

## ลักษณะรายวิชา

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 1. รหัสและชื่อวิชา    | 10200205 การขายเบื้องต้น 2<br>Basic Selling 2   |
| 2. สภาพรายวิชา        | วิชาชีพพื้นฐาน<br>หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ  |
| 3. ระดับรายวิชา       | ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 1  |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน     | 10200204 การขายเบื้องต้น 1 (Basic Selling 1)  |
| 5. เวลาศึกษา          | ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 3 ชั่วโมง และนักศึกษา<br>จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์<br>(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค)  |
| 6. จำนวนหน่วยกิต      | 2 หน่วยกิต  |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจกระบวนการขายและจรรยาบรรณของนักขาย</li> <li>2. เข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานขาย</li> <li>3. มีทักษะในการปฏิบัติงานขายตามกระบวนการขายและบริการลูกค้า</li> <li>4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบความอดทนความ<br/>ซื่อสัตย์และจิตบริการ</li> </ol> |
| 8. คำอธิบายรายวิชา    | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับกระบวนการขายการแสวงหาลูกค้าการเตรียมตัวก่อนเข้า<br>พบการเข้าพบการเสนอขายการตอบข้อโต้แย้งการปิดการขายการติดตามผลหลังการ<br>ขายการบริการก่อนและหลังการขาย จรรยาบรรณของนักขายเทคโนโลยีสารสนเทศ<br>และการสื่อสารการขาย  |

## การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย</b> 1.1 ความหมายของการขาย 1.2 บทบาทของการขาย 1.3 ประเภทของการประกอบอาชีพการขาย 1.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย 1.5 การพัฒนาพนักงานขาย 1.6 คุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขาย 1.7 กระบวนการขาย	1	2
2	<b>2. การแสวงหาผู้มุ่งหวัง</b> 2.1 ความรู้เกี่ยวกับผู้มุ่งหวัง 2.2 การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังด้วยทฤษฎีการขาย 2.3 ประเภทของผู้มุ่งหวัง 2.4 วิธีการแสวงหาผู้มุ่งหวัง 2.5 ประโยชน์ของการแสวงหาผู้มุ่งหวัง <b>3. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 3.1 การวางแผนการขาย 3.2 การเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผู้มุ่งหวัง 3.3 การนัดหมายล่วงหน้า 3.4 การเตรียมความพร้อม 3.5 การเตรียมความรู้ 3.6 การวางแผนการเข้าพบ	2	4
3	<b>4. การเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 4.1 ทฤษฎีการขาย 4.2 การแต่งกายสำหรับการเข้าพบ 4.3 จุดประสงค์ของการเข้าพบ 4.4 วิธีการเข้าพบผู้มุ่งหวัง 4.5 สิ่งจำเป็นที่ช่วยให้พนักงานขายเข้าพบอย่างมีประสิทธิภาพ	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	<b>5. การเสนอขายและการสาธิต</b> 5.1 ความรู้เกี่ยวกับการเสนอขาย 5.2 สิ่งที่พนักงานขายควรนำเสนอในการเสนอขาย 5.3 เทคนิคการเสนอขาย 5.4 รูปแบบการเสนอขาย 5.5 การเสนอขายที่มีประสิทธิภาพ 5.6 การสาธิตสินค้า 5.7 การสาธิตที่มีประสิทธิภาพ	2	4
5	<b>6. การตอบข้อโต้แย้ง</b> 6.1 ความหมายของข้อโต้แย้ง 6.2 สาเหตุของการเกิดข้อโต้แย้ง 6.3 เทคนิคการจัดการกับข้อโต้แย้ง 6.4 กลยุทธ์ในการขจัดข้อโต้แย้ง 6.5 รูปแบบของข้อโต้แย้ง 6.6 การเตรียมตัวเพื่อตอบข้อโต้แย้ง	2	4
6	<b>7. การปิดการขาย</b> 7.1 ความหมายของการปิดการขาย 7.2 หลักสำคัญของการปิดการขาย 7.3 บุคลิกภาพของนักปิดการขายที่ดี 7.4 สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้ 7.5 ลักษณะของพนักงานขายที่ไม่สามารถปิดการขายได้ 7.6 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปิดการขาย 7.7 ปัจจัยที่ทำให้การปิดการขายประสบผลสำเร็จ 7.8 ยุทธวิธีในการปิดการขาย	2	4
7	<b>8. การติดตามผลหลังการขาย</b> 8.1 จุดประสงค์ของการติดตามผลหลังการขาย 8.2 วิธีปฏิบัติในการติดตามผลหลังการขาย 8.3 ผลที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลหลังการขาย 8.4 ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย 8.5 เทคนิคการติดตามผลหลังการขาย 8.6 การจัดการกับปัญหาที่มักเกิดขึ้นจากการติดตามผลหลังการขาย	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
8	<b>9. การบริการก่อนการขายและหลังการขาย</b> 9.1 ลักษณะการให้บริการ 9.2 วิธีการให้บริการหลังการขาย 9.3 สาเหตุการเกิดข้อบกพร่องในการบริการหลังการขาย 9.4 วิธีการแก้ปัญหาจากการให้บริการหลังการขาย 9.5 ประโยชน์จากการให้บริการหลังการขาย 9.6 การจัดการกับคำว่าร้องเรียน	1	2
9	<b>10. จรรยาบรรณของนักขาย</b> 10.1 ความหมายของจรรยาบรรณ 10.2 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อกิจการ 10.3 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อลูกค้า 10.4 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อตนเอง 10.5 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อสังคม 10.6 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อคู่แข่ง 10.7 จรรยาบรรณของธุรกิจขายตรงโลก <b>11. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการขาย</b> 11.1 ความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศ 11.2 ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการขาย 11.3 การสื่อสารการขายทางอินเทอร์เน็ต 11.4 ลักษณะธุรกิจการค้าในเครือข่ายดิจิทัล 11.5 ความเจริญก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 11.6 อี-คอมเมิร์ซ 11.7 การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 11.8 เปรียบเทียบระหว่างระบบการค้าแบบเก่าและการทำธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์	2	4

## จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย</b> 1.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของการขายได้ 1.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับบทบาทของการขายได้ 1.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของการประกอบอาชีพการขายได้ 1.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 1.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาพนักงานขายได้ 1.6 ปฏิบัติตามคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขายได้ 1.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขายได้	1	2
2	<b>2. การแสวงหาผู้มุ่งหวัง</b> 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผู้มุ่งหวังได้ 2.2 ปฏิบัติการวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังด้วยทฤษฎีการขายได้ 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของผู้มุ่งหวังได้ 2.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับวิธีการแสวงหาผู้มุ่งหวังได้ 2.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการแสวงหาผู้มุ่งหวังได้ <b>3. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 3.1 ปฏิบัติการวางแผนการขายได้ 3.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับการเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผู้มุ่งหวังได้ 3.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับการนัดหมายล่วงหน้าได้ 3.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมได้ 3.5 ปฏิบัติการเตรียมความรู้ได้ 3.6 ปฏิบัติการการวางแผนการเข้าพบได้	2	4
3	<b>4. การเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 4.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการขายได้ 4.2 ปฏิบัติการการแต่งกายสำหรับการเข้าพบได้ 4.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับจุดประสงค์ของการเข้าพบได้ 4.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับวิธีการเข้าพบผู้มุ่งหวังได้ 4.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับสิ่งจำเป็นที่ช่วยให้พนักงานขายเข้าพบอย่างมีประสิทธิภาพได้	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	<b>5. การเสนอขายและการสาธิต</b> 5.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับการเสนอขายได้ 5.2 ปฏิบัติสิ่งที่พนักงานขายควรนำเสนอในการเสนอขายได้ 5.3 ปฏิบัติเทคนิคการเสนอขายได้ 5.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการเสนอขายได้ 5.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับการเสนอขายที่มีประสิทธิภาพได้ 5.6 ปฏิบัติการสาธิตสินค้าได้ 5.7 ประยุกต์ใช้การสาธิตที่มีประสิทธิภาพได้	2	4
5	<b>6. การตอบข้อโต้แย้ง</b> 6.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของข้อโต้แย้งได้ 6.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับสาเหตุของการเกิดข้อโต้แย้งได้ 6.3 ประยุกต์ใช้เทคนิคการจัดการกับข้อโต้แย้งได้ 6.4 ประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการขจัดข้อโต้แย้งได้ 6.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับรูปแบบของข้อโต้แย้งได้ 6.6 ปฏิบัติการเตรียมตัวเพื่อตอบข้อโต้แย้งได้	2	4
6	<b>7. การปิดการขาย</b> 7.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของการปิดการขายได้ 7.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักสำคัญของการปิดการขายได้ 7.3 ปฏิบัติตามบุคลิกภาพของนักปิดการขายที่ดีที่สุดได้ 7.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับสาเหตุที่ทำให้พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้ 7.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับลักษณะของพนักงานขายที่ไม่สามารถปิดการขายได้ 7.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับช่วงเวลาที่เหมาะสมในการปิดการขายได้ 7.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้การปิดการขายประสบความสำเร็จได้ 7.8 ปฏิบัติตามยุทธวิธีในการปิดการขายได้	2	4
7	<b>8. การติดตามผลหลังการขาย</b> 8.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับจุดประสงค์ของการติดตามผลหลังการขายได้ 8.2 แสดงวิธีปฏิบัติในการติดตามผลหลังการขายได้	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	8.3 แสดงผลที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลหลังการขาย ได้ 8.4 ปฏิบัติตามขั้นตอนการติดตามผลหลังการขายได้ 8.5 แสดงเทคนิคการติดตามผลหลังการขายได้ 8.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับการจัดการกับปัญหาที่มักเกิดขึ้นจากการติดตามผลหลังการขายได้		
8	<b>9. การบริการก่อนการขายและหลังการขาย</b> 9.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับลักษณะการให้บริการได้ 9.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้บริการหลังการขายได้ 9.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับสาเหตุการเกิดข้อบกพร่องในการบริการได้ 9.4 ปฏิบัติการแก้ปัญหาจากการให้บริการหลังการขายได้ 9.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการให้บริการหลังการขายได้ 9.6 ปฏิบัติการจัดการกับคำว่าร้องเรียนได้	1	4
9	<b>10. จรรยาบรรณของนักศึกษา</b> 10.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายของจรรยาบรรณได้ 10.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อกิจการได้ 10.3 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อลูกค้าได้ 10.4 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อตนเองได้ 10.5 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อสังคมได้ 10.6 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อคู่แข่งชั้นได้ 10.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณของธุรกิจขายตรงโลกได้ <b>11. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการขาย</b> 11.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศได้ 11.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการขายได้ 11.3 ประยุกต์ใช้การสื่อสารการขายทางอินเทอร์เน็ตได้ 11.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับลักษณะธุรกิจการค้าในเครือข่ายดิจิทัลได้ 11.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยได้ 11.6 ประยุกต์ใช้อี-คอมเมิร์ซได้ 11.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ 11.8 แสดงความรู้เกี่ยวกับเปรียบเทียบระหว่างระบบการค้าแบบเก่าและการทำธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ได้	2	4

## การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 11 หน่วย แยกได้ 9 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
  - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
    - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 30 คะแนน หรือร้อยละ 30
    - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
    - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 60 คะแนน หรือร้อยละ 60 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	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย	7	2	2	2	-	1
2	การแสวงหาผู้มุ่งหวัง	7	2	2	2	-	1
3	การเตรียมตัวก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวัง	10	3	2	2	1	2
4	การเข้าพบผู้มุ่งหวัง	7	2	2	2	-	1
5	การเสนอขายและการสาธิต	10	3	2	2	1	2
6	การตอบข้อโต้แย้ง	10	3	2	2	1	2
7	การปิดการขาย	7	2	2	2	-	1
8	การติดตามผลหลังการขาย	10	3	2	2	1	2
9	การบริการก่อนการขายและหลังการขาย	7	2	2	2	-	1
10	จรรยาบรรณของนักขาย	7	2	2	2	-	1
11	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการขาย	8	2	2	2	-	2
ก	คะแนนภาควิชาการ	60	26	22	22	4	16
ข	คะแนนภาคผลงาน	30					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

## กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	5 พ.ย. 2562	1-3	<b>บทเรียนที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย</b> 1.1 ความหมายของการขาย 1.2 บทบาทของการขาย 1.3 ประเภทของการประกอบอาชีพการขาย 1.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย 1.5 การพัฒนาพนักงานขาย 1.6 คุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขาย 1.7 กระบวนการขาย	
2	12 พ.ย. 2562	4-6	<b>บทเรียนที่ 2 การแสวงหาผู้มุ่งหวัง</b> 2.1 ความรู้เกี่ยวกับผู้มุ่งหวัง 2.2 การวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังด้วยทฤษฎีการขาย 2.3 ประเภทของผู้มุ่งหวัง 2.4 วิธีการแสวงหาผู้มุ่งหวัง 2.5 ประโยชน์ของการแสวงหาผู้มุ่งหวัง	
3	19 พ.ย. 2562	7-9	<b>บทเรียนที่ 3 การเตรียมตัวก่อนเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 3.1 การวางแผนการขาย 3.2 การเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผู้มุ่งหวัง 3.3 การนัดหมายล่วงหน้า 3.4 การเตรียมความพร้อม 3.5 การเตรียมความรู้ 3.6 การวางแผนการเข้าพบ	
4	26 พ.ย. 2561	10-12	<b>บทเรียนที่ 4 การเข้าพบผู้มุ่งหวัง</b> 4.1 ทฤษฎีการขาย 4.2 การแต่งกายสำหรับการเข้าพบ 4.3 จุดประสงค์ของการเข้าพบ	
5	3 ธ.ค. 2562	11-15	<b>บทเรียนที่ 4 การเข้าพบผู้มุ่งหวัง(ต่อ)</b> 4.4 วิธีการเข้าพบผู้มุ่งหวัง 4.5 สิ่งจำเป็นที่ช่วยให้พนักงานขายเข้าพบอย่างมีประสิทธิภาพ	
6	10 ธ.ค. 2561	16-18	<b>หยุดชดเชยวันรัฐธรรมนูญ</b>	
7	17 ธ.ค. 2562	19-21	<b>บทเรียนที่ 5 การเสนอขายและการสาธิต</b>	

			<p>5.1 ความรู้เกี่ยวกับการเสนอขาย</p> <p>5.2 สิ่งที่พนักงานขายควรนำเสนอในการเสนอขาย</p> <p>5.3 เทคนิคการเสนอขาย</p> <p>5.4 รูปแบบการเสนอขาย</p> <p>5.5 การเสนอขายที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>5.6 การสาธิตสินค้า</p> <p>5.7 การสาธิตที่มีประสิทธิภาพ</p>	
8	24 ธ.ค. 2562	22-24	<p><b>บทเรียนที่ 6 การตอบข้อโต้แย้ง</b></p> <p>6.1 ความหมายของข้อโต้แย้ง</p> <p>6.2 สาเหตุของการเกิดข้อโต้แย้ง</p> <p>6.3 เทคนิคการจัดการกับข้อโต้แย้ง</p> <p>6.4 กลยุทธ์ในการจัดข้อโต้แย้ง</p> <p>6.5 รูปแบบของข้อโต้แย้ง</p> <p>6.6 การเตรียมตัวเพื่อตอบข้อโต้แย้ง</p>	
9	31 ธ.ค. 2561	25-27	<b>หยุดชดเชยวันส่งท้ายปีเก่า</b>	
10	7 ม.ค. 2563	28-30	<b>สอบกลางภาค(เลื่อนสอบ)</b>	
11	14 ม.ค. 2563	31-33	<p><b>บทเรียนที่ 7 การปิดการขาย</b></p> <p>7.1 ความหมายของการปิดการขาย</p> <p>7.2 หลักสำคัญของการปิดการขาย</p> <p>7.3 บุคลิกภาพของนักปิดการขายที่ดี</p> <p>7.4 สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้</p>	
12	21 ม.ค. 2563	34-36	<p><b>บทเรียนที่ 7 การปิดการขาย(ต่อ)</b></p> <p>7.5 ลักษณะของพนักงานขายที่ไม่สามารถปิดการขาย</p> <p>7.6 ช่วงเวลาที่ควรปิดการขาย</p> <p>7.7 ปัจจัยที่ทำให้การปิดการขายประสบผลสำเร็จ</p> <p>7.8 ยุทธวิธีในการปิดการขาย</p>	
13	28 ม.ค. 2563	37-39	<p><b>บทเรียนที่ 8 การติดตามผลหลังการขาย</b></p> <p>8.1 จุดประสงค์ของการติดตามผลหลังการขาย</p> <p>8.2 วิธีปฏิบัติในการติดตามผลหลังการขาย</p> <p>8.3 ผลที่เกิดขึ้นจากการติดตามผลหลังการขาย</p>	
14	4 ก.พ. 2563	40-42	<p><b>บทเรียนที่ 8 การติดตามผลหลังการขาย(ต่อ)</b></p> <p>8.4 ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย</p> <p>8.5 เทคนิคการติดตามผลหลังการขาย</p>	

			8.6 การจัดการกับปัญหาที่มักเกิดขึ้นจากการติดตาม ผลหลังขาย	
15	11 ก.พ. 2563	43-45	<b>บทเรียนที่ 9 การบริการก่อนการขายและหลังการขาย</b> 9.1 ลักษณะการให้บริการ 9.2 วิธีการให้บริการหลังการขาย 9.3 สาเหตุการเกิดข้อบกพร่องในการบริการหลังการขาย 9.4 วิธีการแก้ปัญหาจากการให้บริการหลังการขาย 9.5 ประโยชน์จากการให้บริการหลังการขาย 9.6 การจัดการกับคำว่าร้องเรียน	
16	18 ก.พ. 2563	46-48	<b>บทเรียนที่ 10 จรรยาบรรณของนักศึกษา</b> 10.1 ความหมายของจรรยาบรรณ 10.2 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อกิจการ 10.3 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อลูกค้า 10.4 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อตนเอง 10.5 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อสังคม 10.6 จรรยาบรรณของพนักงานขายที่มีต่อคู่แข่ง 10.7 จรรยาบรรณของธุรกิจขายตรงโลก	
17	25 ก.พ. 2563	49-51	<b>บทเรียนที่ 11 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการขาย</b> 11.1 ความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศ 11.2 ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการขาย 11.3 การสื่อสารการขายทางอินเทอร์เน็ต 11.4 ลักษณะธุรกิจการค้าในเครือข่ายดิจิทัล 11.5 ความเจริญก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 11.6 อี-คอมเมิร์ซ 11.7 การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต 11.8 เปรียบเทียบระหว่างระบบการค้าแบบเก่าและการทำ ธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์	
18	4-8 มี.ค. 2563	52-54	<b>สอบปลายภาค</b>	

## บรรณานุกรม

สีภูธรากร ชุทรัพย์และคณะ. 2556. การขายเบื้องต้น1. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดนนทบุรี:สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์