



# แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัสวิชา 20200203 วิชา หลักการตลาด  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย  
อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย  
สาขาวิชาการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา หลักการตลาด รหัสวิชา 20200203  
จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียด  
ที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอน  
ที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจ  
พอเพียง

สาขาวิชาการตลาด  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## รายละเอียดของรายวิชา

สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

### หมวดที่ 1. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1.รหัสและชื่อรายวิชา	20200203	หลักการตลาด
2.จำนวนหน่วยกิต	3	หน่วยกิต
3.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา	3.1 หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาชีพพื้นฐาน
4.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย	
5.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2560 ระดับชั้น ปวส. 2 สายตรงและสาย ม.6 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	
6.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite)	ไม่มี	
7.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน	ไม่มี	
8.สถานที่เรียน	ห้อง 2103 สาขาวิชาการตลาด	
9.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด	ไม่มี	

## 1.1 ตารางวิเคราะห์รายวิชา

รหัสวิชา 20200203

วิชา หลักการตลาด

จำนวน 3 หน่วยกิต

ชั้น ปวส. 2 สายตรงและสาย ม. 6

สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ชื่อหน่วยการสอน/การเรียนรู้	ด้านพุทธิพิสัย						ด้านทักษะพิสัย(5)	ด้านจิตพิสัย(5)	รวม(40)	ลำดับความสำคัญ	จำนวนชั่วโมง
	ความรู้ (5)	ความเข้าใจ(5)	นำไปใช้(5)	วิเคราะห์(5)	สังเคราะห์(5)	ประเมินค่า(5)					
1. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	1	1	0.5	-	-	-	2	2	7.5	6	3
2. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	1	1	1	1	-	-	3	3	10	3	6
3. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	1	1	2	0.5	-	-	3	3	10.5	2	6
4. พฤติกรรมผู้บริโภค	1	1	1	0.5	-	-	3	3	9.5	4	3
5. ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	-	-	3	3	10	2	6
6. การกำหนดราคา	1	1	1	0.5	-	-	2	2	7.5	6	3
7. การจัดจำหน่าย	1	1	0.5	0.5	-	-	2	2	7	7	3
8. การส่งเสริมการตลาด	1	1	1	1	-	-	3	3	10	3	6
9. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด	1	1	0.5	0.5	-	-	3	3	9	5	3
10. แผนธุรกิจ	1	1	2	1	-	-	4	4	13	1	6
11. ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด	1	1	0.5	0.5	-	-	2	2	7	7	3
สอบกลางภาค											3
สอบปลายภาค											
<b>รวม</b>	11	11	11	7	-	-	30	30			51
<b>ลำดับความสำคัญ</b>	2	2	2	3	-	-	1	1			

**คำอธิบาย** 5 หมายถึง ระดับความสำคัญของแต่ละรายการมี 5 ระดับ คือ 1, 2, 3, 4, 5

## 1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20200203

วิชา หลักการตลาด

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 51 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 1</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: ความรู้พื้นฐานทางการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ลักษณะทั่วไปของตลาด</li> <li>2. ความหมายของ “ตลาด”</li> <li>3. ความสำคัญของการตลาด</li> <li>4. แนวทางการศึกษาการตลาด</li> <li>5. เศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาด</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 2</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. แนวความคิดทางการตลาด</li> <li>2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด</li> <li>3. การวิเคราะห์ SWOT</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 3</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: การแบ่งส่วนตลาด การเลือกหน่วยตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การแบ่งส่วนตลาด</li> <li>2. การเลือกตลาดเป้าหมาย</li> <li>3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์</li> <li>4. กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขัน</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 4</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: พฤติกรรมผู้บริโภค</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ</li> <li>3. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์</li> <li>4. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>5. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค</li> <li>6. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 5</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: ผลิตภัณฑ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายของผลิตภัณฑ์</li> <li>2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์</li> <li>3. การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์</li> <li>4. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์</li> <li>5. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์</li> <li>6. ประเภทของตราสินค้า</li> <li>7. บรรจุภัณฑ์</li> <li>8. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 6</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดราคา</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายของราคา</li> <li>2. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา</li> <li>3. วิธีการกำหนดราคา</li> <li>4. นโยบายราคา</li> <li>5. กลยุทธ์การตั้งราคา</li> </ol>

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน: การจัดจำหน่าย</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายของการจัดจำหน่าย</li> <li>2. ช่องทางการจัดจำหน่าย</li> <li>3. สถาบันการตลาด</li> <li>4. การค้าปลีก</li> <li>5. การค้าส่ง</li> <li>6. การกระจายสินค้า</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน: การส่งเสริมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายของการส่งเสริมการตลาด</li> <li>2. กระบวนการติดต่อสื่อสาร</li> <li>3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด</li> <li>4. ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน: การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เทคโนโลยีทางการตลาด</li> <li>2. สารสนเทศทางการตลาด</li> <li>3. อินเทอร์เน็ต</li> <li>4. พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์</li> <li>5. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 10 ชื่อหน่วยการสอน: แผนธุรกิจ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ</li> <li>2. ปกหน้าและสารบัญ</li> <li>3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย</li> <li>4. บทสรุปผู้บริหาร</li> <li>5. ประวัติกิจการ</li> <li>6. การวิเคราะห์สถานการณ์</li> <li>7. แผนการตลาด</li> <li>8. แผนการจัดการ</li> <li>9. แผนการผลิต</li> <li>10. แผนการเงิน</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 11 ชื่อหน่วยการสอน: ความรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณทางการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>2. จรรยาบรรณทางการตลาด</li> <li>3. คุณสมบัติของนักการตลาด</li> <li>4. อุปสรรคต่อจรรยาบรรณ</li> </ol>

### 1.3 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง / ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง  
 รหัสวิชา 20200203                      วิชา หลักการตลาด                      หน่วยกิต 3 (3)  
 ระดับชั้น ปวส. 2 สายตรง และสายม.6                      สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 1</b> ชื่อหน่วยการสอน ความรู้พื้นฐาน ทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ลักษณะทั่วไปของตลาด	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. ความหมายของ “ตลาด”	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21	
3. ความสำคัญของการตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23	
4. แนวทางการศึกษาการตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20	
5. เศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23	
<b>หน่วยการสอนที่ 2</b> ชื่อหน่วยการสอน แนวความคิดและ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. แนวความคิดทางการตลาด	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
3. การวิเคราะห์ SWOT	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 3</b> ชื่อหน่วยการสอน การแบ่งส่วน ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ การตลาดในการแข่งขัน สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. การแบ่งส่วนตลาด	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. การเลือกตลาดเป้าหมาย	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
4. กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขัน	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	
<b>หน่วยการสอนที่ 4</b> ชื่อหน่วยการสอน พฤติกรรม ผู้บริโภค สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
4. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
5. กระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
6. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	



ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 5</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> ผลิตภัณฑ์ <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. ความหมายของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3. การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
4. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
5. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
6. ประเภทของตราสินค้า	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
7. บรรจุภัณฑ์	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
8. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
<b>หน่วยการสอนที่ 6</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การกำหนดราคา <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. ความหมายของราคา	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
2. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
3. วิธีการกำหนดราคา	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
4. นโยบายราคา	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29	
5. กลยุทธ์การตั้งราคา	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
<b>หน่วยการสอนที่ 7</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การจัดจำหน่าย <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. ความหมายของการจัดจำหน่าย	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	
2. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3. สถาบันการตลาด	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
4. การค้าปลีก	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
5. การค้าส่ง	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
6. การกระจายสินค้า	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ	
	3ห้อง			2 เงื่อนไข									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)			
<b>หน่วยการสอนที่ 8</b> ชื่อหน่วยการสอน การส่งเสริม การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. ความหมายของการส่งเสริม การตลาด	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. กระบวนการติดต่อสื่อสาร	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19		
4. ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
<b>หน่วยการสอนที่ 9</b> ชื่อหน่วยการสอน การนำเทคโนโลยี มาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. เทคโนโลยีทางการตลาด	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
2. สารสนเทศทางการตลาด	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
3. อินเทอร์เน็ต	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-	5	-	5	2	-	-	-	3	3	18		
5. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
<b>หน่วยการสอนที่ 10</b> ชื่อหน่วยการสอน แผนธุรกิจ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. ความหมายและความสำคัญของ แผนธุรกิจ	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
2. ปกหน้าและสารบัญ	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
4. บทสรุปผู้บริหาร	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
5. ประวัติกิจการ	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19		
6. การวิเคราะห์สถานการณ์	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
7. แผนการตลาด	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
8. แผนการจัดการ	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
9. แผนการผลิต	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
10. แผนการเงิน	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
<b>หน่วยการสอนที่ 11</b> ชื่อหน่วยการสอน การส่งเสริม การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. จรรยาบรรณทางการตลาด	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
3. คุณสมบัติของนักการตลาด	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
4. อุปสรรคต่อจรรยาบรรณ	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	

## หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p><b>1. จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้าใจเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการตลาด</li> <li>2. มีทักษะในการกำหนดส่วนประสมการตลาด</li> <li>3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานการตลาด</li> </ol>
<p><b>2. สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด</li> <li>2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์</li> <li>3. กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ</li> <li>4. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานการตลาด</li> </ol>
<p><b>3. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการตลาด แนวความคิดทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เทคโนโลยีทางการตลาด และจรรยาบรรณนักการตลาดในงานอาชีพตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</p>

## หมวดที่ 3. ลักษณะและการดำเนินการ

<b>1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</b>			
บรรยาย 51 ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมง/สัปดาห์
<b>2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</b> 1 ชั่วโมง/สัปดาห์			

## หมวดที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

<b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b>
<b>1.1 คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา</b> ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวที การตรงต่อเวลา
<b>1.2 วิธีการสอน</b> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์
<b>1.3 วิธีการประเมินผล</b> - ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน - การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน - การสอบกลางภาคและปลายภาค - คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม
<b>บูรณาการกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</b> <b>หลักความพอประมาณ</b> นักศึกษารู้จักการซื้อสินค้าต้องพอประมาณกับราคา คุณภาพของสินค้า และพอประมาณกับปริมาณของสินค้า และมีประโยชน์ในการบริโภค  <b>หลักความมีเหตุผล</b> นักศึกษามีเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ว่าจำเป็นในการที่จะใช้หรือบริโภคในชีวิตประจำวัน มากน้อยเพียงไร  <b>หลักการมีภูมิคุ้มกัน</b> นักศึกษามีการวางแผนก่อนที่จะเป็นผู้ซื้อสินค้าโดยรู้จักอ่านส่วนประกอบของสินค้า วันผลิตสินค้า วันหมดอายุของสินค้า และประโยชน์ของสินค้า และรู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าหลาย ๆ ร้าน เพื่อมิให้ถูกหลอกในการซื้อสินค้าได้

## เงื่อนไขความรู้

นักศึกษามีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็น มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และไม่เลือกซื้อสินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

## เงื่อนไขคุณธรรม

นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

ศึกษาเกี่ยวกับหลักการตลาดและการขายเบื้องต้น แนวคิดทางการตลาดและการขาย วิวัฒนาการตลาดและการขาย หน้าที่ทางการตลาด ประเภทและลักษณะของการขาย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้เกี่ยวกับกิจการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น คุณสมบัติของนักขาย โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย

### 1.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย
- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง
- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์

### 2.3 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 เพื่อให้ให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด
- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

##### 4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษาด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความรับผิดชอบ

#### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

##### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ต้องพัฒนาสามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล

- 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

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
1	ชี้แจงกระบวนการจัดการเรียนการสอน ในรายวิชา หลักการตลาด บทที่ 1. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบายรายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์การประเมิน วัตถุประสงค์ และทำความเข้าใจเรื่องการวัดผลและประเมินผลกับนักศึกษา</li> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- บรรยายให้นักศึกษาตระหนักและเข้าใจตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
2-3	บทที่ 2. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
4-5	บทที่ 3. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
6	บทที่ 4. พฤติกรรมผู้บริโภค	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
7-8	บทที่ 5. ผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
9	สอบกลางภาค	3		สอบวัดความรู้	
10	บทที่ 6. การกำหนดราคา	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
11	บทที่ 7. การจัดจำหน่าย	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> </ul>	

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
				<ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
12-13	บทที่ 8. การส่งเสริมการตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ</li> </ul>	
14	บทที่ 9. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
15-16	บทที่ 10. แผนธุรกิจ	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point ในการบรรยาย</li> </ul>	

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
17	บทที่ 11. ความรับผิดชอบต่อสังคม และ จรรยาบรรณทางการตลาด	3		- บรรยายให้นักศึกษาตระหนักและเข้าใจตาม หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความ คิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบ การสอนต่าง ๆ	
18	สอบปลายภาค			สอบวัดความรู้	

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
สอบกลางภาค	10	40%
สอบปลายภาค	18	40%
วิเคราะห์กรณีศึกษา คำนวณ การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความ การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	10%

### หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<b>1.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก</b> 1. เอกสารคำสอนวิชา หลักการตลาด 2. ใบงานและกิจกรรมตามใบงาน
<b>2.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ</b> - ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด