



แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส 20402104 วิชา สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย
อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย
สาขาวิชาการขายและการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยนครพนม

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด รหัสวิชา 20402104 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียดที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สาขาวิชาการขายและการตลาด
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยนครพนม

รายละเอียดของรายวิชา

สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการขายและการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

หมวดที่ 1. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1.รหัสและชื่อรายวิชา	20402104	สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด
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 20402104

วิชา สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด

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. ความหมายและความสำคัญของ การปฏิบัติงานด้านการตลาด	1	1	1				2	2	7	5	3
2. สภาพแวดล้อมภายนอก : การกำหนดโอกาส และภัยในอุตสาหกรรม	1	1.5					2	2	6.5	6	3
3. สภาพแวดล้อมภายใน : การพิจารณาจุดแข็ง และจุดอ่อน	1	1	1				2	2	7	5	3
4.การกำหนดกลยุทธ์ : กลยุทธ์ระดับบริษัท ธุรกิจและหน้าที่	1	2	1	.5	.5	.5	3	3	11.5	2	6
5.การวิเคราะห์กรณีศึกษา	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	3
6. ส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	6
7.ส่วนประสมการตลาด : การตั้งราคา	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	3	6
8.ส่วนประสมการตลาด : การจัดจำหน่าย	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	3	6
9.ส่วนประสมการตลาด : การกระจายสินค้า	1	1	.5	1	1	1	5	4	14.5	1	6
10.ส่วนประสมการตลาด : การบริหารการ ส่งเสริมการตลาด	.5	.5		.5	.5	.5	4	3	9.5	4	6
สอบกลางภาค											1
สอบปลายภาค											1
รวมคะแนน											
ลำดับความสำคัญ											

1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20402104

วิชา สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 51 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน: ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด	1. อธิบายความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาดได้ 2. อธิบายเรื่องการกำหนดทิศทางขององค์กร ได้ 3. อธิบายเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ 4. วิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินสถานการณ์ได้ 5. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน: สภาพแวดล้อมภายนอก : การกำหนดโอกาสและภัยในอุตสาหกรรม	1. อธิบายสภาพแวดล้อมการดำเนินงานได้ 2. อธิบายสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปได้ 3. วิเคราะห์โมเดลผลกระทบแรงกดดัน 5 ประการได้ 4. อธิบายถึงลักษณะการแข่งขันเพื่อความมุ่งหมายของการคาดคะเนได้
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน: สภาพแวดล้อมภายใน : การพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน	1. อธิบายแนวความคิดการสร้างและคงไว้เพื่อการรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ 2. อธิบายวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในได้ 3. วิเคราะห์การพิจารณาจุดแข็งจุดอ่อนของธุรกิจ
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดกลยุทธ์ : กลยุทธ์ระดับบริษัท ธุรกิจและหน้าที่	1. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัทได้ 2. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ได้ 3. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ ได้ 4. วิเคราะห์ยุทธวิธีทางตำแหน่งของตลาดได้
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน: การวิเคราะห์กรณีศึกษา	1. อธิบายขั้นตอนการวิเคราะห์กรณีศึกษาได้ 2. การวิเคราะห์กรณีศึกษาจะช่วยให้บุคคลเรียนรู้จากสถานการณ์จริงได้ 3. เพื่อให้มองเห็นสภาพความเป็นจริงและให้นักศึกษานำทฤษฎีที่ได้เรียนไปแล้วมาประยุกต์ใช้ได้ 4. การวิเคราะห์กรณีศึกษานำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ SWOT ทางการตลาดได้

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน: ส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถอธิบายประเภทและองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ได้ 2. สามารถอธิบายความหมาย ตราผลิตภัณฑ์ ป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์ได้ 3.สามารถอธิบายนโยบายผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดระหว่างประเทศได้ 4.จำแนกและอธิบายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ได้ 5. อธิบายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้
<p>หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน: 7 ส่วนประสมการตลาด : การตั้งราคา</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถอธิบายความหมายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคาได้ 2.อธิบายการกำหนด ราคา การแข่งขัน และวัตถุประสงค์ของการแข่งขัน 3.สามารถกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคาได้ 4.อธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาได้ 5.สามารถวิเคราะห์ปฏิกิริยาของคู่แข่งและการตอบโต้ของคู่แข่งไปในทิศทางใดได้ 6.จำแนกและอธิบายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ต่อการกำหนดราคาได้
<p>หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน: ส่วนประสมการตลาด : การจัดจำหน่าย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดจำหน่ายได้ 2.ระบุและอธิบายลักษณะการจัดจำหน่ายได้ 3.อธิบายสาเหตุที่ต้องใช้ตัวกลางทางการตลาดได้ 4.อธิบายหน้าที่การตลาดภายในช่องทางการจัดจำหน่ายได้
<p>หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน: ส่วนประสมการตลาด : การกระจายสินค้า</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.อธิบายความหมายและลักษณะการกระจายตัวสินค้าได้ 2.อธิบายการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดได้ 3.อธิบายวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดได้ 4.อธิบายความหมายของการจัดการด้านโลจิสติกส์ได้ 5.บอกบทบาทของโลจิสติกส์สนับสนุนทางการตลาดได้

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 10</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: ส่วนประสมการตลาด : การบริหารการส่งเสริมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการบริหารการส่งเสริมการตลาด 2.อธิบายการตลาดและการส่งเสริมการตลาดได้ 3.อธิบายการส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้ 4.สามารถนำกลยุทธ์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดแต่ละเครื่องมือได้ 5.อธิบายการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้ 6.สามารถอธิบายการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสานได้

1.3 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง /ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง
 รหัสวิชา 20402104 วิชา สัมมนาเชิงปฏิบัติการทางการตลาด หน่วยกิต 3 (3)
 ระดับชั้น ปวส. 2 สายตรงและสาย ม.6 สาขาวิชา การขายและการตลาด

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห้วง			2 เจอนไซ								
				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 ความหมายและความสำคัญของ การปฏิบัติงานด้านการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1.อธิบายความหมายและความสำคัญ ของการปฏิบัติงานด้านการตลาดได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2.อธิบายเรื่องการกำหนดทิศทางของ องค์กร ได้	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21	
3.อธิบายเรื่องการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23	
4.วิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมิน สถานการณ์ได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20	
5. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้	-	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)		
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน สภาพแวดล้อมภายนอก : การ กำหนดโอกาสและภัยใน อุตสาหกรรม สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. อธิบายสภาพแวดล้อมการ ดำเนินงานได้	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
2. อธิบายสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. วิเคราะห์โมเดลผลกระทบแรง กดดัน 5 ประการได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	
4. อธิบายถึงลักษณะการแข่งขันเพื่อ ความมุ่งหมายของการคาดคะเนได้	3	3	3	3	4	4	-	-	5	-	25	
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน สภาพแวดล้อมภายใน : การ พิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. อธิบายแนวความคิดการสร้างและ คงไว้เพื่อการรักษาข้อได้เปรียบ ทางการแข่งขันได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. อธิบายวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายในได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. วิเคราะห์การพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อนของธุรกิจ	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	

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 การกำหนดกลยุทธ์ : กลยุทธ์ระดับ บริษัท ธุรกิจและหน้าที่ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับ บริษัทได้	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับ ธุรกิจได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26		
3. อธิบายการกำหนดกลยุทธ์ระดับ หน้าที่ได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
4. วิเคราะห์ยุทธวิธีทางตำแหน่งของ ตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24		
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน การวิเคราะห์กรณีศึกษา สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายขั้นตอนการวิเคราะห์ กรณีศึกษาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
2. การวิเคราะห์กรณีศึกษาจะช่วยให้ บุคคลเรียนรู้จากสถานการณ์จริงได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
3. เพื่อให้มองเห็นสภาพความเป็น จริงและให้นักศึกษานำทฤษฎีที่ได้ เรียนไปแล้วมาประยุกต์ใช้ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28		

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. การวิเคราะห์กรณีศึกษานำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ SWOT ทางการตลาดได้	-	5	3	3	2	3	-	3	3	2	24	
หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน ส่วนประสมการตลาด : ด้านผลิตภัณฑ์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. สามารถอธิบายประเภทและองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ได้	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
2. สามารถอธิบายความหมาย ตราผลิตภัณฑ์ ป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์ได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3.สามารถอธิบายนโยบายผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดระหว่างประเทศได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26	
4.จำแนกและอธิบายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	
5. อธิบายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน ส่วนประสมการตลาด : การตั้งราคา สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. สามารถอธิบายความหมายและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคาได้	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	

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)		
2.อธิบายการกำหนด ราคา การแข่งขัน และวัตถุประสงค์ของการแข่งขัน	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
3.สามารถกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคาได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	
4.อธิบายการเปลี่ยนแปลงราคาได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	
5.สามารถวิเคราะห์ปฏิกิริยาของคู่แข่งและการตอบโต้ของคู่แข่งไปในทิศทางใดได้	-	5	-	5	2	-	-	-	3	3	18	
6.จำแนกและอธิบายส่วนประสมผลิตภัณฑ์ต่อการกำหนดราคาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน ส่วนประสมการตลาด : การจัดจำหน่าย สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1.สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดจำหน่ายได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
2.ระบุและอธิบายลักษณะการจัดจำหน่ายได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
3.อธิบายสาเหตุที่ต้องใช้ตัวกลางทางการตลาดได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29	
4.อธิบายหน้าที่การตลาดภายในช่องทางการจัดจำหน่ายได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26	
หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน ส่วนประสมการตลาด : การกระจายสินค้า สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												

1.อธิบายความหมายและลักษณะการกระจายตัวสินค้าได้	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2.อธิบายการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
3.อธิบายวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
4.อธิบายความหมายของการจัดการด้านโลจิสติกส์ได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
5.บอกบทบาทของโลจิสติกส์สนับสนุนทางการตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
หน่วยการสอนที่ 10 ชื่อหน่วยการสอน ส่วนประสมการตลาด : การบริหารการส่งเสริมการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1.สามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการบริหารการส่งเสริมการตลาด	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2.อธิบายการส่งเสริมการตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
3.อธิบายการส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
4.สามารถนำกลยุทธ์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดแต่ละเครื่องมือได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
5.อธิบายการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
6.สามารถอธิบายการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสานได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	

หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p>1. จุดประสงค์รายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการสัมมนาการตลาด 2. มีทักษะการวางแผนและจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาด 3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาด
<p>2. สมรรถนะรายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แสดงความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและกระบวนการสัมมนาการตลาด 2. วางแผนและจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาดตามหลักการและกระบวนการ 3. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการจัดกิจกรรมสัมมนาการตลาด
<p>3. คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการสัมมนาการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดจากกรณีศึกษาสถานการณ์จริงและแหล่งเรียนรู้ กระบวนการจัดสัมมนาการตลาด การวางแผน การปฏิบัติงาน และการควบคุมงานการตลาด การสรุปผลการจัดสัมมนาการตลาด</p>

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

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

สินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

เงื่อนไขคุณธรรม

นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

เพื่อให้นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจและปฏิบัติเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด เทคนิคการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ การดูงานนอกสถานที่ การจัดบรรยาย หรืออภิปรายจากบุคคลต่าง ๆ ในวงการธุรกิจ การศึกษากรณีศึกษาและกำหนดการปฏิบัติงานจริงตามโครงการที่กำหนดขึ้นร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน โดยจัดแยกเป็นกลุ่มตามความเหมาะสมของสภาพ ท้องถิ่น

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- นักศึกษากลุ่มข้อสงสัย 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	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
1	ปฐมนิเทศก่อนเรียน บทที่ 1 ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบายรายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์การประเมินวัดผล และทำความเข้าใจเรื่องการวัดผลและประเมินผลกับนักศึกษา โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในเกณฑ์การวัดผลและประเมินผล - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
2	บทที่ 2 สภาพแวดล้อมภายนอก : การกำหนดโอกาสและภัยในอุตสาหกรรม	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
3-4	บทที่ 3 สภาพแวดล้อมภายใน : การพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point ประกอบการสอน 	

5-7	บทที่ 4 การกำหนดกลยุทธ์ : กลยุทธ์ ระดับบริษัท ธุรกิจ และหน้าที่	9		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
8	บทที่ 5 การวิเคราะห์กรณีศึกษา	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบการวิเคราะห์กรณีศึกษาและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ 	
9	สอบกลางภาค บทที่5 การวิเคราะห์กรณีศึกษา(ต่อ)	3		<p>สอบวัดความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบการวิเคราะห์กรณีศึกษา 	
10-11	บทที่ 6 ส่วนประสมการตลาด : ด้าน ผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ 	
12-13	บทที่ 7 ส่วนประสมการตลาด : ด้านการ ตั้งราคา	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย 	

				<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
14-15	บทที่ 8 ส่วนประสมการตลาด : ด้านการจัดจำหน่าย	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
16	บทที่ 9 ส่วนประสมการตลาด : ด้านการกระจายสินค้า	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
17	บทที่ 10 ส่วนประสมการตลาด : ด้านบริหารการส่งเสริมการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
18	สอบปลายภาค	1		สอบวัดความรู้	

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
สอบกลางภาค	9	30%
สอบปลายภาค (สอบปฏิบัติสัมมนา 20 คะแนน สอบทฤษฎี 20 คะแนน)	18	40%
วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	20%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	10%

หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

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