แผนการจัดการเรียนรู้

มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพและบูรณาการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

รายวิชา หลักการตลาด 20200203

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

สาขาวิชาการจัดการสำนักงาน

จัดทำโดย

นางสาวเกษมสุข บุญญา

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยนครพนม

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพและบูรณาการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เล่มนี้เป็นการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยมุ่งเน้นการฝึกทักษะในภาคปฏิบัติให้กับนักเรียนนักศึกษามากที่สุด มีการบูรณาการคุณธรรมจริยธรรมเข้าไปในแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้นักเรียนนักศึกษามีความสามารถตามจุดมุ่งหมายทางการศึกษา ๓ ด้าน คือ ด้านพุทธพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านจิตพิสัย

นางสาวเกษมสุข บุญญา
สาขาวิชาการจัดการสำนักงาน

เกณฑ์การประเมินผลรายวิชา

๑. ด้านความพร้อม ๑๐ %

๑.๑ เวลาเรียนต้องไม่น้อยกว่า ๘๐% (ขาดเรียน ๔ ครั้ง ได้ IA)

๑.๒ การมาเรียนที่มีเวลาเรียน หมายถึง การมาเรียนทันเวลาและอยู่ตลอดครบคาบ

๑.๓ การมาเรียนที่มีเวลาจะคิดให้เฉพาะผู้ที่แต่งกายถูกต้องตามระเบียบเท่านั้น

๑.๔ มีเครื่องมืออุปกรณ์การเรียนครบถ้วน

๒. ด้านการเรียน – การปฏิบัติงาน ๓๐%

๒.๑ ต้องส่งงานตามกำหนดเวลา (ขาดส่งงานได้ I)

๒.๒ ผลของการตรวจงานของอาจารย์ผู้สอนถือเป็นข้อยุติ

๒.๓ ต้องเข้าสอบประเมินผลของสภาพจริง (ขาดสอบได้ I)

๒.๔ ผลงานที่ไม่ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำต้องทำใหม่ทุกครั้ง

๓. ด้านจิตพิสัย (คุณธรรม จริยธรรม) ๒๐%

๓.๑ การพูดจา กิริยามารยาท ความใส่ใจใฝ่รู้

๓.๒ การรักษาความสะอาดพื้นที่บริเวณที่ทำงาน

๓.๓ การเก็บเครื่องมืออุปกรณ์ – การบำรุงรักษา

๓.๔ การส่งคืนเครื่องมือ – อุปกรณ์

๔. การตัดสินผลการเรียนตลอดภาคเรียน

๔.๑	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๘๐ – ๑๐๐	A
๔.๒	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๗๕ – ๗๙	B+
๔.๓	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๗๐ – ๗๔	B
๔.๔	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๖๕ – ๖๙	C+
๔.๕	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๖๐ – ๖๔	C
๔.๖	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๕๕ – ๕๙	D+
๔.๗	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๕๐ – ๕๔	D
๔.๘	ได้คะแนนรวมจาก ๓ ด้าน ร้อยละ ๐ – ๔๙	F

(นางสาวเกษมสุข บุญญา) (.....)

อาจารย์ประจำวิชา ตัวแทนนักศึกษา

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 1 **คาบที่** 1-3 **ชื่อหน่วย** ความรู้พื้นฐานทางการตลาด

แนวคิด

ปัจจุบันการตลาด (MARKETING) มีบทบาทสำคัญต่อองค์การธุรกิจต่างๆ เนื่องจากเป็นการติดต่อเกี่ยวกับ “คน” และการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงได้เร็ว เป็นลักษณะการตลาดแบบไร้พรมแดน ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้นั้นต้องศึกษาและมีความรู้ทางด้านการตลาดเป็นอย่างดี และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการตลาดไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

สาระการเรียนรู้

1. ลักษณะทั่วไปของการตลาด
2. ความหมายของการตลาด
3. องค์ประกอบหรือส่วนประกอบทางการตลาด
4. ความสำคัญของการตลาด

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายลักษณะทั่วไปของการตลาดได้
2. บอกความหมายของการตลาดได้
3. อธิบายองค์ประกอบหรือส่วนประกอบทางการตลาดได้
4. บอกความสำคัญของการตลาดได้
5. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนชี้แจงการเรียนการสอนวิชาหลักการตลาด และกล่าวถึงความรู้ทั่วไปของการตลาดเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กับเนื้อหาการเรียนการสอน และแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายลักษณะทั่วไปของการตลาด ความหมายของการตลาด องค์ประกอบหรือส่วนประกอบทางการตลาด และความสำคัญของการตลาด โดยใช้สื่อแผ่นใสและยกตัวอย่างประกอบ
3. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมโดยการซักถาม

4. ผู้เรียนจับคู่เพื่อนคู่คิดเพื่อระดมสมองร่วมกันแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
    - ผู้เรียนเตรียมผลิตภัณฑ์มา 1 ชิ้น
    - อภิปรายถึงลักษณะทั่วไปของการตลาด
    - ปัญหาของผลิตภัณฑ์ในตลาด
    - องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ควรศึกษา
    - อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. ทุกคู่ออกมาสรุปหน้าชั้นเรียน
6. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผล
7. มอบหมายให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มเพื่อปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

8. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปข้อมูลที่ได้ไปศึกษาค้นคว้า โดยผู้สอนสุ่มผู้เรียน 2-3 คน ให้ออกมาสรุปหน้าชั้นและการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
9. ผู้เรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 1

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 2

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 1 **คาบที่** 4-6 **ชื่อหน่วย** ความรู้พื้นฐานทางการตลาด

แนวคิด

ปัจจุบันการตลาด (MARKETING) มีบทบาทสำคัญต่อองค์การธุรกิจต่างๆ เนื่องจากเป็นการติดต่อเกี่ยวกับ “คน” และการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงได้เร็ว เป็นลักษณะการตลาดแบบไร้พรมแดน ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้นั้นต้องศึกษาและมีความรู้ทางด้านการตลาดเป็นอย่างดี และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการตลาดไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

สาระการเรียนรู้

5. การสร้างอรรถประโยชน์ทางการตลาด
6. การพัฒนาแนวทางการศึกษาทางการตลาด

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

5. อธิบายการสร้างอรรถประโยชน์ทางการตลาดได้
6. อธิบายการพัฒนาแนวทางการศึกษาทางการตลาดได้
7. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนทดสอบผู้เรียนก่อนศึกษาและผู้เรียนกล่าวถึงประสบการณ์การซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้าและร้านค้าสะดวกซื้อโดยทั่วๆ ไป เพื่อเปรียบเทียบว่าแตกต่างกันอย่างไรและสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้เรียนเข้าสู่เนื้อหาการเรียนการสอนของสัปดาห์นี้(ผู้สอนแนะนำรูปแบบการเรียนการสอนและแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายการสร้างอรรถประโยชน์ทางการตลาดและการพัฒนาแนวทางการศึกษาทางการตลาดโดยใช้สื่อแผ่นใสประกอบการนำอภิปราย
3. ผู้สอนแจกกระดาษ A4 ให้ผู้เรียนเขียนอรรถประโยชน์ทางการตลาดและแนวทางการศึกษา ทางการตลาดจากแนวความคิดของผู้เรียนเอง แล้วให้ทุกกลุ่มระบุว่าเกี่ยวข้องกับการตลาด และมีลักษณะอย่างไรบ้าง
4. สุ่มผู้เรียนออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. เพื่อน ๆ ในชั้นเรียนร่วมแสดงความคิดเห็นและตั้งคำถาม

6. ผู้สอนแนะนำโดยถามเพื่อให้ผู้เรียนคิด ค้นพบ หรือสร้างความรู้ด้วยตนเอง และชี้ให้เห็นลักษณะของการปฏิบัติกิจกรรมในครั้งนี้จะมีรูปแบบเป็นรายกลุ่มให้ผู้เรียนทุกคนในแต่ละกลุ่มมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน เป็นการส่งเสริมให้รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
7. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผล
8. มอบหมายให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มเพื่อปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปข้อมูลที่ได้ไปศึกษาค้นคว้า และผู้สอนอธิบายเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่ได้กล่าวถึง เน้นให้สามารถนำไปใช้ในอาชีพต่อไปได้
10. ผู้เรียนทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 1

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 1 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 3

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 2 **คาบที่** 7–9 **ชื่อหน่วย** แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

แนวคิด

ในการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และปรับปรุงให้กิจการสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม นักการตลาดก็ต้องมีแนวคิดและหาวิธีการที่จะผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ซึ่งนักการตลาดต้องนำความรู้ในเรื่องแนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนงานการตลาด

สาระการเรียนรู้

1. แนวความคิดทางการตลาด
2. ส่วนประสมทางการตลาด

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายแนวความคิดทางการตลาดได้
2. อธิบายส่วนประสมทางการตลาดได้
3. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้เรียนเล่าประสบการณ์การซื้อสินค้าในห้างเทสโก้โลตัส และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลหรืออื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน แล้วให้ผู้เรียนเปรียบเทียบว่ามีลักษณะใดบ้างที่แตกต่างกันหรืออย่างไรนอกจากนั้นจะเชื่อมโยงประสบการณ์ของผู้เรียนเข้าสู่เนื้อหาการเรียนการสอน(แนะนำรูปแบบการเรียนการสอนและแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในสัปดาห์นี้)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายแนวความคิดทางการตลาด ของการโฆษณาสบู่เด็กชนิดหนึ่งซึ่งใช้แนวคิดว่า “เด็ก” และการโฆษณาน้ำดื่มโพลาลิสซึ่งใช้แนวคิด “สตรีระผู้หญิง”
3. ผู้สอนสรุปแนวความคิดจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดว่าเป็นการใช้แนวความคิดทางการตลาดแบบใด ซึ่งแนวความคิดทางการตลาดนั้นมี 2 แบบคือ แบบเก่าและแบบใหม่ โดยอภิปรายเพิ่มเติมในแต่ละแบบให้ผู้เรียนฟังจนเข้าใจ

4. สุ่มผู้เรียนให้ออกมาวิเคราะห์แนวคิดทางการตลาดจากภาพโฆษณาที่ผู้สอนเตรียมไว้ให้
5. ผู้สอนอภิปรายส่วนประสมการตลาดโดยยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์นมตราหมี และให้ผู้เรียนช่วยกันให้รายละเอียดต่างๆ จนครบ
6. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุปแนวความคิดทางการตลาดและส่วนประสมทางการตลาดโดยให้ ผู้เรียนนำภาพโฆษณาของผลิตภัณฑ์มาคนละ 1 ชิ้น แล้วตั้งคำถามให้ผู้เรียนตอบว่าภาพโฆษณานั้นๆ กล่าวถึงแนวความคิดทางการตลาดแบบใดบ้างและมีส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร
8. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 2

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป

5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 4

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 2 **คาบที่** 10–12 **ชื่อหน่วย** แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

แนวคิด

ในการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และปรับปรุงให้กิจการสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม นักการตลาดก็ต้องมีแนวคิดและหาวิธีการที่จะผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ซึ่งนักการตลาดต้องนำความรู้ในเรื่องแนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนงานการตลาด

สาระการเรียนรู้

2. ส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)
3. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

2. อธิบายส่วนประสมทางการตลาดได้
3. อธิบายสิ่งแวดล้อมทางการตลาดได้
4. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้เรียนกล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดอีกครั้ง โดยผู้สอนยกตัวอย่างครีมไวท์ เพอร์เฟกต์ ของ โอลีออนล์ และให้ผู้เรียนอภิปรายว่าอะไรคือ 4P's ของผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาของสัปดาห์นี้อีกครั้งหนึ่ง

ขั้นสอน

2. ผู้เรียนนำผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งมา 1 ชิ้น ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งเสพย์ติดหรือไม่เหมาะสม
3. สุ่มผู้เรียนมาอภิปรายหน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับ 4P's ให้ครบถ้วนสมบูรณ์
4. ผู้เรียนคนอื่นๆ ร่วมแสดงความคิดเห็น
5. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

6. สุ่มผู้เรียนออกมาแสดงความคิดเห็นว่าได้รับประโยชน์อะไรบ้างต่อการได้รู้จักกับ 4P's และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มากน้อยเพียงใดต่อผู้เรียน
7. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 2

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 2 **คาบที่** 13-15 **ชื่อหน่วย** แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

แนวคิด

ในการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และปรับปรุงให้กิจการสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม นักการตลาดก็ต้องมีแนวคิดและหาวิธีการที่จะผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ซึ่งนักการตลาดต้องนำความรู้ในเรื่องแนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนงานการตลาด

สาระการเรียนรู้

4. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. อธิบาย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคได้
5. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนกล่าวถึงความหลากหลายของสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน พร้อมยกตัวอย่างให้ผู้เรียนได้เห็นความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ใดสามารถครองตลาดได้นานที่สุดแสดงว่ามีข้อดีหลายประการที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจซึ่งตรงกันข้ามกับผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสนใจก็จะครองตลาดอยู่ได้ไม่นานนัก เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหาการเรียนการสอน (แจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในสัปดาห์นี้)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคพร้อมยกตัวอย่างประกอบการนำอภิปรายโดยใช้สื่อแผ่นใส

3. ผู้เรียนแบ่งกลุ่มประมาณ 4-5 คน ตามความสมัครใจ และปฏิบัติดังนี้
    - เตรียมป้ายฉลากของบรรจุภัณฑ์จำนวน 1 ชิ้น
    - เตรียมตราสินค้าจากบรรจุภัณฑ์จำนวน 1 ชิ้น
    - เตรียมผลิตภัณฑ์จำนวน 1 ชิ้น
    - ให้ผู้เรียนวิเคราะห์ SWOT เกี่ยวกับป้ายฉลาก ตราสินค้า และผลิตภัณฑ์
4. ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนใช้เวลากลุ่มละ 5 นาที
5. ผู้เรียนคนอื่นๆ ตั้งคำถามและร่วมแสดงความคิดเห็น
6. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้สอนและผู้เรียนสรุป โดยการสุ่มผู้เรียนแสดงความคิดเห็นในการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างไรบ้าง
8. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 2

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 2 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 6

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 3 **คาบที่** 16–18 **ชื่อหน่วย** การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

แนวคิด

ในการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และปรับปรุงให้กิจการสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม นักการตลาดก็ต้องมีแนวคิดและหาวิธีการที่จะผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ซึ่งนักการตลาดต้องนำความรู้ในเรื่องแนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนงานการตลาด

สาระการเรียนรู้

1. การแบ่งส่วนตลาด
2. หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค
3. หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรม

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายการแบ่งส่วนตลาดได้
2. อธิบายหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคได้
3. อธิบายหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรมได้
4. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนสนทนาเกี่ยวกับตลาดและการตลาดว่าแตกต่างกันหรือไม่ ผู้เรียนเข้าใจอย่างไรบ้างให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นตามที่เข้าใจสภาพที่แท้จริง แจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง ผู้สอนแนะนำการเรียนการสอนแบบบรรยายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดโดยการพูด บอก เล่า อธิบาย สิ่งที่ต้องสอนแก่ผู้เรียน ให้ผู้เรียนซักถามประเมินการเรียนรู้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคและหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอุตสาหกรรม โดยใช้สื่อแผ่นใสประกอบการนำอภิปราย และใช้คำถามกระตุ้นให้ผู้เรียนตอบ
3. ผู้เรียนนำภาพการแบ่งส่วนตลาดมาประกอบการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
4. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

5. ผู้เรียนและผู้สอนสรุป โดยให้สุ่มผู้เรียน 1–2 คน ตอบคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาการเรียนการสอน และการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
6. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 3

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 7

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 3 **คาบที่** 19–21 **ชื่อหน่วย** การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

แนวคิด

ในการดำเนินงานทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จนั้น นักการตลาดต้องมีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์และปรับปรุงให้กิจการสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง ไม่ว่าสภาวะแวดล้อมทางการตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม นักการตลาดก็ต้องมีแนวคิดและหาวิธีการที่จะผสมผสานกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้ ซึ่งนักการตลาดต้องนำความรู้ในเรื่องแนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการวางแผนงานการตลาด

สาระการเรียนรู้

4. การเลือกตลาดเป้าหมาย
5. กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้นำ ผู้ท้าชิง ผู้ตามและธุรกิจรายย่อย

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. การเลือกตลาดเป้าหมาย
5. กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้นำ ผู้ท้าชิง ผู้ตามและธุรกิจรายย่อย
6. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนกล่าวถึงลักษณะของตลาดที่ทุกคนรู้จักอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการศึกษาเนื้อหาของสัปดาห์นี้ เกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้นำ ผู้ท้าชิง ผู้ตามและธุรกิจรายย่อย แจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของสัปดาห์นี้
2. ผู้สอนแนะนำรูปแบบการเรียนการสอนแบบ “เพื่อนคู่คิด” เพื่อส่งเสริมให้ใช้ความคิดและความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน

ขั้นสอน

3. ผู้สอนอภิปรายเนื้อหาการเรียนการสอนในสัปดาห์นี้ โดยใช้สื่อแผ่นใส พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
4. ผู้เรียนมีส่วนร่วมโดยการตอบคำถาม
5. ผู้เรียนจับคู่โดยนับ 1–2 และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้นำ ผู้ท้าชิง ผู้ตามและธุรกิจรายย่อย
6. ผู้เรียนทุกคู่นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
7. ผู้เรียนรวบรวมผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผล

8. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปเนื้อหาการเรียนการสอน โดยสุ่มผู้เรียนให้ตอบคำถาม
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 3

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 3 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 8

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 4 **คาบที่** 22–24 **ชื่อหน่วย** พฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิด

องค์การธุรกิจที่มุ่งหวังกำไร จะต้องพยายามขายสินค้าให้ได้มากๆ เพราะหากธุรกิจมียอดขายสูง หมายถึงรายได้รวมของกิจการย่อมสูงตามไปด้วย การที่จะขายสินค้าให้ได้มากๆ นั้น สินค้าจะต้องสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในปัจจุบันเป็นการตลาดแบบมุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ จึงต้องพยายามผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเจ้าของกิจการหรือนักการตลาด เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เมื่อทราบความต้องการของผู้บริโภค การดำเนินการตลาดที่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคก็ง่ายขึ้น ทำให้สินค้าขายง่ายขึ้นและทำให้กิจการสามารถสร้างยอดขายได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

สาระการเรียนรู้

1. ลักษณะของผู้บริโภค
2. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์
3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายลักษณะของผู้บริโภคได้
2. บอกทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ได้
3. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้
4. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้เรียนอภิปรายคำว่า “ลูกค้า” และ “ผู้บริโภค” ที่ผู้เรียนคุ้นเคยกับคำสองคำนี้ตามความเข้าใจของผู้เรียน เพื่อเชื่อมโยงไปสู่คำว่า“พฤติกรรมของผู้บริโภค” ต่อไป (ผู้สอนแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของสัปดาห์นี้)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายลักษณะของผู้บริโภค ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยสื่อแผ่นใส
3. ผู้เรียนอภิปรายแรงจูงใจที่เป็นเหตุผลทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อโดยยกตัวอย่างประกอบ
4. ผู้สอนยกตัวอย่างประเภทแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อดังนี้

- แรงจูงใจเกิดจากเหตุผล พร้อมตัวอย่างภาพประกอบ
- แรงจูงใจเกิดจากอารมณ์ พร้อมตัวอย่างภาพประกอบ
- แรงจูงใจเกิดจากตัวผลิตภัณฑ์ พร้อมตัวอย่างภาพประกอบ
- แรงจูงใจเกิดจากการอุปถัมภ์ พร้อมตัวอย่างภาพประกอบ

5. นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
6. ผู้เรียนคนอื่นๆ สังเกตการณ์และสรุปลักษณะการนำเสนอของแต่ละคน
7. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผล
8. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้สอนสรุปประเภทแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยใช้สื่อภาพการโฆษณาประกอบการสรุป
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 4

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป

4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 9

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 4 **คาบที่** 25-27 **ชื่อหน่วย** พฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิด

องค์การธุรกิจที่มุ่งหวังกำไร จะต้องพยายามขายสินค้าให้ได้มากๆ เพราะหากธุรกิจมียอดขายสูง หมายถึงรายได้รวมของกิจการย่อมสูงตามไปด้วย การที่จะขายสินค้าให้ได้มากๆ นั้น สินค้าจะต้องสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในปัจจุบันเป็นการตลาดแบบมุ่งลูกค้าเป็นสำคัญ จึงต้องพยายามผลิตสินค้าให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเจ้าของกิจการหรือนักการตลาด เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เมื่อทราบความต้องการของผู้บริโภค การดำเนินการตลาดที่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคก็ง่ายขึ้น ทำให้สินค้าขายง่ายขึ้นและทำให้กิจการสามารถสร้างยอดขายได้ง่ายขึ้นนั่นเอง

สาระการเรียนรู้

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
5. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้
5. บอกแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคได้
6. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้เรียนกล่าวถึงขั้นตอนที่จะตัดสินใจซื้อโดยเขียนขั้นตอนบนกระดานหน้าชั้นเรียน และสรุปเป็นข้อๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการศึกษาเนื้อหาในสัปดาห์นี้ (ผู้สอนแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้สื่อแผ่นใสประกอบการนำอภิปราย
3. ผู้เรียนแบ่งกลุ่มประมาณ 4-5 คน โดยความสมัครใจ และกำหนดให้ปฏิบัติดังนี้
   - นำแผ่นโฆษณาของผลิตภัณฑ์โทรทัศน์ วีดีโอ ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ(แต่ละกลุ่มเลือก ชนิดเดียว)
   - ผู้มีอิทธิพลและบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อคือใคร
   - วัฏจักรชีวิตบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงการบริโภคอย่างไร ยกตัวอย่างประกอบด้วย

4. ผู้เรียนคนอื่นๆ ร่วมแสดงความคิดเห็น
5. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

6. ผู้เรียนและผู้สอนช่วยกันสรุปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนในครั้งนี้ โดยผู้เรียนอภิปรายสรุปถึงนักการตลาดทำไมจึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไรได้บ้าง
7. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 4

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 4 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 10

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 5 **คาบที่** 28-30 **ชื่อหน่วย** จรรยาบรรณของนักการตลาด

แนวคิด

นักการตลาดเป็นผู้ประกอบการอาชีพทางธุรกิจ จะต้องมีแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้เหมาะสมกับอาชีพ มีความสอดคล้องกับศีลธรรม วัฒนธรรมและประเพณีความมีระเบียบวินัยในการทำงานมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคที่มีการแข่งขันอย่างมากในปัจจุบัน และมีการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เพื่อให้อาชีพของตนมีความเจริญก้าวหน้า

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของจรรยาบรรณ
2. ประโยชน์และความสำคัญของจรรยาบรรณ
3. จรรยาบรรณของนักการตลาด
4. ความหมายของจริยธรรม
5. อุปสรรคต่อจรรยาบรรณและจริยธรรม

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. บอกความหมายของจรรยาบรรณได้
2. อธิบายประโยชน์และความสำคัญของจรรยาบรรณได้
3. อธิบายจรรยาบรรณของนักการตลาดได้
4. บอกความหมายของจริยธรรมได้
5. อธิบายอุปสรรคต่อจรรยาบรรณและจริยธรรมได้
6. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองและผู้อื่นในสังคมพร้อมให้ผู้เรียนยกตัวอย่างหน้าที่ที่ได้ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน และถามความรู้สึกที่แท้จริงในการกระทำ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาการเรียนการสอน (ผู้สอนแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในสัปดาห์นี้ให้ผู้เรียนทราบ)

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับจรรยาบรรณของนักการตลาด โดยใช้สื่อแผ่นใสประกอบ และยกกรณีศึกษาของบริษัทบุหรี่แห่งหนึ่งขึ้นมาศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าใจ
3. ผู้เรียนแบ่งกลุ่มประมาณ 4-5 คน โดยความสมัครใจ และกำหนดให้ปฏิบัติดังนี้
   - ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าและกำหนดกรณีศึกษาเกี่ยวกับจรรยาบรรณของนักการตลาด รวมทั้ง จริยธรรมและคุณธรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา
   - บทลงโทษหรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
4. แต่ละกลุ่มนำเสนอโดยวิธีการจับฉลากเรียงลำดับก่อนหลัง ไว้ล่วงหน้า และใช้เวลากลุ่มละ15 นาที
5. ผู้เรียนคนอื่นๆ ประเมินผลเพื่อนต่างกลุ่ม
6. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้เรียนและผู้สอนช่วยกันสรุปเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนในครั้งนี้ต้องการให้ ผู้เรียนได้ศึกษาและยังทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจมากขึ้นอีกด้วย
8. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 5

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 5
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 5
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 5 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 11

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 6 **คาบที่** 31-33 **ชื่อหน่วย** ผลิตภัณฑ์

แนวคิด

ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบตัวแรกของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งกิจการสามารถควบคุมได้ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ อันได้แก่ สินค้า บริการ สถานที่ องค์กร บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย ตราสินค้า คุณภาพ ลักษณะ การออกแบบ สี กลิ่น รสชาติ ขนาด บรรจุภัณฑ์ ฉลาก เป็นต้น

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของผลิตภัณฑ์
2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. ประเภทของผลิตภัณฑ์

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ได้
2. บอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้
3. อธิบายประเภทของผลิตภัณฑ์ได้
4. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนกล่าวถึงแนวความคิดทางการตลาดแบบใหม่ และให้ผู้เรียนยกตัวอย่างประกอบ นอกจากนั้นผู้เรียนได้อภิปรายลักษณะของผลิตภัณฑ์ในความหมายที่ผู้เรียนรู้จักและคุ้นเคยที่สุดเพื่อให้เกิดการเรียนรู้นำไปสู่การเรียนการสอนต่อไป
2. ผู้สอนแนะนำรูปแบบการเรียนการสอน และแจ้งผลการเรียนรู้ที่คาดหวังในสัปดาห์นี้

ขั้นสอน

3. ผู้สอนอภิปรายเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และยกตัวอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้สื่อแผ่นใสและยกตัวอย่างประกอบการเรียนการสอน

4. ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ

5. ผู้เรียนแต่ละกลุ่มนำผลิตภัณฑ์มาจำนวน 1 ชิ้น เพื่อนำเสนอความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามเนื้อหาที่ได้ศึกษามาแล้วข้างต้น ใช้เวลากลุ่มละ 5 นาที
6. ตัวแทนกลุ่มออกมาถามคำถามหน้าชั้นเรียน
7. ผู้เรียนคนอื่นๆ ร่วมกันตอบคำถามดังกล่าว และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน
8. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้เรียนและผู้สอนช่วยกันสรุปเป็นข้อความรู้ โดยการซักถามด้วยข้อคำถามที่ผู้สอนเป็นผู้กำหนดขึ้นเองตามความเหมาะสมต่อผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 6

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 12

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 6 **คาบที่** 34-36 **ชื่อหน่วย** ผลิตภัณฑ์

แนวคิด

ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบตัวแรกของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งกิจการสามารถควบคุมได้ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ อันได้แก่ สินค้า บริการ สถานที่ องค์กร บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย ตราสินค้า คุณภาพ ลักษณะ การออกแบบ สี กลิ่น รสชาติ ขนาด บรรจุภัณฑ์ ฉลาก เป็นต้น

สาระการเรียนรู้

4. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. อธิบายส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ได้
5. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนร่วมกันสนทนาเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ ที่มีในท้องตลาด

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายและเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ โดยใช้สื่อแผ่นใสพร้อมยก ตัวอย่างประกอบ
3. ผู้เรียนนำสินค้ามาคนละ 1 ชิ้น
4. ผู้เรียนจับคู่สนทนาเกี่ยวกับส่วนประสมของสินค้าชนิดนั้น
5. ส่งตัวแทนออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
6. ผู้เรียนปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้เรียนและผู้สอนสรุปส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ร่วมกันอีกครั้งเพื่อให้เกิดการเข้าใจมากขึ้น
8. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 6

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 13

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด
หน่วยที่ 6 **คาบที่** 37-39 **ชื่อหน่วย** ผลิตภัณฑ์

แนวคิด

ผลิตภัณฑ์เป็นองค์ประกอบตัวแรกของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งกิจการสามารถควบคุมได้ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ อันได้แก่ สินค้า บริการ สถานที่ องค์กร บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย ตราสินค้า คุณภาพ ลักษณะ การออกแบบ สี กลิ่น รสชาติ ขนาด บรรจุภัณฑ์ ฉลาก เป็นต้น

สาระการเรียนรู้

5. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์
6. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

5. บอกส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ได้
6. อธิบายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้
7. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนทบทวนความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยนำ “แป้งเย็นยี่ห้อโพรเทคส์ เฮอร์เบิ้ล ” จำนวน 1 กระป๋อง มาใช้เป็นตัวอย่างในการทบทวนครั้งนี้ และตั้งคำถามต่างๆ เช่นความรู้ทั่วไป ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และอื่นๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในการศึกษาของสัปดาห์นี้

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเกี่ยวกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยใช้สื่อแผ่นใส พร้อมยกตัวอย่าง
3. ให้ผู้เรียนนำภาพโฆษณาสินค้ามาคนละ 1 ชิ้น
4. ผู้เรียนจับคู่เพื่อนร่วมคิด ปรึกษาหารือเกี่ยวกับภาพโฆษณาสินค้าที่นำมาว่าตรงกับวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ช่วงใด มีส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง
5. ส่งตัวแทนออกมานำเสนอหน้าชั้น
6. ผู้เรียนทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ
7. ปฏิบัติตามใบงาน
8. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผลงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้เรียนและผู้สอนช่วยกันสรุปตามเนื้อหาการเรียนการสอนอีกครั้ง
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 6

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 6 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 14

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 7 **คาบที่** 40-42 **ชื่อหน่วย** ราคา

แนวคิด

วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจคือต้องการกำไรจากการดำเนินงาน การประกอบธุรกิจต้องมีการลงทุน จากนั้นก็ต้องมีการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ธุรกิจมีรายได้ โดยรายได้ที่ได้มานั้นต้องครอบคลุมต้นทุนและกำไร การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจ ที่จะต้องมีการพิจารณาเป็นอย่างดี ซึ่งการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือแม้แต่บางครั้งในธุรกิจเดียวกัน การตั้งราคาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทยังมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นการตั้งราคาจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน จะต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ก่อนที่จะตัดสินใจ

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของราคา
2. วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. บอกความหมายของราคาได้
2. อธิบายวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาได้
3. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนทบทวนความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยนำ “แป้งเย็นยี่ห้อโพรเทคส์ เฮอร์เบิ้ล ” (กระป๋องเดิม) มาใช้เป็นตัวอย่างในการทบทวนครั้งนี้ และตั้งคำถามต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องราคาของสินค้าชนิดนี้ และอื่นๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในการศึกษาของสัปดาห์นี้

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายเรื่องความหมายของราคา และวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา โดยใช้สื่อแผ่นใส พร้อมยกตัวอย่าง
3. ให้ผู้เรียนนำภาพโฆษณาสินค้ามาคนละ 1 ชิ้น
4. ผู้เรียนจับคู่เพื่อนร่วมคิด ปรึกษาหารือเกี่ยวกับภาพโฆษณาสินค้าที่นำมาว่าเกี่ยวข้องกับความหมายของราคา และวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาหรือไม่ อย่างไรบ้าง
5. ส่งตัวแทนออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
6. ผู้เรียนทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ

7. ปฏิบัติตามใบงาน
8. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผลงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุปเนื้อหาที่เรียนอีกครั้ง
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 7

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 15

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 7 **คาบที่** 43-45 **ชื่อหน่วย** ราคา

แนวคิด

วัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจคือต้องการกำไรจากการดำเนินงาน การประกอบธุรกิจต้องมีการลงทุน จากนั้นก็ต้องมีการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ธุรกิจมีรายได้ โดยรายได้ที่ได้มานั้นต้องครอบคลุมต้นทุนและกำไร การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจ ที่จะต้องมีการพิจารณาเป็นอย่างดี ซึ่งการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือแม้แต่บางครั้งในธุรกิจเดียวกัน การตั้งราคาผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทยังมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นการตั้งราคาจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน จะต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ก่อนที่จะตัดสินใจ

สาระการเรียนรู้

3. วิธีการตั้งราคา
4. นโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

3. ตั้งราคาได้
4. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคาได้
5. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนและผู้เรียนสนทนาเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันที่ผู้เรียนมีความรู้และประสบการณ์เรื่องราคาของสินค้าในท้องตลาดปัจจุบันอยู่บ้างในชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไป แล้วให้ผู้เรียนบอกความสำคัญและปัจจัยของราคาใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับตลาดในความคิดเห็นของผู้เรียน

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายวิธีการตั้งราคา นโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา และยกตัวอย่างลักษณะธุรกิจต่างๆ ว่าแต่ละธุรกิจดำเนินการตั้งราคาตามนโยบายอย่างไรบ้าง
3. ผู้เรียนแบ่งกลุ่มประมาณ 4-5 คน ตามความสมัครใจ
4. ตัวแทนกลุ่มส่งตัวแทนออกมาจับฉลากว่าจะได้ธุรกิจประเภทใด ซึ่งกำหนดดังนี้
    - ธุรกิจขายประกันชีวิต
    - ธุรกิจขายรถยนต์

- บริษัทสายการบิน
- ธุรกิจขายเครื่องสำอาง
- ธุรกิจเสริมความงาม

5. สมาชิกในกลุ่มช่วยกันระดมสมองวิเคราะห์ว่าธุรกิจนั้นๆ ควรมีการตั้งราคาหรือนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคาอย่างไรบ้าง
6. ส่งตัวแทนออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน และผู้เรียนคนอื่นๆ ร่วมแสดงความคิดเห็น เสนอแนะ
7. ปฏิบัติตามใบงาน
8. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผลงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

9. สุ่มผู้เรียนสรุปวิธีการตั้งราคาของกิจการทั่วไปและเพื่อให้เกิดทักษะและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป
10. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 7

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป

4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 7 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 16

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 8 **คาบที่** 46-48 **ชื่อหน่วย** การจัดจำหน่าย

แนวคิด

กิจกรรมอย่างหนึ่งที่ธุรกิจจะมองข้ามเสียไม่ได้ คือการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคหรือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือที่เรียกว่ากิจกรรมการจัดจำหน่าย ซึ่งการจัดจำหน่ายนั้นเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่นักการตลาดจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม เป็นการช่วยลดต้นทุนของธุรกิจ ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้ซื้อได้ตรงเวลาและมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจได้รับความเชื่อถือ และทำให้เป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอีกด้วย

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย
2. สถาบันคนกลางทางการตลาด
3. หน้าที่ของสถาบันคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายความหมายของช่องทางการจัดจำหน่ายได้
2. อธิบายสถาบันคนกลางทางการตลาดได้
3. อธิบายหน้าที่ของสถาบันคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายได้
4. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ทบทวนส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เรียนเคยศึกษามาบ้างแล้ว ผู้สอนยกตัวอย่างการซื้อขนม ขบเคี้ยว “เลย์” ราคา 28 บาทจำนวน 1 ถุง แล้วแถมราคา 6 บาทให้อีก 1 ถุง (ลักษณะซื้อ 1 แถม 1) และถามผู้เรียนว่าการกระทำลักษณะเช่นนี้เราเรียกว่าอะไร ให้ผู้เรียนอภิปรายในห้องเรียนร่วมกับทุกๆ คน

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย สถาบันคนกลางทางการตลาด และหน้าที่ของสถาบันคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้สื่อแผ่นใส และยกตัวอย่างประกอบการนำอภิปราย
3. สุ่มผู้เรียนบางคู่ให้ออกมาอภิปรายหน้าชั้นเรียนพร้อมสื่อความหมายที่ทำให้เพื่อนๆ ในห้องเรียนเข้าใจได้ง่ายขึ้นกว่าการอภิปรายอย่างเดียว
4. ผู้เรียนคนอื่น ๆ ร่วมแสดงความคิดเห็น และเสนอแนะ
5. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

6. ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันสรุป โดยกำหนดตัวอย่างการส่งเสริมการขายขึ้น 2-3 ตัวอย่าง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาและการทำงานต่อไป
7. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 8

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 17

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 8 **คาบที่** 49-51 **ชื่อหน่วย** การจัดจำหน่าย

แนวคิด

กิจกรรมอย่างหนึ่งที่ธุรกิจจะมองข้ามเสียไม่ได้ คือการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคหรือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือที่เรียกว่ากิจกรรมการจัดจำหน่าย ซึ่งการจัดจำหน่ายนั้นเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่นักการตลาดจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม เป็นการช่วยลดต้นทุนของธุรกิจ ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้ซื้อได้ตรงเวลาและมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจได้รับความเชื่อถือ และทำให้เป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอีกด้วย

สาระการเรียนรู้

4. การกระจายสินค้า
5. การค้าส่ง
6. การค้าปลีก

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

4. อธิบายการกระจายสินค้าได้
5. อธิบายการค้าส่งได้
6. อธิบายการค้าปลีกได้
7. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ทบทวนความรู้เดิมจากสัปดาห์ที่ผ่านมา เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าใจได้ง่ายขึ้นในเรื่องวัตถุประสงค์และความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย คนกลาง ฯลฯ เหล่านี้เป็นต้น เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การกระจายสินค้าที่จะศึกษาในสัปดาห์นี้ ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้ได้เร็วขึ้น

ขั้นสอน

2. ผู้สอนอภิปรายการกระจายสินค้า ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก โดยใช้สื่อแผ่นใสพร้อมยกตัวอย่างประกอบ
3. ผู้เรียนวิเคราะห์ลักษณะของกิจกรรมแต่ละประเภทตามข้อที่ 2 นำความรู้ที่ได้ศึกษา มาสรุปเป็นข้อความรู้ และเสนอหน้าชั้นเรียนตามที่ผู้สอนสุ่มเลือกประมาณ 2-3 คน
4. ผู้เรียนทุกคนร่วมเสนอแนะและแสดงข้อคิดเห็น
5. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผลงาน

6. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปร่วมกัน เพื่อต้องการให้ผู้เรียนเข้าใจวิธีการส่งเสริมการขายเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายว่าควรจะทำอย่างไรเขาจึงจะพอใจและพึงพอใจในสินค้าของบริษัทได้นานที่สุด และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ต่อไป
8. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 8

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 18

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 9 **คาบที่** 52-54 **ชื่อหน่วย** การส่งเสริมการตลาด

แนวคิด

การส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเป็นการกระตุ้นชักจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นด้วยกิจกรรมการซื้อพื้นที่หรือเวลาในสื่อโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและอยากใช้สินค้า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว การจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือให้ขายสินค้า ตลอดจนการส่งพนักงานขายไปติดต่อจำหน่ายสินค้าในตลาดเพื่อการโน้มน้าวและจูงใจให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

สาระการเรียนรู้

1. การโฆษณา
2. การประชาสัมพันธ์

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. อธิบายการโฆษณาได้
2. อธิบายการประชาสัมพันธ์ได้
3. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนทบทวนการส่งเสริมการขายอีกครั้ง โดยยกตัวอย่างสินค้า “ยากำจัดยุงเชลท้อคล์” แถมผงซักฟอกบรีสจำนวน 1 ซอง สำหรับลูกค้าผู้ซื้อ ซึ่งเป็นการจูงใจอีกแบบหนึ่ง หรือเมื่อซื้อยาสีฟันยี่ห้อ “ใกล้ชิด” คุณจะได้รับแถมจาน 1 ใบ เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะการส่งเสริมการขายที่แข่งขันกันในตลาดปัจจุบัน

ขั้นสอน

2. ผู้เรียนประมาณ 3-5 คน แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จากภาพโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้สอนนำมาเพื่อใช้เป็นสื่อการสอนในสัปดาห์นี้
3. ผู้สอนเสนอแนะเพิ่มเติมในหัวข้อที่ผู้เรียนไม่ได้กล่าวถึง บางประเด็น
4. ผู้เรียนทุกคนร่วมเสนอแนะและแสดงข้อคิดเห็น
5. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

6. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปร่วมกัน โดยให้ผู้เรียนช่วยกันตั้งคำถามแล้วครูสุ่มเลือกผู้เรียนคนอื่นๆ ตอบ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้ต่อไป
7. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 9

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 9
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 8
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 9 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)

แผนการจัดการเรียนรู้ที่ 19

รหัสวิชา 20200203 **วิชา** หลักการตลาด

หน่วยที่ 9 **คาบที่** 55-57 **ชื่อหน่วย** การส่งเสริมการตลาด

แนวคิด

การส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเป็นการกระตุ้นชักจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นด้วยกิจกรรมการซื้อพื้นที่หรือเวลาในสื่อโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและอยากใช้สินค้า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระยะยาว การจัดรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือให้ขายสินค้า ตลอดจนการส่งพนักงานขายไปติดต่อจำหน่ายสินค้าในตลาดเพื่อการโน้มน้าวและจูงใจให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

สาระการเรียนรู้

3. การส่งเสริมการขาย
4. การขายโดยใช้พนักงานขาย

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

3. อธิบายการส่งเสริมการขายได้
4. อธิบายการขายโดยใช้พนักงานขายได้
5. มีการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้สอนสามารถสังเกตเห็นได้ ในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

กิจกรรมการเรียนการสอน

ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน

1. ผู้สอนกล่าวถึง การซื้อขายสินค้าที่มีของแถม การลด การแลก การแจก การแถม เหล่านี้เป็นต้น ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายทั้งสิ้น ซึ่งผู้เรียนเล่าประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่เคยพบเห็นมาให้เพื่อนๆ ฟัง และแสดงความคิดเห็นร่วมกันในชั้นเรียน

ขั้นสอน

2. ผู้เรียนแบ่งกลุ่มออกเป็น 5-6 คน โดยให้หัวหน้ากลุ่มนับหมายเลข 1 ถึง 5-6 และให้ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการขายและการขายโดยใช้พนักงาน
3. ประการที่หนึ่งให้แต่ละกลุ่มนำผลิตภัณฑ์มา1 ชนิด โดยผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต้องมีการส่งเสริมการขายประกอบด้วย และนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน
4. ประการที่สองให้กลุ่มผู้เรียนแสดงบาทบาทสมมติในการขายโดยใช้พนักงานขายของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้เรียนกำหนดขึ้นเอง และนำเสนอหน้าชั้นเรียน
5. นำผลงานส่งผู้สอนเพื่อประเมินผล
6. ปฏิบัติตามใบงาน

ขั้นสรุปและการประยุกต์

7. ผู้สอนและผู้เรียนสรุปผลโดยการกำหนดให้ผู้เรียนทุกคนยกตัวอย่างการโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันต่อไป
8. ผู้เรียนสรุปการส่งเสริมการขายโดยการตอบคำถามของผู้สอน
9. ทำแบบประเมินผลการเรียนรู้หน่วยที่ 9

สื่อการเรียนการสอน

1. หนังสือเรียนวิชา หลักการตลาด (20200203) ของสำนักพิมพ์เอมพันธ์
2. แผ่นใส
3. ใบงาน

การวัดผลและประเมินผล

วิธีวัดผล

1. ตรวจใบงาน
2. สังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล
3. สังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
4. ตรวจแบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 9
5. การสังเกตและประเมินผลพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์

เครื่องมือวัดผล

1. ใบงาน
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล *(ภาคผนวก ข)*
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม *(ภาคผนวก ค)*
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 9
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ โดยอาจารย์และนักศึกษาร่วมกันประเมิน *(ภาคผนวก จ)*

เกณฑ์การประเมินผล

1. เกณฑ์ผ่านใบงาน คือ พอใช้
2. แบบสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานรายบุคคล เกณฑ์ผ่าน ต้องไม่มีช่องปรับปรุง
3. แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกณฑ์ผ่าน 50% ขึ้นไป
4. แบบประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยที่ 9 เกณฑ์ผ่าน ทำถูกต้อง 50% ขึ้นไป
5. แบบประเมินคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ คะแนนขึ้นอยู่กับการประเมินตามสภาพจริง

บันทึกหลังการสอน

(ดูภาคผนวก ฌ และ ญ)