



# แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส 20402103 วิชา กลยุทธ์การตลาด  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย  
อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย  
สาขาวิชาการขายและการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา กลยุทธ์การตลาด รหัสวิชา 20402103 จัดทำขึ้น เพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียดที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สาขาวิชาการขายและการตลาด  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## รายละเอียดของรายวิชา

### สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการขายและการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

### หมวดที่ 1. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1.รหัสและชื่อรายวิชา 20402103      กลยุทธ์การตลาด
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 20402103

วิชา กลยุทธ์การตลาด

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. หลักการและกลยุทธ์ทางการตลาด	1	1	1				2	2	7	5	3
2. แนวความคิดทางการตลาดแบบผสม	1	1.5					2	2	6.5	6	3
3. การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์	1	1	1				2	2	7	5	3
4. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	1	2	1	.5	.5	.5	3	3	11.5	2	6
5. การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	3
6. การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	1	1	1	.5	.5	.5	3	4	11.5	2	6
7. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตั้งราคาและนโยบายราคา	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	3	6
8. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	4	6
9. การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด	1	1	.5	1	1	1	5	4	14.5	1	6
10.การนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ	1	1	1	.5	.5	.5	3	3	10.5	3	6
สอบกลางภาค											1
สอบปลายภาค											1
<b>รวมคะแนน</b>											
<b>ลำดับความสำคัญ</b>											

## 1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20402103

วิชา กลยุทธ์การตลาด

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 51 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน: หลักการและกลยุทธ์ทางการตลาด	<ol style="list-style-type: none"><li>1. บอกความหมายของตลาดและการตลาดได้</li><li>2. บอกความสำคัญของการตลาดได้</li><li>3. อธิบายหน้าที่หลักของการตลาดได้</li><li>4. บอกประเภทของการตลาดได้</li><li>5. อธิบายแนวความคิดหลักของการตลาดได้</li><li>6. กำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การตลาดได้</li></ol>
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน: แนวความคิดทางการตลาดแบบผสม	<ol style="list-style-type: none"><li>1. อธิบายเปรียบเทียบแนวคิดทางการตลาดสมัยเก่ากับสมัยใหม่ได้</li><li>2. บอกแนวคิดทางการตลาดเพื่อการติดต่อสื่อสารได้</li><li>3. จำแนกส่วนประสมทางการตลาดได้</li></ol>
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน: การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์	<ol style="list-style-type: none"><li>1. อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดได้</li><li>2. อธิบายและแบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้</li><li>3. บอกขั้นตอนในการบริหารการตลาดได้</li></ol>
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน: การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	<ol style="list-style-type: none"><li>1. อธิบายความหมายและระดับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้</li><li>2. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรหรือระดับบริษัทได้</li><li>3. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจได้</li><li>4. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ตามหน้าที่ได้</li></ol>
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน: การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมการซื้อ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับตลาดได้</li><li>2. อธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้</li><li>3. อธิบายและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อได้</li><li>4. บอกหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาในการวิเคราะห์ผู้บริโภคได้</li><li>5. อธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้</li><li>6. อธิบายตลาดธุรกิจได้</li></ol>
หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"><li>1. อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ได้</li><li>2. อธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้</li><li>3. บอกประเภท และกำหนดกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์ได้</li></ol>

หน่วยการสอน	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. อธิบายตราสินค้า และกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับตราสินค้าได้</li> <li>5. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ได้</li> <li>6. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์ป้ายฉลากได้</li> <li>7. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้</li> <li>8. อธิบายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้</li> </ol>
<p><b>หน่วยการสอนที่ 7</b> ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตั้งราคาและนโยบายราคา</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อธิบายความหมาย และความสำคัญของราคาได้</li> <li>2. บอกวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาได้</li> <li>3. บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาได้</li> <li>4. บอกขั้นตอนในการกำหนดราคาได้</li> <li>5. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การกำหนดราคาได้</li> <li>6. อธิบายและวิเคราะห์นโยบายการตั้งราคาที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าขนส่งได้</li> </ol>
<p><b>หน่วยการสอนที่ 8</b> ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อธิบายความหมาย และความสำคัญของการจัดจำหน่ายได้</li> <li>2. อธิบายและวิเคราะห์โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายได้</li> <li>3. อธิบายและวิเคราะห์สถานบันคนกลางทางการตลาดได้</li> <li>4. อธิบายการกระจายสินค้าได้</li> <li>5. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายได้</li> </ol>
<p><b>หน่วยการสอนที่ 9</b> ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดได้</li> <li>2. อธิบายและวิเคราะห์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้</li> <li>3. บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการตลาดได้</li> <li>4. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดได้</li> <li>5. อธิบายและวิเคราะห์การตลาดทางตรงได้</li> <li>6. อธิบายและวิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสานได้</li> <li>7. อธิบายและเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้</li> </ol>
<p><b>หน่วยการสอนที่ 10</b> ชื่อหน่วยการสอน: การนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อธิบายและจัดทำแผนธุรกิจได้</li> <li>2. อธิบายและควบคุมการตลาดได้</li> <li>3. อธิบายและนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้</li> </ol>

### 1.3 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง /ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง  
 รหัสวิชา 20402103      วิชา กลยุทธ์การตลาด      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)		
<b>หน่วยการสอนที่ 1</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> <b>หลักการและกลยุทธ์</b> <b>ทางการตลาด</b> <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. บอกความหมายของตลาดและการตลาดได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. บอกความสำคัญของการตลาดได้	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21	
3. อธิบายหน้าที่หลักของการตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23	
4. บอกประเภทของการตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20	
5. อธิบายแนวความคิดหลักของการตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23	
6. กำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์การตลาดได้	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20	
<b>หน่วยการสอนที่ 2</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> <b>แนวความคิดทางการตลาดแบบผสม</b> <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. อธิบายเปรียบเทียบแนวคิดทางการตลาดสมัยเก่ากับสมัยใหม่ได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. บอกแนวคิดทางการตลาดเพื่อการติดต่อสื่อสารได้	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21	
3. จำแนกส่วนประสมทางการตลาดได้	-	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)			
<b>หน่วยการสอนที่ 3</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์ <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1.อธิบายความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21		
2.อธิบายและแบ่งส่วนตลาด เลือกตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26		
3.บอกขั้นตอนในการบริหารการตลาดได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20		
<b>หน่วยการสอนที่ 4</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1. อธิบายความหมายและระดับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	4	
2. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรหรือระดับบริษัทได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	-	
3. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	3	
4. อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ตามหน้าที่ได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3	



ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3ห่วง			2 เงื่อนไข								
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	ความรู้			คุณธรรม					
				รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 5</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรม การซื้อ <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1.อธิบายความรู้เกี่ยวกับตลาดได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
2.อธิบายและวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภคได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3.อธิบายและวิเคราะห์ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
4.บอกหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาใน การวิเคราะห์ผู้บริโภคได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
5.อธิบายกระบวนการตัดสินใจของ ผู้บริโภคได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
6.อธิบายตลาดธุรกิจได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
<b>หน่วยการสอนที่ 6</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1.อธิบายความหมายของผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	4
2.อธิบายองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	-
3.บอกประเภท และกำหนดกลยุทธ์ ของผลิตภัณฑ์ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	3
4.อธิบายตราสินค้า และกำหนดกล ยุทธ์เกี่ยวกับตราสินค้าได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
5. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การ บรรจุภัณฑ์ได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	4

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)		
6. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์ป้ายฉลากได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	3
7. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การตลาดในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
8. อธิบายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
<b>หน่วยการสอนที่ 7</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตั้งราคา และนโยบายราคา <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. อธิบายความหมาย และ ความสำคัญของราคาได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	3
2.บอกวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
3.บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
4.บอกขั้นตอนในการกำหนดราคาได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	3
5.อธิบายและกำหนดกลยุทธ์การกำหนดราคาได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3
6.อธิบายและวิเคราะห์นโยบายการตั้งราคาที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าขนส่งได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	3

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 8</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัด จำหน่าย <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1.อธิบายความหมาย และ ความสำคัญของการจัดจำหน่ายได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20		
2.อธิบายและวิเคราะห์โครงสร้างของ ช่องทางการจัดจำหน่ายได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		
3.อธิบายและวิเคราะห์สถานบันคน กลางทางการตลาดได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
4.อธิบายการกระจายสินค้าได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		
5.อธิบายและวางแผนกลยุทธ์ช่อง ทางการจัดจำหน่ายได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
<b>หน่วยการสอนที่ 9</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริม การตลาด <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1. อธิบายความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริม การตลาดได้	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. อธิบายและวิเคราะห์ส่วนประ สมการส่งเสริมการตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
3. บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ส่งเสริมการตลาดได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
4. อธิบายและกำหนดกลยุทธ์ในการ ส่งเสริมการตลาดได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
5. อธิบายและวิเคราะห์การตลาด ทางตรงได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26		

6. อธิบายและวิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
7. อธิบายและเลือกใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
<b>หน่วยการสอนที่ 10</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การนำกลยุทธ์ทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. อธิบายและจัดทำแผนธุรกิจได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
2. อธิบายและควบคุมการตลาดได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
3. อธิบายและนำจรรยาบรรณทางการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	

## หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p><b>1. จุดประสงค์รายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการกลยุทธ์การตลาด</li> <li>2. มีทักษะการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาด</li> <li>3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด</li> </ol>
<p><b>2. สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการกลยุทธ์การตลาด</li> <li>2. วางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามหลักการและสถานการณ์</li> <li>3. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การตลาด</li> </ol>
<p><b>3. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับหลักการตลาดสมัยใหม่ การวางแผนการตลาดการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและห่วงโซ่อุปทาน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การปฏิบัติการและการควบคุมการตลาด การพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า จรรยาบรรณทางการตลาดและความรับผิดชอบต่อสังคม</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 ความกตัญญูกตเวทิตา 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

### หลักความมีเหตุผล

นักศึกษามีเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า 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

เพื่อให้นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจและปฏิบัติเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการตลาด เทคนิคการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จในงานอาชีพ การดูงานนอกสถานที่ การจัดบรรยายหรืออภิปรายจากบุคคลต่าง ๆ ในวงการธุรกิจ การศึกษากรณีศึกษาและกำหนดการปฏิบัติงานจริงตามโครงการที่กำหนดขึ้นร่วมกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน โดยจัดแยกเป็นกลุ่มตามความเหมาะสมของสภาพ ท้องถิ่น

### 2.2 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

- สามารถวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาทั้งในชั้นเรียน
- สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง

### 3.2 วิธีการสอน

- การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning : PBL)
- ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และระดมสมองในการแก้ไข ปัญหา 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 ประกอบการสอน ในชั้นเรียน
- 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 หลักการและกลยุทธ์ทาง การตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบายรายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์การประเมินวัดผล และทำความเข้าใจเรื่องการวัดผลและประเมินผลกับนักศึกษา โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในเกณฑ์การวัดผลและประเมินผล</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
2-3	บทที่ 2 แนวความคิดทางการตลาด แบบผสม	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 เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	



4-5	บทที่ 3 การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์	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>	
6-7	บทที่ 4 การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	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>	
8	บทที่ 5 การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	3		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบการวิเคราะห์กรณีศึกษาและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> </ul>	
9	สอบกลางภาค บทที่ 6 การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	3		<p>สอบวัดความรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> </ul>	
10-11	บทที่ 6 การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	6		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน</li> </ul>	

				<p>ตอบข้อสงสัย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ</li> </ul>	
12-13	บทที่ 7 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการตั้ง ราคาและนโยบายราคา	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>	
14-15	บทที่ 8 การกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัด จำหน่าย	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>	
16	บทที่ 9 การกำหนดกลยุทธ์ด้าน การส่งเสริมการตลาด	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>	

17	บทที่ 10 การกำหนดกลยุทธ์ทาง การตลาดไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ	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>	
18	สอบปลายภาค	1		สอบวัดความรู้	

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

### หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<b>1.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารคำสอนวิชา กลยุทธ์การตลาด</li> <li>2. ใบงานและกิจกรรมตามใบงาน</li> </ol>
<b>2.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด</li> </ul>