

## ลักษณะรายวิชา

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 1. รหัสและชื่อวิชา    | 10218413 การขายออนไลน์<br>Online Selling  |
| 2. สภาพรายวิชา        | วิชาชีพเลือก<br>หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ  |
| 3. ระดับรายวิชา       | ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 2  |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน     | -   |
| 5. เวลาศึกษา          | ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 5 ชั่วโมง และนักศึกษา<br>จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์<br>(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค)  |
| 6. จำนวนหน่วยกิต      | 3 หน่วยกิต  |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจหลักการและกระบวนการขายออนไลน์</li> <li>2. มีทักษะในการขายสินค้าออนไลน์</li> <li>3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ความรับผิดชอบความสนใจใฝ่รู้และความละเอียดรอบคอบ</li> </ol>                                 |
| 8. คำอธิบายรายวิชา    | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการขายออนไลน์รูปแบบ และ<br>ประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์<br>ตลาดเป้าหมาย แนวโน้มการตลาดออนไลน์ จรรยาบรรณการขายออนไลน์<br>กฎหมาย และองค์การที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการ<br>สื่อสารการขายออนไลน์ |

## การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. หลักการและกระบวนการขายออนไลน์</b> 1.1 ความหมายของการขายออนไลน์ 1.2 ความสำคัญของการขายออนไลน์ 1.3 หลักการขายออนไลน์ 1.4 กระบวนการขายออนไลน์ 1.5 วิวัฒนาการการขายออนไลน์	2	8
2	<b>2. รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์</b> 2.1 ความรู้พื้นฐานที่ควรมีในการขายออนไลน์ 2.2 รูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ 2.3 ขั้นตอนการขายออนไลน์ 2.4 เทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2.5 ประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	2	8
3	<b>3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์</b> 3.1 ตลาดออนไลน์ 3.2 องค์ประกอบสำคัญของการทำตลาดออนไลน์ 3.3 ธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ 3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ 3.5 คู่แข่งขันในตลาดออนไลน์	2	8
4	<b>4. ตลาดเป้าหมาย</b> 4.1 ตลาดเป้าหมาย(Target Market) ของตลาดออนไลน์ 4.2 ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย 4.3 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ในตลาดออนไลน์ 4.4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค(Target Customer Analysis) ที่เป็นตลาดเป้าหมาย 4.5 วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมายของผู้ขายออนไลน์	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<p><b>5. จรรยาบรรณการขายออนไลน์</b></p> <p>5.1 ความหมายของจรรยาบรรณและความสำคัญของจรรยาบรรณ\ในการขายออนไลน์</p> <p>5.2 จรรยาบรรณของผู้ขายออนไลน์ที่พึงปฏิบัติ ต่อตนเอง ลูกค้า และคู่แข่ง</p> <p>5.3 จรรยาบรรณการใช้อินเทอร์เน็ตและจรรยาบรรณที่พึงปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์</p> <p>5.4 การเสริมสร้างให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และเชื่อถือ ศรัทธาต่อผู้ขายออนไลน์</p> <p>5.5 เทคนิคการซื้อของผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเพื่อป้องกันกลุ่มมิจฉาชีพออนไลน์</p>	2	8
6	<p><b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</b></p> <p>6.1 ความหมายและ ลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>6.2 คุณลักษณะเด่นของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>6.3 เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์</p> <p>6.4 เทคนิคการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</p> <p>6.5 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน</p> <p>6.6 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p>	2	8
7	<p><b>7. แนวโน้มการตลาดออนไลน์</b></p> <p>7.1 รูปแบบการสื่อสารของสังคมบนโลกอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</p> <p>7.2 รูปแบบของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</p> <p>7.3 รูปแบบการใช้เครื่องมือการสื่อสารในธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</p> <p>7.4 แนวโน้มการตลาดออนไลน์</p> <p>7.5 ปัญหา และการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์</p>	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
8	<p>8. กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</p> <p>8.1 กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ(Information Law) ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านเครือข่าย</p> <p>8.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</p> <p>8.3 องค์กรและหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</p>	2	8

## จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. หลักการและกระบวนการขายออนไลน์</b> 1.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของการขายออนไลน์ได้ 1.2 อธิบายความสำคัญของการขายออนไลน์ได้ 1.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการขายออนไลน์ได้ 1.4 อธิบายกระบวนการขายออนไลน์ได้ 1.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับวิวัฒนาการการการขายออนไลน์ได้	2	8
2	<b>2. รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์</b> 2.1 แสดงความรู้พื้นฐานที่ควรมีในการขายออนไลน์ได้ 2.2 อธิบายรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ได้ 2.3 อธิบายขั้นตอนการขายออนไลน์ได้ 2.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ 2.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์ได้	2	8
3	<b>3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์</b> 3.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบตลาดออนไลน์ได้ 3.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญของการทำตลาดออนไลน์ได้ 3.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ได้ 3.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ 3.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งในในตลาดออนไลน์ได้	2	8
4	<b>4. ตลาดเป้าหมาย</b> 4.1 บอกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับตลาดเป้าหมายของตลาดออนไลน์ได้ 4.2 บอกความรู้เกี่ยวกับประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมายได้ 4.3 อธิบายความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ 4.4 บอกความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย 4.5 อธิบายความรู้เกี่ยวกับวิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมายของผู้ขาย	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<p><b>5. จรรยาบรรณการขายออนไลน์</b></p> <p>5.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของจรรยาบรรณและความสำคัญของจรรยาบรรณในการขายออนไลน์ได้</p> <p>5.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณของผู้ขายออนไลน์ที่มีต่อลูกค้าและคู่แข่งชั้นได้</p> <p>5.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และจรรยาบรรณที่พึงปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์</p> <p>5.4 อธิบายวิธีการเสริมสร้างให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ เชื่อถือและศรัทธาต่อผู้ขายออนไลน์ได้</p> <p>5.5 บอกเทคนิคการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเพื่อป้องกันกลุ่มมิจฉาชีพออนไลน์</p>	2	8
6	<p><b>6. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</b></p> <p>6.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>6.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะเด่นของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้</p> <p>6.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ได้</p> <p>6.4 อธิบายเทคนิคการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ได้</p> <p>6.5 อธิบายแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันได้</p> <p>6.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้</p>	2	8
7	<p><b>7. แนวโน้มการตลาดออนไลน์</b></p> <p>7.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ได้</p> <p>7.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดออนไลน์ได้</p> <p>7.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัญหาและการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์ได้</p>	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
8	<p>8. กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</p> <p>8.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายออนไลน์ได้</p> <p>8.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ได้</p>	2	8

## 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	ได้ระดับคะแนน B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 70	ได้ระดับคะแนน B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 65	ได้ระดับคะแนน C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 60	ได้ระดับคะแนน C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 55	ได้ระดับคะแนน D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 50	ได้ระดับคะแนน D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 0	ได้ระดับคะแนน F



## ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน  ข้อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	หลักการและกระบวนการขายออนไลน์	10	4	2	2		2
2	รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	12	4	3	3		2
3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	12	4	3	3		2
4	ตลาดเป้าหมาย	12	4	3	3		2
5	จรรยาบรรณการขายออนไลน์	10	4	2	2		2
6	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์	12	4	3	3		2
7	แนวโน้มการตลาดออนไลน์	12	4	3	3		2
8	กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	10	4	2	2		2
ก	คะแนนภาควิชาการ	50	32	21	21		16
ข	คะแนนภาคผลงาน	40					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

## กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	8 พ.ย. 2561	1-4	<b>บทเรียนที่ 1. หลักการและกระบวนการขายออนไลน์</b> 1.1 ความหมายของการขายออนไลน์	
	9 พ.ย. 2561	5	1.2 ความสำคัญของการขายออนไลน์	
2	15 พ.ย. 2561	6-7	<b>บทเรียนที่ 1. หลักการและกระบวนการขายออนไลน์(ต่อ)</b> 1.3 หลักการขายออนไลน์	
	16 พ.ย. 2561	10	1.4 กระบวนการขายออนไลน์ 1.5 วิวัฒนาการการขายออนไลน์	
3	22 พ.ย. 2561	11-14	<b>บทเรียนที่ 2. รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์</b> 2.1 ความรู้พื้นฐานที่ควรมีในการขายออนไลน์	
	23 พ.ย. 2561	15	2.2 รูปแบบการขายสินค้าออนไลน์	
4	29 พ.ย. 2561	16-19	<b>บทเรียนที่ 3. รูปแบบและประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์(ต่อ)</b> 2.3 ขั้นตอนการขายออนไลน์	
	30 พ.ย. 2561	20	2.4 เทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2.5 ประโยชน์การขายสินค้าออนไลน์	
5	6 ธ.ค. 2561	21-24	<b>บทเรียนที่ 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์</b> 3.1 ตลาดออนไลน์	
	7 ธ.ค. 2561	25	3.2 องค์ประกอบสำคัญของการทำตลาดออนไลน์ 3.3 ธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	
6	13 ธ.ค. 2561	26-29	<b>บทเรียนที่ 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์(ต่อ)</b> 3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	
	14 ธ.ค. 2561	30	3.5 คู่แข่งขันในตลาดออนไลน์	
7	20 ธ.ค. 2561	31-34	<b>บทเรียนที่ 4. ตลาดเป้าหมาย</b> 4.1 ตลาดเป้าหมาย(Target Market) ของตลาดออนไลน์	
	21 ธ.ค. 2561	35	4.2 ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย 4.3 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ในตลาดออนไลน์	
8	27 ธ.ค. 2561	36-39	<b>บทเรียนที่ 4. ตลาดเป้าหมาย(ต่อ)</b> 4.4 การวิเคราะห์ผู้บริโภค(Target Customer Analysis)	

			ที่เป็นตลาดเป้าหมาย	
	28 ธ.ค. 2561	40	4.5 วิธีการเข้าถึงตลาดเป้าหมายของผู้ขายออนไลน์	
9	3 ม.ค. 2562	41-45	<b>สอบกลางภาค</b>	
10	10 ม.ค. 2562	46-49	<b>บทเรียนที่ 5. จรรยาบรรณการขายออนไลน์</b>	
			5.1 ความหมายของจรรยาบรรณและความสำคัญของจรรยาบรรณในการขายออนไลน์	
	11 ม.ค. 2562	50	5.2 จรรยาบรรณของผู้ขายออนไลน์ที่พึงปฏิบัติ ต่อตนเองลูกค้าและคู่แข่ง	
11	17 ม.ค. 2562	51-54	<b>บทเรียนที่ 5. จรรยาบรรณการขายออนไลน์(ต่อ)</b>	
			5.3 จรรยาบรรณการใช้อินเทอร์เน็ตและจรรยาบรรณที่พึงปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	
			5.4 การเสริมสร้างให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และเชื่อถือศรัทธาต่อผู้ขายออนไลน์	
	18 ม.ค. 2562	55	5.5 เทคนิคการซื้อของผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเพื่อป้องกันกลุ่มมิจฉาชีพออนไลน์	
12	24 ม.ค. 2562	56-59	<b>บทเรียนที่ 6. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์</b>	
			6.1 ความหมายและ ลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	
			6.2 คุณลักษณะเด่นของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	
	25 ม.ค. 2562	60	6.3 เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์	
13	31 ม.ค. 2562	61-64	<b>บทเรียนที่ 6. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์(ต่อ)</b>	
			6.4 เทคนิคการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์	
			6.5 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน	
	1 ก.พ. 2562	65	6.6 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	
14	7 ก.พ. 2562	66-69	<b>บทเรียนที่ 7. แนวโน้มการตลาดออนไลน์</b>	
			7.1 รูปแบบการสื่อสารของสังคมบนโลกอินเทอร์เน็ตที่	

	8 ก.พ. 2562	70	เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ 7.2 รูปแบบของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์	
15	14 ก.พ. 2562	71-74	<b>บทเรียนที่ 7. แนวโน้มการตลาดออนไลน์</b> 7.3 รูปแบบการใช้เครื่องมือการสื่อสารในธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ 7.4 แนวโน้มการตลาดออนไลน์	
	15 ก.พ. 2562	75	7.5 ปัญหา และการแก้ไขปัญหาของการทำตลาดออนไลน์	
16	21,22 ก.พ. 2562	76-80	<b>บทเรียนที่ 8. กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</b> 8.1 กฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ(Information Law) ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านเครือข่าย	
17	28 ก.พ. 2562	81-84	<b>บทเรียนที่ 8. กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์</b>	
	1 มี.ค. 2562	85	8.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์ 8.3 องค์กรและหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขายออนไลน์	
18	4-8 มี.ค. 2562	86-90	<b>สอบปลายภาค</b>	

## บรรณานุกรม

พนิตตา ตันธเนศและคณะ. 2559. การขายออนไลน์. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดกรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์พัฒนา  
วิชาการ