

ลักษณะรายวิชา

1. รหัสและชื่อวิชา 20218404 สัมมนาการตลาด
(Marketing Seminar)
2. สภาพรายวิชา วิชาซีพีเลือก
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาการตลาด
3. ระดับรายวิชา ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 2
4. รายวิชาพื้นฐาน 20200203 หลักการตลาด
5. เวลาศึกษา ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 4 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์
(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค)
6. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต
7. จุดมุ่งหมายรายวิชา
 1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการสัมมนาการตลาด
 2. มีทักษะการวางแผนและจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาด
 3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาด
8. คำอธิบายรายวิชา ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการสัมมนาการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด
จากกรณีศึกษา สถานการณ์จริงและแหล่งเรียนรู้ กระบวนการจัดสัมมนาการตลาด
การวางแผน การปฏิบัติงาน และการควบคุมงานการตลาด การสรุปผลการจัดสัมมนา
การตลาด

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.1 ความหมายการตลาดและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.2 ความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.3 เทคนิคการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ การควบคุมงานการตลาด 1.4 การวางแผนทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จ 1.5 กรณีศึกษา	4	4
2	2. หลักการสัมมนาการตลาด 2.1 ความหมายของการสัมมนา 2.2 วัตถุประสงค์ของการสัมมนา 2.3 ประโยชน์ของการประชุมสัมมนา 2.4 องค์ประกอบของการประชุมสัมมนา 2.5 ขั้นตอนของการประชุมสัมมนา 2.6 การดำเนินการสัมมนา 2.7 เวลาของการสัมมนา 2.8 สถานที่จัดการสัมมนา 2.9 การเขียนโครงการสัมมนา 2.10 ความสำเร็จของการสัมมนา	4	4
3	3. รูปแบบการสัมมนาและโครงการฝึกอบรม 3.1 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดรูปแบบการประชุมสัมมนา 3.2 การเลือกใช้รูปแบบและเทคนิคในการจัดประชุมสัมมนา 3.3 วิธีการเขียนโครงการ	4	4
4	4. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา 4.1 กลุ่มผู้ดำเนินการ 4.2 กลุ่มวิทยากร 4.3 กลุ่มผู้เข้ารับการสัมมนา	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา 5.1 โครงการสัมมนา 5.2 เอกสารประกอบการสัมมนา 5.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา	4	4
6	6. การจัดสถานที่เพื่อการสัมมนาและการใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์ 6.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสัมมนา 6.2 การเตรียมสถานที่ 6.3 รูปแบบการจัดห้องสัมมนา 6.4 การจัดห้องรับประทานอาหาร 6.5 ความหมายของสื่อ 6.6 คุณค่าของสื่อ 6.7 หลักการเลือกใช้สื่อ 6.8 ชนิดและประเภทของสื่อ 6.9 ข้อดีและข้อจำกัดในการใช้สื่อ	4	4
7	7. กระบวนการจัดสัมมนา 7.1 ขั้นตอนการจัดสัมมนา 7.2 ขั้นตอนดำเนินการจัดสัมมนา 7.3 ขั้นตอนหลังการจัดสัมมนา	4	4
8	8. การติดตามประเมินผลการสัมมนา 8.1 ความหมายของการประเมินผลโครงการสัมมนา 8.2 ประโยชน์ของการประเมินผลสัมมนา 8.3 ประเภทของการประเมินผลโครงการสัมมนา 8.4 ขั้นตอนการประเมินผลโครงการสัมมนา	4	4

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.2 บอกความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.3 บอกเทคนิคการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ ได้ 1.4 บอกการวางแผนทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จได้	4	4
2	2. หลักการสัมมนาการตลาด 2.1 อธิบายความหมายของการสัมมนาได้ 2.2 สามารถบอกวัตถุประสงค์ของการสัมมนาได้ 2.3 บอกประโยชน์ของการประชุมสัมมนาได้ 2.4 บอกองค์ประกอบของการประชุมสัมมนาได้ 2.5 บอกขั้นตอนของการประชุมสัมมนาได้ 2.6 บอกลักษณะของการสัมมนาได้ 2.7 อธิบายการดำเนินการสัมมนาได้ 2.8 เขียนกำหนดการของของการจัดสัมมนาได้ 2.9 เลือกสถานที่จัดสัมมนาได้ 2.10 เขียนโครงการสัมมนาได้ 2.11 บอกที่มาของความสำเร็จของการสัมมนาได้	4	4
3	3. รูปแบบการสัมมนาและโครงการฝึกอบรม 3.1 บอกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดรูปแบบการประชุมสัมมนาได้ 3.2 อธิบายการเลือกใช้รูปแบบและเทคนิคในการจัดประชุมสัมมนาได้ 3.3 เขียนโครงการฝึกอบรมได้	4	4
4	4. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา 4.1 อธิบายหน้าที่ของกลุ่มผู้ดำเนินการ 4.2 อธิบายความพร้อมของกลุ่มวิทยากร 4.3 อธิบายหน้าที่ของกลุ่มผู้รับฟังการสัมมนา	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา 5.1 บอกความหมายโครงการสัมมนาได้ 5.2 อธิบายเอกสารประกอบการสัมมนาได้ 5.3 บอกเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา	4	4
6	6. การจัดสถานที่เพื่อการสัมมนาและการใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์ 6.1 บอกการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสัมมนาได้ 6.2 อธิบายการจัดเตรียมสถานที่ได้ 6.3 บอกรูปแบบการจัดห้องสัมมนาได้ 6.4 บอกความหมายของสื่อได้ 6.5 บอกคุณค่าของสื่อได้ 6.6 บอกหลักการเลือกใช้สื่อได้ 6.7 อธิบายชนิดและประเภทของสื่อได้ 6.8 บอกข้อดีและข้อจำกัดในการใช้สื่อได้	4	4
7	7. กระบวนการจัดสัมมนา 7.1 บอกขั้นตอนของการจัดประชุมสัมมนาได้ 7.2 อธิบายขั้นตอนดำเนินการจัดประชุมสัมมนาได้ 7.3 บอกขั้นหลังการจัดสัมมนาได้	4	4
8	8. การติดตามประเมินผลการสัมมนา 8.1 บอกความหมายของการประเมินผลโครงการสัมมนาได้ 8.2 บอกประโยชน์ของการประเมินผลสัมมนาได้ 8.3 อธิบายประเภทของการประเมินผลโครงการสัมมนาได้ 8.4 อธิบายขั้นตอนการประเมินผลโครงการสัมมนาได้	4	4

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 8 หน่วย แยกได้ 8 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
 - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
 - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 40 คะแนน หรือร้อยละ 20
 - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 20 คะแนน หรือร้อยละ 20
 - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 40 คะแนน หรือร้อยละ 60

โดยจัดแบ่งน้ำหนักคะแนนในแต่ละหน่วยตามตารางหน้าถัดไป
2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา
 - ผู้ที่จะผ่านรายวิชานี้จะต้อง
 - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
 - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค
3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
 - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ผ่านรายวิชาตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
 - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ	80 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน A
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	75-79	ได้ระดับคะแนน B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	70-74	ได้ระดับคะแนน B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	65-69	ได้ระดับคะแนน C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	60-64	ได้ระดับคะแนน C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	55-59	ได้ระดับคะแนน D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	50-54	ได้ระดับคะแนน D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ	50	ได้ระดับคะแนน F

ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด	5	2	2			1
2	หลักการสัมมนาการตลาด	5	1	1	1		2
3	รูปแบบการสัมมนาและโครงการฝึกอบรม	10	2	2	2	1	3
4	บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา	5	1	1			3
5	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา	5		1	1		3
6	การจัดสถานที่เพื่อการสัมมนาและการใช้สื่อโสตทัศนูปกรณ์	10	2	2	2	1	3
7	กระบวนการจัดสัมมนา	10	2	2	2	1	3
8	การติดตามประเมินผลการสัมมนา	10	2	2	3	1	2
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	40					
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นการบูรณาการทุกหน่วย)	40					
ค	คะแนนจิตพิสัย	20					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1		1 - 4	บทเรียนที่ 1. ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.1 ความหมายการตลาดและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด 1.2 ความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด	
2		5 - 8	บทเรียนที่ 1. ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด (ต่อ) 1.3 เทคนิคการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ การควบคุมงานการตลาด 1.4 การวางแผนทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จ 1.5 กรณีศึกษา	
3		9 - 12	บทเรียนที่ 2. หลักการสัมมนาการตลาด 2.1 ความหมายของการสัมมนา 2.2 วัตถุประสงค์ของการสัมมนา 2.3 ประโยชน์ของการประชุมสัมมนา 2.4 องค์ประกอบของการประชุมสัมมนา	
4		13 - 16	บทเรียนที่ 2. หลักการสัมมนาการตลาด (ต่อ) 2.5 ขั้นตอนของการประชุมสัมมนา 2.6 การดำเนินการสัมมนา 2.7 เวลาของการสัมมนา 2.8 สถานที่จัดการสัมมนา	
5		17 - 20	บทเรียนที่ 2. หลักการสัมมนาการตลาด (ต่อ) 2.9 การเขียนโครงการสัมมนา 2.10 ความสำเร็จของการสัมมนา	
6		21 - 24	บทเรียนที่ 3 รูปแบบการสัมมนาและโครงการฝึกอบรม 3.1 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดรูปแบบการประชุมสัมมนา 3.2 การเลือกใช้รูปแบบและเทคนิคในการจัดประชุมสัมมนา 3.3 วิธีการเขียนโครงการ	
7	19 ธ.ค. 2562	25 - 28	บทเรียนที่ 4. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา 4.1 กลุ่มผู้ดำเนินการ 4.2 กลุ่มวิทยากร	
8	26 ธ.ค. 2562	29 - 32	บทเรียนที่ 4. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนา(ต่อ) 4.3 กลุ่มผู้เข้ารับการประชุมสัมมนา	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
9	2 ม.ค. 2563	33 - 36	บทเรียนที่ 5. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา 5.1 โครงการสัมมนา	
10	9 ม.ค. 2563	37 - 40	บทเรียนที่ 5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา(ต่อ) 5.2 เอกสารประกอบการสัมมนา	
11	16 ม.ค. 2563	41 - 44	บทเรียนที่ 5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา(ต่อ) 5.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมมนา	
12	23 ม.ค. 2563	45 - 48	บทเรียนที่ 6. การจัดสถานที่เพื่อการสัมมนาและการใช้สื่อ โสตทัศนูปกรณ์ 6.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสัมมนา 6.2 การเตรียมสถานที่ 6.3 รูปแบบการจัดห้องสัมมนา 6.4 การจัดห้องรับประทานอาหาร	
13	30 ม.ค. 2563	49 - 50	บทเรียนที่ 6. การจัดสถานที่เพื่อการสัมมนาและการใช้สื่อ โสตทัศนูปกรณ์ (ต่อ) 6.5 ความหมายของสื่อ 6.6 คุณค่าของสื่อ 6.7 หลักการเลือกใช้สื่อ 6.8 ชนิดและประเภทของสื่อ 6.9 ข้อดีและข้อจำกัดในการใช้สื่อ	
14	6 ก.พ. 2563	51 - 54	บทเรียนที่ 7. กระบวนการจัดสัมมนา 7.1 ขั้นตอนการจัดสัมมนา	
15	13 ก.พ. 2563	55- 58	บทเรียนที่ 7. กระบวนการจัดสัมมนา(ต่อ) 7.2 ขั้นตอนการจัดสัมมนา 7.3 ขั้นตอนหลังการจัดสัมมนา	
16	20 ก.พ. 2563	59 - 62	บทเรียนที่ 8. การติดตามประเมินผลการสัมมนา 8.1 ความหมายของการประเมินผลโครงการสัมมนา 8.2 ประโยชน์ของการประเมินผลสัมมนา 8.3 ประเภทของการประเมินผลโครงการสัมมนา 8.4 ขั้นตอนการประเมินผลโครงการสัมมนา	
17	27 ก.พ. 2563	63 - 66	บทเรียนที่ 8. การติดตามประเมินผลการสัมมนา (ต่อ) 8.3 ประเภทของการประเมินผลโครงการสัมมนา 8.4 ขั้นตอนการประเมินผลโครงการสัมมนา	
18			สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

จันทร์หา ยินดียม. สัมมนาการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ, 2559.