



แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส 20402116 วิชา การบริหารการตลาด
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย
อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย
สาขาวิชาการขายและการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยนครพนม

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา การบริหารการตลาด รหัสวิชา 20402116 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	20402116 การบริหารการตลาด
2.จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต
3.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา	3.1 หลักสูตร สาขาวิชาการตลาด 3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาชีพสาขาวิชาการตลาด
4.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย
5.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ระดับชั้น ปวส. 2 สายตรง และสาย ม.6 การตลาด
6.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite)	ไม่มี
7.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน	ไม่มี
8.สถานที่เรียน	ห้อง 2103 สาขาวิชาการขายและการตลาด
9.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด	ไม่มี

1.1 ตารางวิเคราะห์รายวิชา

รหัสวิชา 20402116

วิชา การบริหารการตลาด จำนวน 3 หน่วยกิต

ชั้น ปวส. 2 สายตรงและสาย ม.6

สาขาวิชา การตลาด

ชื่อหน่วยการสอน/การเรียนรู้	ด้านพุทธิพิสัย(40%)						ด้านทักษะพิสัย	ด้านจิตพิสัย(30%)	รวม	ลำดับความสำคัญ	จำนวนชั่วโมง
	ความรู้	ความเข้าใจ	นำไปใช้	วิเคราะห์	สังเคราะห์	ประเมินค่า					
1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการตลาด	1	1	1				2	2	7	5	3
2. ระบบการตลาด	1	1.5					2	2	6.5	6	3
3. นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์	1	1	1				2	2	7	5	3
4. นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านราคา	1	2	1	.5	.5	.5	3	3	11.5	2	6
5. นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	3
6. นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการการส่งเสริมการตลาด	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	6
7. การวางแผนเชิงกลยุทธ์	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	3	6
8. การจัดการองค์การ การวางแผนและการควบคุมการตลาด	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	4	6
9. แนวโน้มการจัดการตลาดในอนาคตและกรณีศึกษาทางการตลาด	1	1	.5	1	1	1	5	4	14.5	1	6
สอบกลางภาค											1
สอบปลายภาค											1
รวมคะแนน											
ลำดับความสำคัญ											

1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20402116

วิชา การบริหารการตลาด

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 51 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน: ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการตลาด	1. บอกความหมายของการตลาดได้ 2. อธิบายแนวคิดและปรัชญาทางการตลาดได้ 3. อธิบายวิวัฒนาการของการตลาดได้ 4. อธิบายบทบาทของการตลาดได้ 5. อธิบายกระบวนการของการตลาดได้ 6. อธิบายการพัฒนาส่วนประสมการตลาดได้
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน: ระบบการตลาด	1. บอกความหมายของระบบการตลาดได้ 2. อธิบายแนวคิดหลักเกี่ยวกับระบบการตลาดได้ 3. บอกประโยชน์และอุปสรรคในการนำระบบการตลาดมาใช้ได้ 4. บอกการดำเนินการและการควบคุมระบบการตลาดได้ 5. อธิบายสถานะแวดล้อมของระบบการตลาดได้ 6. อธิบายสถานะแวดล้อมของระบบการตลาดได้
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน: นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์	1. บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ได้ 2. อธิบายประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ 3. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ได้ 4. อธิบายการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ได้ 5. อธิบายแนวความคิดในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ได้ 6. อธิบายกลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน: นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านราคา	1. บอกความหมายของราคาได้ 2. อธิบายปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคาได้ 3. อธิบายการตัดสินใจด้านราคาได้ 4. บอกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาได้ 5. บอกขั้นตอนในการกำหนดราคาได้ 6. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคาได้
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน: นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. อธิบายแนวคิดในการจำแนกช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2. อธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการระบบการกระจายตัวสินค้าได้ 3. อธิบายหน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4. อธิบายระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายได้

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน: นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการการส่งเสริมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. อธิบายการโฆษณาได้ 2. อธิบายการขายโดยใช้พนักงานขายได้ 3. อธิบายการส่งเสริมการขายได้ 4. อธิบายการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ได้ 5. อธิบายการตลาดทางตรงได้
<p>หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน: 7 การวางแผนเชิงกลยุทธ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. อธิบายการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานการณ์ขององค์กรได้ 2. อธิบายการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมได้ 3. อธิบายการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในได้ 4. อธิบายการประเมินสภาพภาพขององค์กรในปัจจุบันได้ 5. อธิบายการจัดวางทิศทางองค์กรได้ 6. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ได้ 7. อธิบายการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ได้
<p>หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน: การจัดการองค์กร การวางแผนและการควบคุมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. อธิบายการวิวัฒนาการของฝ่ายการตลาดได้ 2. อธิบายการวางแผนการตลาดได้ 3. อธิบายการกำหนดเป้าหมายของบริษัทและงบประมาณได้ 4. อธิบายองค์ประกอบของแผนการตลาดได้ 5. อธิบายการควบคุมประสิทธิภาพได้ 6. อธิบายการควบคุมกลยุทธ์ได้
<p>หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน: แนวโน้มการจัดการการตลาดในอนาคตและกรณีศึกษาทางการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. อธิบายการตลาดออนไลน์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ 2. อธิบายกลุ่มลูกค้าในตลาดออนไลน์ได้ 3. บอกประโยชน์ของการตลาดออนไลน์ต่อผู้ซื้อและผู้ขายได้ 4. อธิบายลักษณะพิเศษของตลาดออนไลน์ได้ 5. อธิบายโอกาสและความท้าทายของการตลาดออนไลน์ได้ 6. วิเคราะห์กรณีศึกษาทางการตลาดได้

1.3 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง /ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง
 รหัสวิชา 20402116 วิชา การบริหารการตลาด หน่วยกิต 3 (3)
 ระดับชั้น ปวส. 2 สายตรงและสาย ม.6 สาขาวิชา การขายและการตลาด

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)			
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหาร การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. บอกความหมายของการตลาดได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21		
2. อธิบายแนวคิดและปรัชญาทาง การตลาดได้	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21		
3. อธิบายวิวัฒนาการของการตลาด ได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23		
4. อธิบายบทบาทของการตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20		
5. อธิบายกระบวนการของการตลาด ได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23		
6. อธิบายการพัฒนาส่วนประสม การตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20		
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน ระบบการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. บอกความหมายของระบบ การตลาดได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21		
2. อธิบายแนวคิดหลักเกี่ยวกับระบบ การตลาดได้	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21		
3. บอกขอบเขตของระบบได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23		

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)		
4. บอกประโยชน์และอุปสรรคในการนำระบบการตลาดมาใช้ได้	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
5. อธิบายการดำเนินการและการควบคุมระบบการตลาดได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
6. อธิบายการดำเนินการและการควบคุมระบบการตลาดได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. อธิบายประเภทของผลิตภัณฑ์ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์การจัดการด้านผลิตภัณฑ์ได้												
4. อธิบายการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	
5. อธิบายแนวความคิดในการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
6. อธิบายกลยุทธ์วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้	-	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)			
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการ ด้านราคา สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. บอกความหมายของราคาได้	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. อธิบายปัจจัยที่ต้องพิจารณาใน การกำหนดราคาได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26		
3. อธิบายการตัดสินใจด้านราคาได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
4. บอกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24		
5. บอกขั้นตอนในการกำหนดราคาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
6. อธิบายนโยบายและกลยุทธ์ด้าน ราคาได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน การวิเคราะห์กรณีศึกษา สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายแนวคิดในการจำแนก ช่องทางการจัดจำหน่ายได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
2. อธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการ จัดการระบบการกระจายตัวสินค้าได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
3. อธิบายหน้าที่ของช่องทางการจัด จำหน่ายได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28		
4. อธิบายระดับของช่องทางการจัด จำหน่ายได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		

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)			
หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการ การส่งเสริมการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายการโฆษณาได้	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
2. อธิบายการขายโดยใช้พนักงาน ขายได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
3. อธิบายการส่งเสริมการขายได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26		
4. อธิบายการให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24		
5. อธิบายการตลาดทางตรงได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน การวางแผนเชิงกลยุทธ์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับ สถานภาพขององค์กรได้													
2. อธิบายการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมได้													
3. อธิบายการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในได้													
4. อธิบายการประเมินสภาพภาพ ขององค์กรในปัจจุบันได้													
5. อธิบายการจัดวางทิศทางองค์กร ได้													
6. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ได้													
7. อธิบายการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ ได้													

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)			
หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน การจัดการองค์การ การวางแผนและ การควบคุมการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายการวิวัฒนาการของฝ่าย การตลาดได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20		
2. อธิบายการวางแผนการตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		
3. อธิบายการกำหนดเป้าหมายของ บริษัทและงบประมาณได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
4. อธิบายองค์ประกอบของแผนการ การตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		
5. อธิบายการควบคุมประสิทธิภาพ ได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
6. อธิบายการควบคุมกลยุทธ์ได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		
หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน แนวโน้มการจัดการการตลาดใน อนาคตและกรณีศึกษาทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายการตลาดออนไลน์และ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. อธิบายกลุ่มลูกค้าในตลาดออนไลน์ ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
3. บอกประโยชน์ของการตลาด ออนไลน์ต่อผู้ซื้อและผู้ขายได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
4. อธิบายลักษณะพิเศษของตลาด ออนไลน์ได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
5. อธิบายโอกาสและความท้าทาย ของการตลาดออนไลน์ได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		

หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

1. จุดประสงค์รายวิชา

1. เข้าใจและมีความรู้ทางการจัดการทางการตลาด
2. สามารถเขียนแผนการตลาดและวางแผนกลยุทธ์การตลาด
3. พัฒนาส่วนผสมการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการบริหารการตลาด
4. มีเจตคติที่ดีต่อการบริหารการตลาด

2. มาตรฐานรายวิชา

1. เขียนแผนการตลาด เขียนแผนการขาย
2. เขียนแผนการจัดฝึกอบรมบุคลากรฝ่ายขาย
3. วิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหาการส่งเสริมการตลาด

3. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับแนวความคิดการจัดการทางการตลาด บทบาทและหน้าที่ของผู้จัดการตลาด นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์ การวางแผน การควบคุมและการจัดองค์การ แนวโน้มของการจัดการตลาดในอนาคต รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหา และกรณีศึกษาทางการตลาด

หมวดที่ 3. ลักษณะและการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย 51 ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมง/สัปดาห์
----------------------	-------------------	---	--

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 1 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

<p>1. คุณธรรม จริยธรรม</p>
<p>1.1 คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> • ความมีมนุษยสัมพันธ์ • ความมีวินัย • ความรับผิดชอบ • ความเชื่อมั่นในตนเอง • ความสนใจใฝ่รู้ • ความรักสามัคคี • ความกตัญญูกตเวทีย • การตรงต่อเวลา
<p>1.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์
<p>1.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน - การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน - การสอบกลางภาคและปลายภาค - คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม
<p>บูรณาการกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</p> <p>หลักความพอประมาณ</p> <p> นักศึกษารู้จักการซื้อสินค้าต้องพอประมาณกับราคา คุณภาพของสินค้า และพอประมาณกับปริมาณของสินค้า และมีประโยชน์ในการบริโภค</p> <p>หลักความมีเหตุผล</p> <p> นักศึกษามีเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ว่าจำเป็นในการที่จะใช้หรือบริโภคในชีวิตประจำวัน มากน้อยเพียงไร</p> <p>หลักการมีภูมิคุ้มกัน</p> <p> นักศึกษามีการวางแผนก่อนที่จะเป็นผู้ซื้อสินค้าโดยรู้จักอ่านส่วนประกอบของสินค้า วันผลิตสินค้า วันหมดอายุของสินค้า และประโยชน์ของสินค้า และรู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าหลาย ๆ ร้าน เพื่อมิให้ถูกหลอกในการซื้อสินค้าได้</p> <p>เงื่อนไขความรู้</p> <p> นักศึกษามีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็น มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และไม่เลือกซื้อสินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย</p>

เงื่อนไขคุณธรรม

นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

เพื่อให้นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจและปฏิบัติเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด เทคนิคการค้าในงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ การดูงานนอกสถานที่ การจัดบรรยาย หรืออภิปรายจากบุคคลต่าง ๆ ในวงการธุรกิจ การศึกษากรณีศึกษาและกำหนดการปฏิบัติงานจริงตามโครงการที่กำหนดขึ้นร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน โดยจัดแยกเป็นกลุ่มตามความเหมาะสมของสภาพ ห้องถิ่น

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- 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 เพื่อให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น 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					
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมาย เหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
1	ปฐมนิเทศก่อนเรียน บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการ บริหารการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบายรายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์การประเมินวัดผล และทำความเข้าใจการวัดผลและประเมินผลกับนักศึกษา โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในเกณฑ์การวัดผลและประเมินผล - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
2-3	บทที่ 2 ระบบการตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
4-5	บทที่ 3 นโยบายและกลยุทธ์ของ การจัดการด้านผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	

6-7	บทที่ 4 นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านราคา	6	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
8	บทที่ 5 นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบการวิเคราะห์กรณีศึกษาและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ 	
9	สอบกลางภาค บทที่ 6 นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด	3	<p>สอบวัดความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน 	
10-11	บทที่ 6 นโยบายและกลยุทธ์ของการจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด	6	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ 	

12-13	บทที่ 7 การวางแผนเชิงกลยุทธ์	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	
14-15	บทที่ 8 การจัดการองค์การ การวางแผนและการควบคุม การตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	
16-17	บทที่ 9 แนวโน้มการจัดการการตลาดในอนาคตและกรณีศึกษาทางการตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	
18	สอบปลายภาค	1		สอบวัดความรู้	

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
สอบกลางภาค	9	30%
สอบปลายภาค	18	40%
วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	10%

หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก 1. เอกสารคำสอนวิชา การบริหารการตลาด 2. ใบงานและกิจกรรมตามใบงาน
2.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ - ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด