

ลักษณะรายวิชา

1. รหัสและชื่อวิชา 20218901 การพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด
(Marketer Personality Development)
2. สภาพรายวิชา วิชาปรับพื้นฐาน
3. ระดับรายวิชา ภาคการศึกษาที่ 2 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 1
4. รายวิชาพื้นฐาน -
5. เวลาศึกษา ทฤษฎี 3 ชั่วโมง ปฏิบัติ - ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 3 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์
6. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต
7. จุดมุ่งหมายรายวิชา
 1. เขาใจเกี่ยวกับหลักการและการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด
 2. มีทักษะการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด
 3. มีเจตคติและกิริยาที่ดีต่อการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด
8. คำอธิบายรายวิชา ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด
จิตวิทยาและทฤษฎี บุคลิกภาพเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย คุณสมบัติของ
นักการตลาด กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ ศิลปะการสื่อสาร มารยาททางสังคม
และการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า

การแบ่งหัวข้อบทเรียน

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความหมายและความเป็นมาของการตลาด 1.1 ความหมายของการตลาด 1.2 หน้าที่ทางการตลาด 1.3 วิวัฒนาการของการตลาด 1.4 องค์ประกอบของแนวคิดหลักการตลาด 1.5 ความสำคัญของการตลาด 1.6 ส่วนประสมของการตลาด 1.7 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ 1.8 การสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่สินค้าและบริการ 1.9 ประเภทของการตลาด	6	-
2	2. ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ 2.1 ความหมายของบุคลิกภาพ 2.2 ความสำคัญของบุคลิกภาพ 2.3 การเกิดของบุคลิกภาพ 2.4 องค์ประกอบของบุคลิกภาพ 2.5 การวัดบุคลิกภาพ 2.6 ลักษณะของบุคลิกภาพที่ดี 2.7 ประโยชน์ของการมีบุคลิกภาพที่ดี	6	-
3	3. จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ 3.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ (Psychodynamic Theories) 3.2 ทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัย (Traits Theory of Personality) 3.3 ทฤษฎีกลุ่มลักษณะแบ่งประเภทคุณภาพ (Type Theory of Personality) 3.4 ทฤษฎีบุคลิกภาพแบบมนุษยนิยม (Humanist Personality Theory) 3.5 ทฤษฎีบุคลิกภาพการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) 3.6 จิตวิทยาเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Psychology)	6	-

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	4. บุคลิกภาพของนักการตลาด 4.1 ความหมายของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 4.2 ความหมายและหน้าที่ของนักการตลาด 4.3 ความสำคัญของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 4.4 คุณสมบัติของนักการตลาด 4.5 บุคลิกภาพภายในและภายนอก 4.6 คุณลักษณะของนักการตลาดที่ประสบผลสำเร็จ 4.7 กลยุทธ์ทางการตลาดของนักการตลาด 4.8 ตัวอย่างนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ	6	-
5	5. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ 5.1 หลักการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 5.2 กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 5.3 การวิเคราะห์ตนเอง 5.4 การพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก 5.5 การพัฒนาบุคลิกภาพภายใน 5.6 การประยุกต์ใช้กับตนเอง 5.7 บุคลิกภาพและความสำเร็จ	6	-
6	6. ศิลปะการสื่อสาร 6.1 ความหมายของการสื่อสาร 6.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร 6.3 คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร 6.4 การสื่อสารทางการตลาด 6.5 ลักษณะของการสื่อสารที่ดี 6.6 ลักษณะการพูดเพื่อการสื่อสารโดยทั่วไป 6.7 การพัฒนาการสื่อสาร 6.8 ศิลปะการสื่อสารที่ดี 6.9 ศิลปะการพูดโน้มน้าวใจ 6.10 ศิลปะการสื่อสารของนักการตลาด	6	-

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
7	7. มารยาททางสังคม 7.1 ความหมายของมารยาท 7.2 ความสำคัญของมารยาท 7.3 มารยาทที่สำคัญของนักการตลาด 7.4 มารยาทในการแนะนำตัว 7.5 เทคนิคการทักทาย 7.6 จรรยาบรรณที่ดีของนักการตลาด 7.7 มารยาทในการพูดคุยเพื่อสร้างความเป็นกันเอง 7.8 มารยาทในการพุดนัดพบเพื่อกิจธุระ	6	-
8	8. เทคนิคการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า 8.1 ความหมายและความสำคัญของลูกค้า 8.2 ประเภทของลูกค้า 8.3 ความสำคัญของการสร้างความประทับใจของลูกค้า 8.4 เทคนิคการสร้างประทับใจเมื่อแรกพบ 8.5 เทคนิคการสร้างประทับใจแบบ Service Mind 8.6 เทคนิคการสร้างประทับใจแบบนักการตลาด 8.7 เทคนิคการบริการเพื่อสร้างความประทับใจ	6	-

จุดประสงค์การสอนการแบ่งหัวข้อบทเรียน

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความหมายและความเป็นมาของการตลาด 1.1 อธิบายความหมายของการตลาดได้ 1.2 อธิบายหน้าที่ทางการตลาดได้ 1.3 อธิบายวิวัฒนาการของการตลาดได้ 1.4 บอกองค์ประกอบของแนวคิดหลักการตลาดได้ 1.5 บอกความสำคัญของการตลาดได้ 1.6 บอกส่วนประสมของการตลาดได้ 1.7 บอกปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ได้ 1.8 อธิบายการสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่สินค้าและบริการได้ 1.9 บอกประเภทของการตลาดได้	6	-
2	2. ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ 2.1 อธิบายความหมายของบุคลิกภาพได้ 2.2 บอกความสำคัญของบุคลิกภาพได้ 2.3 อธิบายการเกิดของบุคลิกภาพได้ 2.4 อธิบายองค์ประกอบของบุคลิกภาพได้ 2.5 อธิบายการวัดบุคลิกภาพได้ 2.6 บอกลักษณะของบุคลิกภาพที่ดีได้ 2.7 บอกประโยชน์ของการมีบุคลิกภาพที่ดีได้	6	-
3	3. จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ 3.1 อธิบายทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ (Psychodynamic Theories) ได้ 3.2 อธิบายทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัย (Traits Theory of Personality) ได้ 3.3 อธิบายทฤษฎีกลุ่มลักษณะแบ่งประเภทคุณภาพ (Type Theory of Personality) ได้ 3.4 อธิบายทฤษฎีบุคลิกภาพแบบมนุษยนิยม (Humanist Personality Theory) ได้ 3.5 อธิบายทฤษฎีบุคลิกภาพการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ได้ 3.6 อธิบายจิตวิทยาเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Psychology) ได้	6	-

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	4. บุคลิกภาพของนักการตลาด 4.1 บอกความหมายของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาดได้ 4.2 บอกความหมายและหน้าที่ของนักการตลาดได้ 4.3 บอกความสำคัญของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาดได้ 4.4 บอกคุณสมบัติของนักการตลาดได้ 4.5 อธิบายบุคลิกภาพภายในและภายนอกได้ 4.6 อธิบายคุณลักษณะของนักการตลาดที่ประสบผลสำเร็จได้ 4.7 รู้จักปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของนักการตลาดได้	6	-
5	5. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ 5.1 อธิบายหลักการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาดได้ 5.2 อธิบายกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาดได้ 5.3 บอกการวิเคราะห์ตนเองได้ 5.4 อธิบายการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกได้ 5.5 อธิบายการพัฒนาบุคลิกภาพภายในได้ 5.6 ประยุกต์ใช้การพัฒนาบุคลิกภาพกับตนเองได้ 5.7 อธิบายบุคลิกภาพและความสำเร็จได้	6	-
6	6. ศิลปะการสื่อสาร 6.1 อธิบายความหมายของการสื่อสารได้ 6.2 อธิบายองค์ประกอบของการสื่อสารได้ 6.3 อธิบายคุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้ 6.4 บอกการสื่อสารทางการตลาดได้ 6.5 อธิบายลักษณะของการสื่อสารที่ดีได้ 6.6 อธิบายลักษณะการพูดเพื่อการสื่อสารโดยทั่วไปได้ 6.7 การพัฒนาการสื่อสารได้ 6.8 บอกศิลปะการสื่อสารที่ดีได้ 6.9 บอกศิลปะการพูดโน้มน้าวใจได้ 6.10 บอกศิลปะการสื่อสารของนักการตลาดได้	6	-

บทเรียน ที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
7	7. มารยาททางสังคม 7.1 อธิบายความหมายของมารยาทได้ 7.2 บอกความสำคัญของมารยาทได้ 7.3 บอกมารยาทที่สำคัญของนักการตลาดได้ 7.4 บอกมารยาทในการแนะนำตัวได้ 7.5 บอกเทคนิคการทักทาย ได้ 7.6 บอกจรรยาบรรณที่ดีของนักการตลาด ได้ 7.7 บอกมารยาทในการพูดคุยเพื่อสร้างความเป็นกันเอง ได้ 7.8 บอกมารยาทในการพุดนัดพบเพื่อกิจธุระได้	6	-
8	8. เทคนิคการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า 8.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของลูกค้าได้ 8.2 บอกประเภทของลูกค้าได้ 8.3 บอกความสำคัญของการสร้างความประทับใจของลูกค้าได้ 8.4 บอกเทคนิคการสร้างประทับใจเมื่อแรกพบได้ 8.5 บอกเทคนิคการสร้างประทับใจแบบ Service Mind ได้ 8.6 บอกเทคนิคการสร้างประทับใจแบบนักการตลาดได้ 8.7 บอกเทคนิคการบริการเพื่อสร้างความประทับใจได้	6	-

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 8 หน่วย แยกได้ 8 บทเรียน การวัดผลและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 4 ส่วน
โดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนน ดังนี้
 - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 50 คะแนน หรือ ร้อยละ 50
 - 1.2 การพิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ การเข้าร่วมกิจกรรม การมาเรียน การแต่งกาย มารยาทในห้องเรียน 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
 - 1.3 สอบกลางภาค 20 คะแนน หรือร้อยละ 20
 - 1.4 สอบปลายภาค 20 คะแนน หรือร้อยละ 20
2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา ผู้ที่ผ่านรายวิชานี้จะต้อง
 - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
 - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค
3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
 - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ฝ่ายรายวิชา ตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
 - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ 50 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน S
คะแนนอยู่ต่ำกว่าร้อยละ 50	ได้ระดับคะแนน U

ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	ความหมายและความเป็นมาของการตลาด	5	2	1	1	-	1
2	ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ	5	1	2	1	-	1
3	จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพ	5	2	1	1	-	1
4	บุคลิกภาพของนักการตลาด	5	1	1	2	-	1
5	กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ	5	1	2	1	-	1
6	ศิลปะการสื่อสาร	5	2	1	1	-	1
7	มารยาททางสังคม	5	2	1	1	-	1
8	เทคนิคการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า	5	1	1	2	-	1
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	40					
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นการบูรณาการทุกหน่วย)	50					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	4 พ.ย. 62	1-3	1. ความหมายและความเป็นมาของการตลาด 1.1 ความหมายของการตลาด 1.2 หน้าที่ทางการตลาด 1.3 วิวัฒนาการของการตลาด 1.4 องค์ประกอบของแนวคิดหลักการตลาด	
2	11 พ.ย. 62	4-6	1. ความหมายและความเป็นมาของการตลาด (ต่อ) 1.5 ความสำคัญของการตลาด 1.6 ส่วนประสมของการตลาด 1.7 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ 1.8 การสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่สินค้าและบริการ 1.9 ประเภทของการตลาด	
3	18 พ.ย. 62	7-9	2. ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ 2.1 ความหมายของบุคลิกภาพ 2.2 ความสำคัญของบุคลิกภาพ 2.3 การเกิดของบุคลิกภาพ 2.4 องค์ประกอบของบุคลิกภาพ	
4	5 พ.ย. 62	10-12	2. ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ (ต่อ) 2.5 การวัดบุคลิกภาพ 2.6 ลักษณะของบุคลิกภาพที่ดี 2.7 ประโยชน์ของการมีบุคลิกภาพที่ดี	
5	2 ธ.ค. 62	13-15	3. จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ 3.1 ทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ (Psychodynamic Theories) 3.2 ทฤษฎีบุคลิกภาพกลุ่มลักษณะนิสัย (Traits Theory of Personality) 3.3 ทฤษฎีกลุ่มลักษณะแบ่งประเภทคุณภาพ (Type Theory of Personality)	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
6	9 ธ.ค. 62	16-18	3. จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพแนวคิดจิตวิเคราะห์ 3.4 ทฤษฎีบุคลิกภาพแบบมนุษยนิยม (Humanist Personality Theory) 3.5 ทฤษฎีบุคลิกภาพการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) 3.6 จิตวิทยาเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality Psychology)	
7	16 ธ.ค. 62	19-21	4. บุคลิกภาพของนักการตลาด 4.1 ความหมายของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 4.2 ความหมายและหน้าที่ของนักการตลาด 4.3 ความสำคัญของการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 4.4 คุณสมบัติของนักการตลาด	
8	23 ธ.ค. 62	22-24	4. บุคลิกภาพของนักการตลาด 4.5 บุคลิกภาพภายในและภายนอก 4.6 คุณลักษณะของนักการตลาดที่ประสบผลสำเร็จ 4.7 กลยุทธ์ทางการตลาดของนักการตลาด 4.8 ตัวอย่างนักการตลาดที่ประสบความสำเร็จ	
9	30 ธ.ค. 62	-	สอบกลางภาค	
10	6 ม.ค. 63	25-27	5. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ 5.1 หลักการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 5.2 กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด 5.3 การวิเคราะห์ตนเอง 5.4 การพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก	
11	13 ม.ค. 63	28-30	5. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ (ต่อ) 5.5 การพัฒนาบุคลิกภาพภายใน 5.6 การประยุกต์ใช้กับตนเอง 5.7 บุคลิกภาพและความสำเร็จ	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
12	20 ม.ค. 63	31-33	6. ศิลปะการสื่อสาร 6.1 ความหมายของการสื่อสาร 6.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร 6.3 คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร 6.4 การสื่อสารทางการตลาด 6.5 ลักษณะของการสื่อสารที่ดี	
13	27 ม.ค. 63	34-36	6. ศิลปะการสื่อสาร 6.6 ลักษณะการพูดเพื่อการสื่อสารโดยทั่วไป 6.7 การพัฒนาการสื่อสาร 6.8 ศิลปะการสื่อสารที่ดี 6.9 ศิลปะการพูดโน้มน้าวใจ 6.10 ศิลปะการสื่อสารของนักการตลาด	
14	3 ก.พ. 63	37-39	7. มารยาททางสังคม 7.1 ความหมายของมารยาท 7.2 ความสำคัญของมารยาท 7.3 มารยาทที่สำคัญของนักการตลาด 7.4 มารยาทในการแนะนำตัว 7.5 เทคนิคการทักทาย 7.6 จรรยาบรรณที่ดีของนักการตลาด 7.7 มารยาทในการพูดคุยเพื่อสร้างความเป็นกันเอง 7.8 มารยาทในการพุดนัดพบเพื่อกิจธุระ	
15	10 ก.พ. 63	40-42	หยุดชดเชยวันมาฆบูชา	
16	17 ก.พ. 63	43-45	8. เทคนิคการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า 8.1 ความหมายและความสำคัญของลูกค้า 8.2 ประเภทของลูกค้า 8.3 ความสำคัญของการสร้างความประทับใจของลูกค้า 8.4 เทคนิคการสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบ	
17	24 ก.พ. 63	46-48	8. เทคนิคการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า 8.5 เทคนิคการสร้างความประทับใจแบบ Service Mind 8.6 เทคนิคการสร้างความประทับใจแบบนักการตลาด 8.7 เทคนิคการบริการเพื่อสร้างความประทับใจ	
18	2 มี.ค. 63	-	สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

สุภาพร หลักหาญ. (2559). การพัฒนาบุคลิกภาพนักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. จังหวัดหัวหินที่พิมพ์ .
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ พัฒนาวิชาการ (2535) จำกัด