

ลักษณะรายวิชา

1. รหัสและชื่อวิชา 20218412 เทคนิคการนำเสนอ
(Presentation Technique)
2. สภาพรายวิชา วิชาซีพีเลือก
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาการตลาด
3. ระดับรายวิชา ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 1
4. รายวิชาพื้นฐาน -
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. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเทคนิคการนำเสนอ
 2. มีทักษะการเลือกวิธีการและการนำเสนอ
 3. มีบุคลิกภาพและทักษะการนำเสนอ
 4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อเทคนิคการนำเสนอ
8. คำอธิบายรายวิชา ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการนำเสนอ หลักการสื่อสาร การวิเคราะห์
กลุ่มเป้าหมาย การเตรียมข้อมูล ประเภทของสื่อการเลือกใช้สื่อ เครื่องมือ
และอุปกรณ์การนำเสนอ วิธีการนำเสนอ การแก้ปัญหาและการประเมินผล
การนำเสนอ

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. แนวความคิดการสื่อสารในการนำเสนอและองค์ประกอบการนำเสนอ 1.1 วัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร 1.2 กระบวนการติดต่อสื่อสาร 1.3 ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร 1.4 วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 1.5 ส่วนประสมการนำเสนอขาย 1.6 การสื่อสารที่โน้มน้าวใจลูกค้า 1.7 การนำเสนอที่สามารถมองเห็นได้ 1.8 ข้อพิสูจน์ในการสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ 1.9 ความร่วมมืออันเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ	4	4
2	2. ประเภทของลูกค้าในการนำเสนอ 2.1 ความหมายของลูกค้ามุ่งหวัง 2.2 วิธีการแสวงหารายชื่อลูกค้ามุ่งหวัง 2.3 ประเภทของลูกค้ามุ่งหวัง	4	4
3	3. การเตรียมตัวก่อนการนำเสนอ 3.1 การเตรียมตัวของพนักงานขาย 3.2 การสร้างความเชื่อถือ ในตนเองและกิจการ 3.3 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3.4 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า 3.5 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	4	4
4	4. การเข้าพบเพื่อนำเสนอ 4.1 ความสำคัญของการเข้าพบ 4.2 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเข้าพบผู้มุ่งหวัง 4.3 วิธีการเข้าพบเพื่อนำเสนอต่อผู้มุ่งหวัง 4.4 วิธีการเข้าพบเพื่อเสนอขายที่ดี	4	4
5	5. เทคนิคการนำเสนอ 5.1 ความสำคัญของเทคนิคการนำเสนอ 5.2 ลักษณะของการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 5.3 การเตรียมการนำเสนอ 5.4 ขั้นตอนการการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	5.5 ประเภทของข้อโต้แย้งที่เกิดจากการนำเสนอ 5.6 เทคนิคการปิดการนำเสนอ 5.7 การให้บริการลูกค้า	4	4
6	6. บุคลิกภาพผู้นำเสนอ 6.1 ความสำคัญของบุคลิกภาพผู้นำเสนอ 6.2 ความหมายของบุคลิกภาพ 6.3 ทฤษฎีบุคลิกภาพของผู้นำและทฤษฎีคุณลักษณะ 6.4 คุณลักษณะของบุคลิกภาพผู้นำเสนอที่ดี 6.5 บุคลิกภาพของนักขายที่นายจ้างต้องการ 6.6 การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อความสำเร็จในการนำเสนอ 6.7 การปรับปรุงพัฒนาบุคลิกภาพ	4	4
7	7. การนำเสนอทางสื่อ 7.1 ความสำคัญของการนำเสนอทางสื่อ 7.2 ความหมายของสื่อ 7.3 ประเภทของสื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ 7.4 ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท 7.5 หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการนำเสนอ	4	4
8	8. รูปแบบการนำเสนอและการประเมินผลการนำเสนอ 8.1 ความสำคัญของรูปแบบการนำเสนอ 8.2 ความหมายของรูปแบบการนำเสนอ 8.3 การสาธิตที่ทำให้เกิดความกระจำงัด 8.4 ศิลปะการแสดงแบบละคร 8.5 การแสดงสินค้า 8.6 การตรวจสอบความเข้าใจของผู้มุ่งหวังบ่อย ๆ 8.7 ภาพลักษณ์ในการนำเสนอ 8.8 การใช้คำพูดและภาษา 8.9 ความสำคัญของการประเมินผลการนำเสนอ 8.10 ความหมายของการประเมินผลการนำเสนอ 8.11 การประเมินผลการนำเสนอ 8.12 ลักษณะของการประเมินการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 8.13 ปัญหาของการประเมินผลงาน 8.14 ประโยชน์ของการประเมินผลงาน	4	4

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. แนวความคิดการสื่อสารในการนำเสนอและองค์ประกอบการนำเสนอ 1.1 สามารถอธิบายวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารได้ 1.2 สามารถอธิบายกระบวนการติดต่อสื่อสารได้ 1.3 สามารถบอกขั้นตอนการสื่อสารการขายได้ 1.4 สามารถอธิบายและจำแนกวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพได้ 1.5 บอกส่วนประสมการนำเสนอขายได้ 1.6 อธิบายการสื่อสารที่โน้มน้าวใจลูกค้าได้ 1.7 อธิบายการนำเสนอที่สามารถมองเห็นได้ 1.8 อธิบายวิธีการสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจโดยข้อพิสูจน์ได้ 1.9 บอกเทคนิคการดึงดูดใจให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการนำเสนอได้	4	4
2	2. ประเภทของลูกค้าในการนำเสนอ 2.1 สามารถอธิบายความหมายของลูกค้ามุ่งหวังได้ 2.2 สามารถอธิบายและจำแนกวิธีการแสวงหารายชื่อลูกค้ามุ่งหวังได้ 2.3 สามารถอธิบายและจำแนกประเภทลูกค้ามุ่งหวังได้	4	4
3	3. การเตรียมตัวก่อนการนำเสนอ 3.1 สามารถอธิบายการเตรียมตัวของพนักงานขายได้ 3.2 สามารถอธิบายการสร้างความสำเร็จในตนเองและกิจการได้ 3.3 สามารถอธิบายการเตรียมความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ 3.4 สามารถอธิบายการเตรียมความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าได้ 3.5 สามารถอธิบายการเตรียมความรู้เกี่ยวกับลูกค้าได้	4	4
4	4. การเข้าพบเพื่อนำเสนอ 4.1 สามารถอธิบายความสำคัญของการเข้าพบได้ 4.2 สามารถบอกสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเข้าพบผู้มุ่งหวังได้ 4.3 สามารถอธิบายวิธีการเข้าพบเพื่อนำเสนอต่อผู้มุ่งหวังได้ 4.4 สามารถอธิบายและยกตัวอย่างวิธีการเข้าพบเพื่อนำเสนอที่ดีที่สุดได้	4	4
5	5. เทคนิคการนำเสนอ 5.1 สามารถอธิบายลักษณะของการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพได้ 5.2 สามารถอธิบายการเตรียมการนำเสนอได้ 5.3 สามารถอธิบายขั้นตอนการการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพได้	4	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	5.4 สามารถอธิบายประเภทของข้อโต้แย้งที่เกิดจากการนำเสนอได้ 5.5 สามารถอธิบายเทคนิคการปิดการนำเสนอได้ 5.6 สามารถอธิบายการให้บริการลูกค้าได้		
6	6. บุคลิกภาพผู้นำเสนอ 6.1 สามารถอธิบายความหมายของบุคลิกภาพได้ 6.2 สามารถอธิบายคุณลักษณะของบุคลิกภาพผู้นำเสนอที่ดีได้ 6.3 สามารถนำหลักการพัฒนาบุคลิกภาพมาประยุกต์ใช้ได้	4	4
7	7. การนำเสนอทางสื่อ 7.1 อธิบายความหมายของสื่อได้ 7.2 อธิบายประเภทของสื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้ 7.3 อธิบายลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทได้ 7.4 อธิบายหลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการนำเสนอได้	4	4
8	8. รูปแบบการนำเสนอและการประเมินผลการนำเสนอ 8.1 บอกความหมายของรูปแบบการนำเสนอได้ 8.2 อธิบายความสำคัญของรูปแบบการนำเสนอได้ 8.3 อธิบายการสาธิตที่ทำให้เกิดความกระจำชัดได้ 8.4 อธิบายศิลปะการแสดงแบบละครได้ 8.5 อธิบายการแสดงสินค้าได้ 8.6 อธิบายการตรวจสอบความเข้าใจได้ 8.7 อธิบายภาพลักษณ์ในการนำเสนอได้ 8.8 อธิบายการใช้คำพูดและภาษาได้ 8.9 บอกความหมายของการประเมินผลการนำเสนอได้ 8.10 อธิบายการประเมินผลการนำเสนอได้ 8.11 อธิบายลักษณะของการประเมินการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 8.12 อธิบายปัญหาของการประเมินผลงานได้ 8.13 อธิบายประโยชน์ของการประเมินผลงานได้	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 40
 - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
 - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 50 คะแนน หรือร้อยละ 50

โดยจัดแบ่งน้ำหนักคะแนนในแต่ละหน่วยตามตารางหน้าถัดไป

2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา

ผู้ที่ผ่านรายวิชานี้จะต้อง

 - 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	แนวความคิดการสื่อสารในการนำเสนอและองค์ประกอบ การนำเสนอ	5	1	1	1		2
2	ประเภทของลูกคำในการนำเสนอ	5	1	1	1		2
3	การเตรียมตัวก่อนการนำเสนอ	5	1	1	1		2
4	การเข้าพบเพื่อนำเสนอ	5	1	1	1		2
5	เทคนิคการนำเสนอ	5	1	1	1		2
6	บุคลิกภาพผู้นำเสนอ	5	1	1	1		2
7	การนำเสนอทางสื่อ	10	2	3	2	1	20
8	รูปแบบการนำเสนอและการประเมินผลการนำเสนอ	10		1	1		8
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	50					40
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นการบูรณาการ ทุกหน่วย)	40					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	7 พ.ย. 2562	1 - 4	บทเรียนที่ 1. แนวความคิดการสื่อสารในการนำเสนอและองค์ประกอบการนำเสนอ 1.1 วัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร 1.2 กระบวนการติดต่อสื่อสาร 1.3 ขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร 1.4 วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	
2	14 พ.ย. 2562	5 - 8	บทเรียนที่ 1. แนวความคิดการสื่อสารในการนำเสนอและองค์ประกอบการนำเสนอ (ต่อ) 1.5 ส่วนประสมการนำเสนอขาย 1.6 การสื่อสารที่โน้มน้าวใจลูกค้า 1.7 การนำเสนอที่สามารถมองเห็นได้ 1.8 ข้อพิสูจน์ในการสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ 1.9 ความร่วมมืออันเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จ	
3	21 พ.ย. 2562	9 - 12	บทเรียนที่ 2. ประเภทของลูกค้าในการนำเสนอ 2.1 ความหมายของลูกค้ามุ่งหวัง 2.2 วิธีการแสวงหารายชื่อลูกค้ามุ่งหวัง	
4	28 พ.ย. 2562	13 - 16	บทเรียนที่ 2. ประเภทของลูกค้าในการนำเสนอ (ต่อ) 2.3 ประเภทของลูกค้ามุ่งหวัง	
5	5 ธ.ค. 2562	17 - 20	หยุดชดเชยวันคล้ายวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช	
6	12 ธ.ค. 2562	21 - 24	บทเรียนที่ 3. การเตรียมตัวก่อนการนำเสนอ 3.1 การเตรียมตัวของพนักงานขาย 3.2 การสร้างความเชื่อถือในตนเองและกิจการ 3.3 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับกิจการ 3.4 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า 3.5 การเตรียมความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	
7	19 ธ.ค. 2562	25 - 28	บทเรียนที่ 4. การเข้าพบเพื่อนำเสนอ 4.1 ความสำคัญของการเข้าพบ 4.2 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเข้าพบผู้มุ่งหวัง 4.3 ความสำคัญของการเข้าพบ 4.4 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเข้าพบผู้มุ่งหวัง	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
8	26 ธ.ค. 2562	29 - 32	บทเรียนที่ 4. การเข้าพบเพื่อนำเสนอ (ต่อ) 4.5 วิธีการเข้าพบเพื่อนำเสนอต่อผู้มุ่งหวัง 4.6 วิธีการเข้าพบเพื่อนำเสนอที่ดี	
9	2 ม.ค. 2563	33 - 36	สอบกลางภาค	
10	9 ม.ค. 2563	37 - 40	บทเรียนที่ 5. เทคนิคการนำเสนอ 5.1 ความสำคัญของเทคนิคการนำเสนอ 5.2 ลักษณะของการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 5.3 การเตรียมการนำเสนอ	
11	16 ม.ค. 2563	41 - 44	บทเรียนที่ 5. เทคนิคการนำเสนอ (ต่อ) 5.4 ขั้นตอนการการนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ 5.5 ประเภทของข้อโต้แย้งที่เกิดจากการนำเสนอ 5.6 เทคนิคการปิดการนำเสนอ 5.7 การให้บริการลูกค้า	
12	23 ม.ค. 2563	45 - 48	บทเรียนที่ 6. บุคลิกภาพผู้นำเสนอ 6.1 ความสำคัญของบุคลิกภาพผู้นำเสนอ 6.2 ความหมายของบุคลิกภาพ 6.3 ทฤษฎีบุคลิกภาพของผู้นำและทฤษฎีคุณลักษณะ	
13	30 ม.ค. 2563	49 - 52	บทเรียนที่ 6. บุคลิกภาพผู้นำเสนอ (ต่อ) 6.4 คุณลักษณะของบุคลิกภาพผู้นำเสนอที่ดี 6.5 บุคลิกภาพของนักขายที่นายจ้างต้องการ 6.6 การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อความสำเร็จในการนำเสนอ 6.7 การปรับปรุงพัฒนาบุคลิกภาพ	
14	6 ก.พ. 2563	53 - 56	บทเรียนที่ 7 การนำเสนอทางสื่อ 7.1 ความสำคัญของการนำเสนอทางสื่อ 7.2 ความหมายของสื่อ 7.3 ประเภทของสื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์	
15	13 ก.พ. 2563	57- 60	บทเรียนที่ 7. การนำเสนอทางสื่อ (ต่อ) 7.4 ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท 7.5 หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการนำเสนอ	

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
16	20 ก.พ. 2563	61 - 64	บทเรียนที่ 8. รูปแบบการนำเสนอและการประเมินผลการนำเสนอ 8.1 ความสำคัญของรูปแบบการนำเสนอ 8.2 ความหมายของรูปแบบการนำเสนอ 8.3 การสาธิตที่ทำให้เกิดความกระจำชัด 8.4 ศิลปะการแสดงแบบละคร 8.5 การแสดงสินค้า 8.6 การตรวจสอบความเข้าใจของผู้มุ่งหวังบ่อย ๆ 8.7 ภาพลักษณ์ในการนำเสนอ	
17	27 ก.พ. 2563	65 - 68	บทเรียนที่ 8. รูปแบบการนำเสนอและการประเมินผลการนำเสนอ (ต่อ) 8.8 การใช้คำพูดและภาษา 8.9 ความสำคัญของการประเมินผลการนำเสนอ 8.10 ความหมายของการประเมินผลการนำเสนอ 8.11 การประเมินผลการนำเสนอ 8.12 ลักษณะของการประเมินการนำเสนออย่างมี ประสิทธิภาพ 8.13 ปัญหาของการประเมินผลงาน 8.14 ประโยชน์ของการประเมินผลงาน	
18	4-8 มี.ค. 2563	69 - 72	สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

วิไลลักษณ์ ช่อนกลิ่น และสิริชัย สุวรรณประภา. เทคนิคการนำเสนอ. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริม
วิชาการ, 2558.