



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๑๑๐๕ รายวิชา หลักการตลาด

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT ๑๑๐๕
ชื่อรายวิชาภาษาไทย หลักการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Principle of Marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาแกน)

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคาร ๕๓/ ห้อง ๕๓/๒๒ คณะวิทยาการจัดการ/
E – Mail: supattra.ka@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๑๑๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- (1) เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการตลาด (ความรู้)
- (2) เพื่อเข้าใจบทบาทของนักการตลาดซึ่งเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในทางธุรกิจปัจจุบัน (ความเข้าใจ)
- (3) เพื่อเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจ (การนำไปใช้)
- (4) เพื่อให้ตระหนักถึงบทบาท อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการดำเนินงานทางการตลาด

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด อาทิ เว็บไซต์ บล็อก และโซเชียลมีเดียอื่น ๆ
- 2.2 บูรณาการการวิจัย” โดยนำ ข้อมูลมาประกอบการเรียนการสอน

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ วิวัฒนาการและแนวคิดพื้นฐานด้านการตลาด ในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจ การศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ระบบสารสนเทศทางการตลาด การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดและเครื่องมือทางการตลาดอื่นๆ และจริยธรรมทางการตลาด

Meanings, significance, evolution and fundamental concepts of marketing as a business primary tool; Study of marketing environments; Consumer behavior; Market segmentation; Market targeting; Product positioning; Marketing information system; Determination of marketing mix and marketing tools; and marketing ethics

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

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

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดชั่วโมงให้คำปรึกษา (Office hours) อย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยตกลงกับนักศึกษาที่ต้องการรับคำปรึกษานอกเวลาเรียน

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง พักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคาร ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ
- ๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙๕-๓๕๔๙๕๓๙
- ๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) supatttra.ka@ssru.ac.th
- ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) Yingworld
- ๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) supatttra.ka@ssru.ac.th

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

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำความดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม มีความเสียสละ และปฏิบัติตามคกรรลองครองธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม

- (๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม
- (๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ
- (๔) ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- (๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
- (๖) ประเมินจากรายวิชาสหกิจศึกษา/การฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- ☒ (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา
- ☐ (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีของความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- ☒ (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

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- ☐ (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- ☐ (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- ☒ (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา มีการจัดการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้วิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การอภิปรายกลุ่ม การทำกรณีศึกษา และการจัดทำโครงการ เป็นต้น รวมถึงให้มีการฝึกปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา
- (๒) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงการ งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- ☐ (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ☒ (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- ☐ (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

๔.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชา โดยให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นทีม ตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอ รายงานกลุ่มในชั้นเรียน

(๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- ☐ (๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- ☐ (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ☐ (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในบางรายวิชาต่างๆ โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง หรือกรณีศึกษา โดยใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอรายงานการแก้ปัญหาที่เหมาะสมในชั้นเรียน ตลอดจนมอบหมายงานในรายวิชาต่างๆ เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากผลความถูกต้องของขั้นตอนการวางแผนการตลาด การสำรวจและวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด

(๒) ประเมินจากคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ว่ามีความน่าสนใจ มีเหตุผลและเป็นประโยชน์ต่อการตลาดเพียงใด

(๓) ประเมินผลจากการตอบคำถามทบทวนประจำบทเรียนว่ามีการอ้างอิงข้อมูลจากการค้นคว้าเพิ่มเติมจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพียงใด

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**๑. แผนการสอน**

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	รูปแบบการเรียน การสอน	โปรแกรม/วิธีการ สอน	การจัดการเนื้อหา และ สื่อการสอน	การวัดผล
๑	ความรู้ทั่วไป เกี่ยว กับ การตลาด	การจัดการเรียน การสอนแบบ on site	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๒	การวางแผนการตลาด	การจัดการเรียน การสอนแบบ on site	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๓	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	การจัดการเรียน	วิธีการสอนโดยใช้	สื่อการสอน	การวัดผลโดยใช้

	ทางการตลาด	การสอนแบบ Online	๑. Google Meet ๒. Google Classroom	๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	๑. Google Form ๒. Kahoot
๔	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด	การจัดการเรียนการสอนแบบ Online	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๕	พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคและองค์การต่างๆ	การจัดการเรียนการสอนแบบ On demand	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๖	การเลือกส่วนตลาดเป้าหมาย	การจัดการเรียนการสอนแบบ On site	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๗	ผลิตภัณฑ์	การจัดการเรียนการสอนแบบ Online	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๘	สอบกลางภาค				
๙	ราคา	การจัดการเรียนการสอนแบบ On demand	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๐	ช่องทางการตลาด	การจัดการเรียนการสอนแบบ on site	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๑	การคาสงและการคาปลีก	การจัดการเรียนการสอนแบบ online	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๒	โลจิสติกส์	การจัดการเรียน	วิธีการสอนโดยใช้	สื่อการสอน ๑. PowerPoint	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form

		การสอนแบบ On demand	๑. Google Meet ๒. Google Classroom	๒. File PDF ๓. VDO Clip	๒. Kahoot
๑๓	การสื่อสารการตลาด	การจัดการเรียนการสอนแบบ On site	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๔	การสื่อสารการตลาด	การจัดการเรียนการสอนแบบ Online	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๕	จริยธรรมทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม	การจัดการเรียนการสอนแบบ On demand	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๖	การนำเสนอรายงาน	การจัดการเรียนการสอนแบบ Online	วิธีการสอนโดยใช้ ๑. Google Meet ๒. Google Classroom	สื่อการสอน ๑. PowerPoint ๒. File PDF ๓. VDO Clip	การวัดผลโดยใช้ ๑. Google Form ๒. Kahoot
๑๗	สอบปลายภาค				

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๒	(๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการรวมกิจกรรม (๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม (๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ (๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ	ทุกสัปดาห์	๑๐

	มอบหมาย (๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็น ของผู้อื่น		
๒.๑, ๒.๓	(๑) การทดสอบย่อยภาค โดยใช้กรณีศึกษา หรือโจทย์ปัญหา (๒) การสอบกลางภาคเรียน (๓) การสอบปลายภาคเรียน	๖, ๘, ๑๓	๓๐ ๓๐
๓.๓	(๑) ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้า โครงงาน งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและ เอกสารรายงาน	๑๐	๑๐
๔.๒	(๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการ แสดงออกของนักศึกษาในการรวมอภิปราย หรือ การนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน (๒) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกใน การรวมกิจกรรมต่างๆ	ทุกสัปดาห์	๑๐
๕.๒, ๕.๓	(๑) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้ เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ คณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง (๒) ประเมินจากความสามารถในการอธิบายความ และการอภิปรายกรณีศึกษาที่มีการนำเสนอต่อชั้น เรียน (๓) ประเมินจากแบบฝึกหัดทบทวน	ทุกสัปดาห์	๑๐

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) สุพัตรา กาญจนภาส.(2568).หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:คณะวิทยาการจัดการ
- ๒) พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2562). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ
- ๓) Kotler,P.& Armstrong,G. (2552). หลักการตลาด. (แปลจาก Principles of marketing. โดย วารุณี ตันติวงศ์ วาณิช,นิภา นิรุตติกุล,สุนทรี เหล่าพัฒน์,พรพรม พรหมเพศ,นิตยา งามแดน และจุฑามาศ ไพบุลย์วงษ์) กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) Perreault, W.D., Cannon, J.P., & Mc Cathy, E.J. (2011) Basic marketing : Marketing strategy planning approach. (18th ed). New York, NY : Mc Graw-Hill

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) <http://www.marketingteacher.com/powpoint/>
- ๒) <http://www.knowthis.com/principles-of-marketing-tutorials/>
- ๓) <http://www.mhmc.com/business/marketing/fourpa/pd...>
- ๔) <http://www.slideshare.net/narodsm/basic-marketing-concept>
- ๕) <http://www.webater.edv/~yeaqcvwt/mark500ppt.html>

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ๑.๑ อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร
- ๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา
- ๑.๓ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ๒.๑ ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อาทิความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ
- ๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนรู้ที่ผู้สอนกำหนดไว้
- ๒.๓ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

- ๓.๑ จากผลการประเมินในข้อ ๒ ผู้สอนนำข้อเสนอแนะมารวบรวมประเด็นที่ต้องปรับปรุง อาทิ จุดด้อย อุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป
- ๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น
- ๓.๓ ศึกษาเทคนิคการสอนใหม่ๆที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- ๔.๑ พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่นำเสนอในชั้นเรียน ตลอดภาคเรียน
- ๔.๒ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างบนหลักการทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- ๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

หลักสูตรระดับปริญญา ☐ ตรี ☐ โท ☐ เอก

- ๕.๑ จากข้อมูลที่สนูปแนวคิดและ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้น
- ๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยนำมาปรับเพิ่มในเนื้อหาให้มีความทันสมัย
- ๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิภาพผลของรายวิชา นำสิ่งที่ปรับปรุงไปใช้ นำกลับมาทบทวน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- ๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมสัมมนา เรื่อง การพัฒนา ผู้ประกอบการโดยสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินธุรกิจอย่างจริยธรรม

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

รายวิชา	1. คุณธรรม และ จริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ			5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
MKT๑๑๕ หลักการตลาด	○	●	○	●	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	○