



แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส 2040 2123 วิชา การสื่อสารทางการตลาด
หลักสูตรหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย

อาจารย์ชุตติภา คำพันธ์

สาขาวิชาการขายและการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยนครพนม

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา การสื่อสารทางการตลาด รหัสวิชา 20218304 จัดทำขึ้น เพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียดที่แสดงถึง การจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สาขาวิชาการขายและการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยนครพนม

รายละเอียดของรายวิชา

สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการขายและการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

หมวดที่ 1 ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1.รหัสและชื่อรายวิชา 20218304 การสื่อสารทางการตลาด
2.จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วย
3.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา 3.1 หลักสูตร สาขาวิชาการตลาด 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาชีพสาขางานการตลาด
4.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ชุตติภา คำพันธ์
5.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ระดับชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
6.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) ไม่มี
7.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน ไม่มี
8.สถานที่เรียน ห้อง 2102 สาขาวิชาการขายและการตลาด
9.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด ไม่มี

1.1 ตารางวิเคราะห์รายวิชา

รหัสวิชา 2040 2123 วิชา การสื่อสารทางการตลาด จำนวน 3 หน่วยกิต
 ชั้น ปวส. สาขาวิชา การขายและการตลาด

ชื่อหน่วย / กิจกรรม	พุทธิพิสัย						ทักษะพิสัย	จิตพิสัย	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนคาบ
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1 หลักการสื่อสารการตลาด	2	3	4	-	-	-	3	3	15	4	3
2 กระบวนการสื่อสารการตลาด	2	3	4	-	-	-	3	3	15	4	3
3.การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด	2	2	4	-	-	-	3	2	13	4	6
4 การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด	2	2	4	-	-	-	3	3	14	4	6
5 ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด	1	2	3	-	-	-	3	2	11	2	6
6 งบประมาณการสื่อสารการตลาด	2	2	3	-	-	-	3	3	13	2	3
7 เครื่องมือสื่อสารการตลาด	1	1	3	-	-	-	3	2	10	4	18
8.การวัดผลและประเมินผลการสื่อสารการตลาด	2	2	2	-	-	-	1	2	9	2	3
รวม	14	17	27	-	-	-	22	20	100		48
ลำดับความสำคัญ	2	2	2				1	4			

1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20218304 วิชา การสื่อสารทางการตลาด

จำนวน 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 54 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วย ย ที่	หน่วยการเรียนรู้/หัวข้อย่อย	สมรรถนะการเรียนรู้
1.	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด
2.	กระบวนการสื่อสารการตลาด	2. แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารการตลาด
3.	การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด	3. แสดงความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด
4.	การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด	4. แสดงความรู้เกี่ยวกับการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด
5.	ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด	5. แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด
6.	งบประมาณการสื่อสารการตลาด	6. แสดงความรู้เกี่ยวกับงบประมาณการสื่อสารการตลาด
7.	เครื่องมือสื่อสารการตลาด	7. แสดงความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาด
8.	การวัดผลและประเมินผลการสื่อสารการตลาด	8. แสดงความรู้เกี่ยวกับการวัดผลและประเมินผลการสื่อสารการตลาด

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง / ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง

รหัสวิชา 2040 2123 วิชา การสื่อสารทางการตลาด จำนวน 3 หน่วยกิต

ชั้น ปวส. สาขาวิชา การขายและการตลาด

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3 ท่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
หน่วยการสอนที่ 1 ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	42	6
หน่วยการสอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้กระบวนการสื่อสาร การตลาด	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	45	3
หน่วยการสอนที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ สถานการณ์การตลาด	3	4	5	3	4	5	4	5	4	4	41	7
หน่วยการสอนที่ 4 การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ การสื่อสารการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับการวางแผน	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45	3

และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาด													
หน่วยการสอนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ การสื่อสารการตลาด	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43	5	
หน่วยการสอนที่ 6 งบประมาณการสื่อสารการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับงบประมาณการ สื่อสารการตลาด	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	42	6	
หน่วยการสอนที่ 7 เครื่องมือสื่อสารการตลาด สมรรถนะ ประจำหน่วยการสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสาร การตลาด	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45	3	
หน่วยการสอนที่ 8 การวัดผลและประเมินผลการสื่อสาร การตลาด สมรรถนะประจำหน่วย การสอน แสดงความรู้เกี่ยวกับการวัดผลและ ประเมินผลการสื่อสารการตลาด	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46	6	
รวม	62	64	54	57	64	60	68	59	62	69	69	65	
ลำดับความสำคัญ	4	3	8	7	3	5	2	6	4	1			

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

<p>1.จุดประสงค์รายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none">1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการสื่อสารการตลาด2. มีทักษะการวางแผนสื่อสารการตลาด3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการสื่อสารการตลาด
<p>2.มาตรฐานรายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none">1. เขียนแผนงานการสื่อสารทางการตลาด2. กำหนดงบประมาณการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด
<p>3.คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับหลักการสื่อสารการตลาด กระบวนการสื่อสารการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาด งบประมาณการสื่อสารการตลาด เครื่องมือสื่อสารการตลาด การวัดและประเมินผลการสื่อสารการตลาด</p>

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา			
บรรยาย 50 ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/ การฝึกงาน ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง 4 ชั่วโมง
2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 1 ชั่วโมง/สัปดาห์			

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม
1.1 คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี การตรงต่อเวลา
1.2 วิธีการสอน - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเป็นผู้ควบคุมการจัดการเรียนการสอน (Friend Assisted Instruction) ร่วมกับอาจารย์ โดยแบ่งกิจกรรมดังนี้ - นักศึกษาผลิตสื่อการเรียนการสอน โดยจัดทำบัตรคำชี้แจง บัตรเนื้อหา บัตรคำถาม บัตรเฉลย - นักศึกษานำเสนอตามเนื้อหาที่แต่ละคนได้รับ - ถามและตอบข้อสงสัย - แยกเข้าสู่ศูนย์การเรียนรู้แต่ละศูนย์ พร้อมทั้งอ่านข้อมูลจากบัตรเนื้อหาแล้วตอบคำถาม - เมื่อตอบคำถามเสร็จให้ส่งให้ผู้ควบคุมศูนย์ตรวจ จากนั้นย้ายศูนย์จนกว่าจะเข้าครบทุกศูนย์ - หลังจากนั้นส่งสมุดเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์
1.3 วิธีการประเมินผล - ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน - การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน - การส่งงานพิเศษ - การสอบกลางภาคและปลายภาค - คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม
บูรณาการกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หลักความพอประมาณ นักศึกษารู้จักการซื้อสินค้าต้องพอประมาณกับราคา คุณภาพของสินค้า และพอประมาณกับปริมาณ

ของสินค้า และมีประโยชน์ในการบริโภค

หลักความมีเหตุผล

นักศึกษามีเหตุผลในการพิจารณาใช้การส่งเสริมการขาย ว่าจำเป็นในการที่จะใช้หรือบริโภคในชีวิตประจำวัน มากน้อยเพียงไร

หลักการมีภูมิคุ้มกัน

นักศึกษามีการวางแผนก่อนที่จะเป็นผู้ซื้อสินค้าโดยรู้จักอ่านส่วนประกอบของสินค้า วันผลิตสินค้า วันหมดอายุของสินค้า และประโยชน์ของสินค้า และรู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าหลาย ๆ ร้าน เพื่อมิให้ถูกหลอกในการซื้อสินค้าได้

เงื่อนไขความรู้

นักศึกษามีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็น มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และไม่เลือกซื้อสินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

เงื่อนไขคุณธรรม

นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

และปฏิบัติเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ การสื่อความคิดด้วยภาพ สื่อการสื่อสารทางการตลาด การตกแต่งร้าน การติดตามผลการสื่อสารทางการตลาด อาชีพโฆษณา และจรรยาบรรณของอาชีพ และการนำเทคโนโลยีประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางการตลาด

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบศูนย์การเรียนรู้ (Learning Center) โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเป็นผู้ควบคุมการจัดการเรียนการสอน (Friend Assisted Instruction) ร่วมกับอาจารย์ โดยแบ่งกิจกรรมดังนี้
 - นักศึกษาผลิตสื่อการเรียนการสอน โดยจัดทำบัตรคำชี้แจง บัตรเนื้อหา บัตรคำถาม บัตรเฉลย
 - นักศึกษานำเสนอตามเนื้อหาที่แต่ละคนได้รับ
 - ถามและตอบข้อสงสัย
 - แยกเข้าศูนย์การเรียนรู้แต่ละศูนย์ พร้อมทั้งอ่านข้อมูลจากบัตรเนื้อหาแล้วตอบคำถาม
 - เมื่อตอบคำถามเสร็จให้ส่งให้ผู้ควบคุมศูนย์ตรวจ จากนั้นย้ายศูนย์จนกว่าจะเข้าครบทุกศูนย์
 - หลังจากนั้นส่งสมุดเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์

2.2 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน

- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน
- การส่งงานพิเศษ
- การสอบกลางภาคและปลายภาค
- คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญา ที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาทั้งในชั้นเรียน
- สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง

3.2 วิธีการสอน

- การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning : PBL)
- ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และระดมสมองในการแก้ไขปัญหา จากกรณีศึกษาตามประเด็นปัญหาที่กำหนดไว้แล้ว

- มอบหมายงานกลุ่ม

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- การสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
- สามารถปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ
- วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

4.2 วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่น และบุคคลภายนอก

- มอบหมายงานกลุ่มและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด

- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษาด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความรับผิดชอบ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ต้องพัฒนา สามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล

- การค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- สามารถใช้ภาษาไทยในการนำเสนอด้วยการเขียนและการพูดได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- ใช้ PowerPoint ที่น่าสนใจ ชัดเจน ง่ายต่อการติดตามทำความเข้าใจ ประกอบการสอนในชั้นเรียน

- การสอนโดยมีการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวอย่างกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล

- การสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจาประกอบสื่อเทคโนโลยี

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินทักษะการใช้ภาษาเขียนจากรายงานและงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินทักษะการใช้สื่อและการใช้ภาษาพูดจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ประเมินรายงานการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการและการประเมินผล

หน่วย ที่	ชื่อหน่วย/สาระสำคัญ	สัปดาห์ ที่	ชั่วโมง ที่	จุดประสงค์การเรียนรู้	คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และคุณลักษณะ อันพึงประสงค์
-	ปฐมนิเทศ 1.จุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะ รายวิชาและคำอธิบายรายวิชา 2. แนวทางวัดผลและการ ประเมินผลการเรียนรู้			1.บอกจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบาย รายวิชาตามหลักสูตรฯ ได้ 2.บอกแนวทางวัดผลและการ ประเมินผลการเรียนรู้ได้	
1	หลักการสื่อสารการตลาด 1.ความหมายของการสื่อสาร การตลาด 2.แนวความคิดการตลาดกับการ สื่อสารการตลาด 3.การสื่อสารการตลาดกับส่วน ประสมการตลาด 4.บทบาทและหน้าที่การสื่อสาร การตลาด 5.วัตถุประสงค์การสื่อสาร การตลาด 6.ส่วนประสมการสื่อสาร การตลาด 7.การสื่อสารการตลาดแบบบูรณา การ 8.ผลกระทบและอุปสรรคของการ ใช้แนวความคิดการสื่อสารการตลาด	1	1-3	1. ให้ทำแบบประเมินตนเองก่อน เรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและเนื้อหา สาระการเรียนรู้สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระ ใช้วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียง เนื้อหาและการใช้เทคนิคในการ ถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้น่าสนใจ ประกอบกับการยกตัวอย่าง 3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และ อาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย 4. ทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง 5. ให้ฝึกทำแบบฝึกหัดและเฉลย 6. หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้ อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความ สมบูรณ์ 7. ทำแบบประเมินตนเองหลัง เรียน	ความมีมนุษย สัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นใน ตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

หน่วย ที่	ชื่อหน่วย/สาระสำคัญ	สัปดาห์ ที่	ชั่วโมง ที่	จุดประสงค์การเรียนรู้	คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และ คุณลักษณะ อันพึงประสงค์
2	กระบวนการสื่อสารการตลาด 1.ความหมายของการสื่อสาร (Communication) 2.กระบวนการสื่อสารการตลาด 3.กระบวนการของการสื่อสารกับการสื่อสารการตลาด 4.การพัฒนากระบวนการสื่อสารการตลาด	2	4-6	1. ให้ทำแบบประเมินตนเองก่อนเรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและเนื้อหาสาระการเรียนรู้สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระใช้วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียงเนื้อหาและการใช้เทคนิคในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ประกอบกับการยกตัวอย่าง 3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย 4. ทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง 5. ให้ฝึกทำแบบฝึกหัดและเฉลย 6. หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ 7. ทำแบบประเมินตนเองหลังเรียน	
3	การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด 1.สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารการตลาด 2.การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด หรือสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ในปัจจุบัน 3.เครื่องมือที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน	3-4	7-12	1. ให้ทำแบบประเมินตนเองก่อนเรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและเนื้อหาสาระการเรียนรู้สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระใช้วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียงเนื้อหาและการใช้เทคนิคในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ประกอบกับการยกตัวอย่าง 3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวทิตะ

หน่วย ที่	ชื่อหน่วย/สาระสำคัญ	สัปดาห์ ที่	ชั่วโมง ที่	จุดประสงค์การเรียนรู้	คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และ คุณลักษณะ อันพึงประสงค์
4	การวางแผนและการกำหนด กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด 1. หลักการของการสื่อสาร ทางการตลาด 2. ระบบวงจรการสื่อสาร 3. การวางแผนการสื่อสาร ทางการตลาด 4. ระดับของการวางแผนการ สื่อสารการตลาดในองค์กร 5. ขั้นตอนหรือกระบวนการวาง แผนการสื่อสารการตลาด 6. การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาด	5-6	13-18	1. ให้ทำแบบประเมินตนเองก่อน เรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและเนื้อหา สาระการเรียนรู้สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหา สาระใช้วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียง เนื้อหาและการใช้เทคนิคในการ ถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้น่าสนใจ ประกอบกับการยกตัวอย่าง 3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และ อาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย 4. ทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง 5. ให้ฝึกทำแบบฝึกหัดและเฉลย	ความมีมนุษย สัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นใน ตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูทวดเวที
5	ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสาร การตลาด 1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก เครื่องมือการสื่อสารการตลาด 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางกล ยุทธ์การสื่อสารการตลาด	7-8	19-24	1. ให้ทำแบบประเมินตนเองก่อน เรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและเนื้อหา สาระการเรียนรู้สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหา สาระใช้วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) 3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และ อาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย 4. ทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง	

หน่วย ที่	ชื่อหน่วย/สาระสำคัญ	สัปดาห์ ที่	ชั่วโมง ที่	จุดประสงค์การเรียนรู้	คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และ คุณลักษณะ อันพึงประสงค์
	สอบกลางภาคเรียนที่ 2/59	9	25-27		
6	งบประมาณการสื่อสารการตลาด 1. ความหมายและความสำคัญของ งบประมาณ 2. วงจรงบประมาณ 3. ทฤษฎีในการกำหนด งบประมาณการสื่อสารการตลาด 4. งบประมาณการสื่อสารการตลาด	10	28-30	1. ให้ทำแบบประเมินตนเอง ก่อนเรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระใช้ วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียง เนื้อหาและการใช้เทคนิคในการ ถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้ น่าสนใจ ประกอบกับการ ยกตัวอย่าง	ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง
7	เครื่องมือการสื่อสารการตลาด 1 การโฆษณา 2 การประชาสัมพันธ์ 3 การตลาดทางตรง 4 การส่งเสริมการขาย 5 การขายโดยพนักงานขาย 6 กิจกรรมทางการตลาดและการ สนับสนุนทางการตลาด	11- 16	31-48	1. ให้ทำแบบประเมินตนเอง ก่อนเรียน 2. การนำเข้าสู่บทเรียนและ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระใช้ วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียง เนื้อหาและการใช้เทคนิคในการ ถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้ น่าสนใจ ประกอบกับการ ยกตัวอย่าง	ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที

หน่วย ที่	ชื่อหน่วย/สาระสำคัญ	สัปดาห์ ที่	ชั่วโมง ที่	จุดประสงค์การเรียนรู้	คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และ คุณลักษณะ อันพึงประสงค์
8	<p>การวัดและประเมินผลของการ สื่อสารการตลาด</p> <p>1.ความหมายของการวัดผลและ การประเมินผล</p> <p>2.เครื่องมือในการประเมินผลการ สื่อสารการตลาด</p> <p>3.วิธีการประเมินผลการใช้ เครื่องมือการสื่อสารการตลาด</p>	17	49-51	<p>1. ให้ทำแบบประเมินตนเอง ก่อนเรียน</p> <p>2. การนำเข้าสู่บทเรียนและ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม การถ่ายทอดเนื้อหาสาระใช้ วิธีการสอนโดยการบรรยาย (Lecture) อาศัยการเรียบเรียง เนื้อหาและการใช้เทคนิคในการ ถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้ น่าสนใจ ประกอบกับการ ยกตัวอย่าง</p> <p>3. นักศึกษาถามข้อสงสัย และ อาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</p> <p>4. ทำกิจกรรมตามงานที่ อาจารย์สั่ง</p> <p>5. ให้ฝึกทำแบบฝึกหัดและ เฉลย</p> <p>6. หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้ อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความ สมบูรณ์</p> <p>7. ทำแบบประเมินตนเองหลัง เรียน</p>	<p>ความมีมนุษยสัมพันธ์</p> <p>ความมีวินัย</p> <p>ความรับผิดชอบ</p> <p>ความเชื่อมั่นในตนเอง</p> <p>ความสนใจใฝ่รู้</p> <p>ความรักสามัคคี</p> <p>ความกตัญญูกตเวที</p>
	สอบปลายภาคเรียนที่ 2/2559	18	52-54		

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
สอบกลางภาค	9	30%
สอบปลายภาค	18	30%
วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความ การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	20%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	20%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<p>1.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารคำสอน การสื่อสารทางการตลาด 2. บัตรคำชี้แจง บัตรเนื้อหา บัตรคำถาม บัตรเฉลย
<p>2.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ</p> <p>- ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต</p>