้ด้านกลยุทธ์ในเทคนิคการวิเคราะห์และหลักการตลาด เพื่อความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด การวางแผน และการฝึกฝนทางด้านการตลาดภาครัฐ และภาคเอกชน

๓) เพื่อให้มีความรู้ รวมถึงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การรับผิดชอบต่อสังคม การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการลูกค้า กรณีศึกษาการตลาดสำหรับการบริหารการพัฒนา

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

การวิเคราะห์ตัวแปรทางการตลาด หลักการตลาด เพื่อความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด การวางแผน และการฝึกฝนทางด้านการตลาดภาครัฐ และภาคเอกชน รวมถึงการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การรับผิดชอบต่อสังคม การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการลูกค้า กรณีศึกษาการตลาดสำหรับการบริหารการพัฒนา

Analysis of marketing variables; marketing principles for marketing understanding, marketing planning, and training for public and private sectors; customer service management; social responsibility; facilitation on product assessment and customer services; case study on marketing for public and private sectors.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓๙ ชม.	๓ ชม.	๖ ชม.	๒ ชม.

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๑) อาจารย์ประจำวิชา ให้คำปรึกษาผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

๒) อาจารย์ประจำวิชาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มเฉพาะรายที่มีความต้องการ ๑ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา อาคาร ๓๑ ชั้น ๓ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน ๐๖๑-๒๒๓-๒๘๙๘

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) praiporn.sa@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) Praiporn Saengchan

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Line) ๐๖๑๒๒๓๒๘๙๘

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑.คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ส่งเสริมให้นักศึกษามีคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างมีความสุขและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม การจัดการเรียนการสอนในแต่ละวิชา อาจารย์ต้องพยายามสอดแทรกเรื่องที่เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรมไปพร้อมกับวิทยาการต่าง ๆ ที่ศึกษา อย่างน้อย ๗ ข้อดังต่อไปนี้

○ (๑) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต

○ (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

○ (๓) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม สามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ

○ (๔) เคารพสิทธิรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

○ (๕) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

● (๖) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้ความรู้ในวิชาการและวิชาชีพ ต่อบุคคล องค์กรและสังคมโดยรวม

● (๗) เคารพและยึดถือปฏิบัติจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

๑.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

๑. กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์การ เพื่อปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย

๒. มอบหมายให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม ฝึกการเป็นผู้นำ สมาชิกกลุ่ม และฝึกความ รับผิดชอบ

๓. อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในการสอน

๑.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

๑. อาจารย์ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงออกตามปกติของนักศึกษา

๒. ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร

๓. ประเมินจากคุณธรรม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่

๔. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

๒. ความรู้

๒.๑ ผลการเรียนด้านความรู้

○ (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในด้านเนื้อหาสาระ หลักการและทฤษฎีในสาขาวิชาการบริหารการพัฒนา

● (๒) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบของวิชาการค้นคว้าอิสระได้

● (๓) มีความรู้ ความเข้าใจ ในการพัฒนาความรู้ความชำนาญทางด้านการบริหารการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๒.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

๑. ความรู้ กรอบแนวคิด เชิงทฤษฎีและสรุปเนื้อหาหลังจากการเรียนรู้ กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงความรู้

๒. การจัดการเรียนรู้หลากหลายวิธีที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

๓. การเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน

๔. การเรียนรู้ผ่านกระบวนการวิจัย

๕. การศึกษาค้นคว้าการทำโครงการแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม

๒.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

๑. นักศึกษาประเมินตนเองก่อนเรียนและหลังเรียน

๒. ประเมินจากโครงงานและการค้นคว้าอิสระที่นำเสนอ

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

○ (๑) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ

○ (๒) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

● (๓) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ

● (๔) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

๑. ความรู้ กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและสรุปเนื้อหาหลังการเรียนรู้ การเชื่อมโยงความรู้

๒. การอภิปรายกลุ่ม

๓. ให้นักศึกษาได้ปฏิบัติจริง

๓.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

๑. นักศึกษาประเมินกระบวนการพัฒนาความสามารถทางปัญญาของตนในแต่ละขั้นตอน

๒. อาจารย์ประเมินความสามารถทางปัญญา ทางการคิดที่เป็นนามธรรมและการแสดงออกที่เป็นรูปธรรมในหลายรูปแบบ

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความรับผิดชอบ

○ (๑) สามารถสื่อสารและสนทนาได้หลายภาษา ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

○ (๒) สามารถให้ความช่วยเหลือ แก้ปัญหา และอำนวยความสะดวกในสถานการณ์ต่าง ๆ ในบทบาทของผู้นำ หรือผู้ร่วมทีมทำงาน

○ (๓) สามารถแก้ไขปัญหาที่มีความซับซ้อน

○ (๔) สามารถตัดสินใจในการดำเนินงานด้วยตนเองและสามารถประเมินตนเองได้

● (๕) มีความรับผิดชอบในการดำเนินงานของตนเอง

● (๖) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม

● (๗) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ ส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่างเหมาะสมทั้งของตนเองและของกลุ่ม

๔.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๑. สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

๒. มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

๓. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและกับบุคคลทั่วไป

๔.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ความสามารถในการทำงานเป็นทีมที่บรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา ในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่นำเสนอ**๕.**

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

○ (๑) มีทักษะในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

● (๒) สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

● (๓) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน เลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนออย่างเหมาะสม

● (๔) สามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม

๕.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง สถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศหลากหลายสถานการณ์และการศึกษาค้นคว้าในการทำโครงการแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม

๕.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศหรือคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง ประเมินจากความสามารถในการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

๖. ด้านอื่นๆ -.

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ O หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

๑. แผนการสอน				
สัปดาห์ที่	**หัวข้อ / รายละเอียด**	**จำนวนชั่วโมง**	**กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้**	**ชื่อผู้สอน**
๑	บทที่ ๑ ความรู้เบื้องต้นหลักการตลาด - ความหมายและความสำคัญของการตลาด - กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Strategic Marketing Process) - ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดและการบริหารพัฒนา - องค์ประกอบหลักในการทำการตลาด - การศึกษาตลาดและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๒	บทที่ ๒ วิวัฒนาการของการตลาด - การตลาดในยุคก่อนการผลิต - การตลาดในยุคการขาย	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

	- การตลาดเชิงกลยุทธ์ - การตลาดเพื่อสังคม - การเปลี่ยนแปลงของแนวคิดการตลาดในบริบทการพัฒนา			
๓	บทที่ ๓ ส่วนผสมทางการตลาด - ส่วนผสมทางการตลาด (4P) - การปรับใช้ 4P ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การขยาย 4P เป็น 7P สำหรับธุรกิจบริการ - การประยุกต์ใช้ส่วนผสมทางการตลาดในองค์กรพัฒนา - การพัฒนาแผนการตลาดและกลยุทธ์ตามส่วนผสมทางการตลาด	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๔	บทที่ ๔ การตลาดยุคดิจิทัล และการตลาดยุค New Normal - การเปลี่ยนแปลงของการตลาดในยุคดิจิทัล - การตลาดออนไลน์: แพลตฟอร์มและเครื่องมือ - การใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัล - การตลาดในยุค New Normal (หลัง COVID-19) - ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่และวิธีการตลาดที่ต้องปรับตัว	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๕	บทที่ ๕ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

	- การใช้การวิจัยตลาดในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - การปรับกลยุทธ์ตามพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย			
๖	บทที่ ๖ วิธีการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค - การใช้จิตวิทยาในการตลาด - เทคนิคการสร้างความตระหนักรู้และความสนใจในผลิตภัณฑ์ - การใช้โปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษ - การตลาดเชิงอารมณ์และการสร้างความผูกพัน - การสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีจากลูกค้า	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๗	บทที่ ๗ แนวคิดหลักการบริหารเชิงกลยุทธ์ - ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ - กระบวนการและขั้นตอนในการวางกลยุทธ์ - การวิเคราะห์ SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats - การเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร - การกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจทางการตลาด	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๘	บทที่ ๘ แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด - การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดกลยุทธ์	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

	- การตั้งเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน - การเลือกกลยุทธ์ตามลักษณะของตลาดและการแข่งขัน - การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในภาคการพัฒนา - การประเมินและปรับกลยุทธ์ตามสถานการณ์ตลาด			
๙	บทที่ ๙ จริยธรรมทางธุรกิจ - ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ - มาตรฐานจริยธรรมในธุรกิจการตลาด - การรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคและสังคม - ความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ - การส่งเสริมจริยธรรมในการบริหารพัฒนา	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๐	**สอบเก็บคะแนนกลางภาค**	๓		อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๑	บทที่ ๑๐ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ - การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การประเมินโอกาสทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ - กลยุทธ์การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ - การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตามความคิดเห็นของลูกค้า	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๒	บทที่ ๑๑ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ความหมายของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ขั้นตอนในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

	- การจัดการผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วงของวงจรชีวิต - กลยุทธ์การตลาดในช่วงต่างๆ ของวงจรชีวิต - การตัดสินใจเมื่อถึงเวลาที่จะยุติผลิตภัณฑ์			
๑๓	บทที่ ๑๒ การโฆษณา และการสื่อสารทางการตลาด - ความสำคัญของการโฆษณาในกลยุทธ์การตลาด - เครื่องมือการโฆษณาและช่องทางสื่อสาร - การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย การวัดผลและประเมินประสิทธิภาพของการโฆษณา - การสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๔	บทที่ ๑๓ กรณีศึกษาการตลาด รวมถึงเทคนิคการนำเสนอแผนการตลาดเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย - การศึกษาและการวิเคราะห์กรณีศึกษาการตลาด - การประยุกต์ใช้กลยุทธ์จากกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๕	บทที่ ๑๓ กรณีศึกษาการตลาด รวมถึงเทคนิคการนำเสนอแผนการตลาดเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย (ต่อ) - เทคนิคการนำเสนอแผนการตลาด	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

	- การจัดทำแผนการตลาดที่เป็นรูปธรรมและสามารถปฏิบัติได้ - การติดตามและประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาด			
๑๖	สรุปเนื้อหาของรายวิชา	๓	บรรยาย/ยกตัวอย่างประกอบกาอภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา	อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์
๑๗	**สอบปลายภาค**	๓		อาจารย์ ดร.ไปรพร แสงจันทร์

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
การเข้าชั้นเรียน	**การเข้าร่วม การซักถาม การนำเสนอข้อคิดเห็น การตรงต่อเวลา**	**๑-๖**	**๑๐**
การนำเสนอในชั้นเรียน	**การปฏิบัติงานมอบหมาย**	**๗**	**๔๐**
ผลการทดสอบ	**การสอบปลายภาค**	**๑๗**	**๕๐**

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) เอกสารประกอบการสอน วิชา DAD๕๓๐๖ รายวิชา การตลาดสำหรับการบริหารพัฒนา

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- เอกสารประกอบการเรียนการสอน

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

มีการประเมินผลการสอนโดยนักศึกษาเป็นผู้ประเมิน และนำผลการประเมินไปเป็นแนวทางปรับปรุงการเรียนการสอน

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

มีการประเมินผลการเรียนของนักศึกษาจากคะแนนสอบในแต่ละหัวข้อการสอน และนำผลการประเมินไปเป็นแนวทางปรับปรุงการเรียนการสอน

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

มีการนำผลการประเมินจากนักศึกษาให้อาจารย์ผู้สอนพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอน จัดโครงการสัมมนาการเรียนการสอน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน) มีการทวนสอบจากคะแนนข้อสอบโดยอาจารย์ผู้ประสานงานและอาจารย์ผู้สอน

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ) มีการประชุมอาจารย์ผู้ร่วมสอนถึงปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอน และผลการประเมินการเรียนการสอนเพื่อการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

****

หลักสูตรระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๓

รายวิชา	คุณธรรมจริยธรรม							ความรู้			ทักษะทางปัญญา				ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ							ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี			
	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔
DAD๕๓๐๖ รายวิชา การตลาดสำหรับการบริหารการพัฒนา (Marketing for Public and Private Organization)	○	○	○	○	○	●	●	○	●	●	○	○	●	●	○	○	○	○	●	●	●	○	●	●	●