



# แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส ๒๐๒๑๘๔๐๓ วิชา การตลาดอิเล็กทรอนิกส์  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย  
อาจารย์ปริฉัตร ปิตตะ  
สาขาวิชาการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ รหัสวิชา ๒๐๒๑๘๔๐๓ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียดที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สาขาวิชาการตลาด  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## รายละเอียดของรายวิชา

สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

### หมวดที่ ๑. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

๑.รหัสและชื่อรายวิชา

๒๐๒๑๘๔๐๓

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

๒.จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต

๓.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร

สาขาวิชาการตลาด

๓.๒ ประเภทของรายวิชา

วิชาชีพเลือก

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ปริฉัตร ปิตตะ

๕.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๐ ระดับชั้น ปวส. ๒ สายตรงและสาย ม. ๖ การตลาด

๖.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite)

ไม่มี

๗.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน

ไม่มี

๘.สถานที่เรียน

ห้อง ๒๑๐๑ สาขาวิชาการตลาด

๙.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด

ไม่มี

## ๑.๑ ตารางวิเคราะห์รายวิชา

รหัสวิชา ๒๐๒๑๘๔๐๓

วิชา การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

จำนวน ๓ หน่วยกิต

ชั้น ปวส. ๒ สายตรงและสาย ม.๖

สาขาวิชา การตลาด

ชื่อหน่วยการสอน/การเรียนรู้	ด้านพุทธิพิสัย						ด้านทักษะพิสัย(๕)	ด้านจิตพิสัย(๕)	รวม(๔๐)	ลำดับความสำคัญ	จำนวนชั่วโมง
	ความรู้(๕)	ความเข้าใจ(๕)	นำไปใช้(๕)	วิเคราะห์(๕)	สังเคราะห์(๕)	ประเมินค่า(๕)					
๑. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดอิเล็กทรอนิกส์	๕	๕	๕	๓	-	-	-	๕	๒๒	๕	๕
๒. ความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์	๕	๕	๕	๕	๕	-	๕	๕	๓๕	๕	๖
๓. การวิเคราะห์ความต้องการการตลาดเป้าหมาย	๕	๕	๕	๕	๕	-	๕	๕	๓๕	๕	๖
๔. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	๕	๕	๕	๕	๕	-	๕	๕	๓๕	๕	๖
๕. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	๕	๕	๕	๕	๕	-	๕	๕	๓๕	๕	๕
๖. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของคู่แข่ง	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๔๐	๑	๖
๗. การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๓๙	๒	๖
๘. การฝึกปฏิบัติและกรณีศึกษา	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๓๙	๒	๖
๙. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๕	๕	๕	๕	๕	๓	๕	๕	๓๘	๓	๕
๑๐.กฎหมายอิเล็กทรอนิกส์	๕	๕	๕	๕	๕	๓	๕	๕	๓๘	๓	๕
สอบกลางภาค											๕
สอบปลายภาค											๑
<b>รวมคะแนน</b>	<b>๕๐</b>	<b>๕๐</b>	<b>๔๙</b>	<b>๔๘</b>	<b>๔๕</b>	<b>๑๙</b>	<b>๔๕</b>	<b>๕๐</b>			<b>๖๘</b>
<b>ลำดับความสำคัญ</b>	<b>๑</b>	<b>๑</b>	<b>๒</b>	<b>๓</b>	<b>๔</b>	<b>๕</b>	<b>๕</b>	<b>๑</b>			

**คำอธิบาย** ๕ หมายถึง ระดับความสำคัญของแต่ละรายการมี ๕ ระดับ คือ ๑, ๒, ๓, ๔, ๕

## ๑.๒ ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา ๒๐๒๑๘๔๐๓

วิชา การตลาดอิเล็กทรอนิกส์

จำนวนหน่วยกิต ๓ หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ ๔ ชั่วโมง รวม ๖๘ ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ ๑</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑. ความหมายของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒. ลักษณะของการตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๓. ประเภทของสินค้าและบริการในตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๔. เครื่องมือในการทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๕. ประเภทของการทำการค้าในตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๒</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : ความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑. ความสำคัญของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒. บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ</p> <p>๓. ระบบสารสนเทศด้านการตลาด</p> <p>๔. การพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๕. หลักการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๓</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การวิเคราะห์ความต้องการตลาดเป้าหมาย</p>	<p>๑. ความต้องการของตลาดเป้าหมาย</p> <p>๒. อรรถประโยชน์ทางการตลาด</p> <p>๓. ทฤษฎีความต้องการของลูกค้า</p> <p>๔. ทฤษฎีแรงจูงใจในการซื้อ</p> <p>๕. แรงจูงใจในการซื้อ</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๔</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค</p>	<p>๑. พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <p>๒. ตลาดเป้าหมาย</p> <p>๓. การเลือกส่วนตลาด</p> <p>๔. การแบ่งส่วนตลาด</p> <p>๕. การศึกษาพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๕</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด</p>	<p>๑. ความหมาย ของสภาพแวดล้อมทางการตลาด</p> <p>๒. ความสำคัญของการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจ</p> <p>๓. หลักของการพิจารณาผลกระทบสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจ</p> <p>๔. ประเภทของสิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจ</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๖</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของคู่แข่ง</p>	<p>๑. อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการแข่งขัน</p> <p>๒. การระบุสภาพการณ์แข่งขัน</p> <p>๓. แนวความคิดทางการแข่งขันในตลาด</p> <p>๔. การกำหนดวัตถุประสงค์ของคู่แข่ง</p> <p>๕. การประเมินจุดอ่อนจุดแข็งของคู่แข่ง</p>

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ ๗</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑.การวางแผนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒.ปรัชญาและเป้าหมายของเว็บไซต์</p> <p>๓.กำหนดเป้าหมายทางการตลาด</p> <p>๔.การวิเคราะห์ SWOT</p> <p>๕.การสร้างภาพลักษณ์</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๘</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การทำรายงานและการประเมินผลปฏิบัติงานขาย</p>	<p>๑.การเริ่มต้นทำธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒.ประเภทของเว็บไซต์</p> <p>๓.การสร้างเว็บไซต์สำหรับผู้บริโภค</p> <p>๔.องค์ประกอบพื้นฐานของเว็บไซต์</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๙</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑.ความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย</p> <p>๓.องค์ประกอบของการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๔.การสร้างร้านค้าบนเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ</p>
<p>หน่วยการสอนที่ ๑๐</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : กฎหมายอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>๑.การจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๒.กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๓.กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>๔.ลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์</p>

๑.๓ ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง /ผล ๕ มิติ / นโยบาย ๓ D และ ๑๑ ดี ๑๑ เก่ง  
 รหัสวิชา ๒๐๔๐๒๑๒๖ วิชา การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หน่วยกิต ๓ (๓)  
 ระดับชั้น ปวช. ๑ สาขาวิชา พาณิชยกรรม

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(๕๐)	ลำดับความสำคัญ	
	๓ ท่วง			๒ เงื่อนไข									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(๕)	มีเหตุผล(๕)	มีภูมิคุ้มกัน(๕)	รอบรู้(๕)	รอบคอบ(๕)	ระมัดระวัง(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)			ซื่อสัตย์สุจริต(๕)
<b>หน่วยการสอนที่ ๑</b> ชื่อหน่วยการสอน ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
๑. บอกความหมายของการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๔	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓๑		
๒. อธิบายลักษณะของการตลาดแบบ อิเล็กทรอนิกส์ได้	๔	๔	๓	๓	๒	๒	๒	๓	๔	๓	๓๐		
๓. บอกประเภทของสินค้าและบริการใน ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้	๔	๔	๓	๔	๒	๒	-	๓	๔	-	๒๖		
๔. อธิบายการใช้เครื่องมือในการทำ ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้	๔	๔	๓	๔	-	-	-	-	๔	-	๒๐		
<b>หน่วยการสอนที่ ๒</b> ชื่อหน่วยการสอน ความสำคัญและ พัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ชาย สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
๑. อธิบายความสำคัญของการตลาด อิเล็กทรอนิกส์ได้	-	๕	๓	๓	-	-	-	๒	๕	๓	๒๑		
๒. อธิบายบทบาทของเทคโนโลยี สารสนเทศในธุรกิจได้	๔	๔	๓	๔	๒	๒	-	๓	๔	-	๒๖		

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(๕๐)	ลำดับความสำคัญ
	๓ห้อง			๒ ington ไซ								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(๕)	มีเหตุผล(๕)	มีภูมิคุ้มกัน(๕)	รอบรู้(๕)	รอบคอบ(๕)	ระมัดระวัง(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ขยันอดทน(๕)	มีสติปัญญา(๕)	แบ่งปัน(๕)		
๓. อธิบายและวิเคราะห์ระบบ สารสนเทศด้านการตลาดได้	๔	๔	๓	๔	-	-	-	-	๔	-	๒๐	
๔. อธิบายและพัฒนาเครื่องมือทาง การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๓	๓	๓	๔	๔	-	-	๔	-	๒๕	
<b>หน่วยการสอนที่ ๓</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การวิเคราะห์ความ ต้องการตลาดเป้าหมาย <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
๑. บอกความต้องการของตลาด เป้าหมายได้	-	๕	๓	๕	-	-	-	-	๓	๒	๑๘	
๒. อธิบายอรรถประโยชน์ทางการตลาด ได้	๓	๕	๓	๕	๒	-	-	๒	๓	๒	๒๒	
๓. บอกทฤษฎีความต้องการของลูกค้า ได้	๓	๕	๓	๕	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๖	
๔. บอกทฤษฎีแรงจูงใจในการซื้อได้	-	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๑	
๕. บอกแรงจูงใจในการซื้อได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๔	
<b>หน่วยการสอนที่ ๔</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
๑. อธิบายความหมายพฤติกรรม ผู้บริโภคได้	-	๕	๓	๕	-	-	-	-	๓	๒	๑๘	
๒. อธิบายความหมายและกำหนดตลาด เป้าหมายได้	๓	๕	๓	๕	๒	-	-	๒	๓	๒	๒๒	
๓. อธิบายและเลือกส่วนตลาดได้	๓	๕	๓	๕	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๖	
๔. อธิบายและแบ่งส่วนตลาดได้	-	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๑	



ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(๕๐)	ลำดับความสำคัญ	
	๓ห้อง			๒ ใจอนไซ									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(๕)	มีเหตุผล(๕)	มีภูมิคุ้มกัน(๕)	รอบรู้(๕)	รอบคอบ(๕)	ระมัดระวัง(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ขยันอดทน(๕)	มีสติปัญญา(๕)	แบ่งปัน(๕)			
<b>หน่วยการสอนที่ ๕</b> ชื่อหน่วยการสอน การวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
๑.อธิบายความหมายของสภาพแวดล้อม ทางการตลาดได้	๓	๕	๓	๔	๒	-	-	๒	๓	๒	๒๐		
๒.อธิบายความสำคัญของการวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๓		
๓.บอกหลักของการพิจารณาผลกระทบ สิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อธุรกิจได้	๔	๕	๔	๓	๓	๓	-	๓	๔	๓	๓๑		
๔.บอกประเภทของสิ่งแวดล้อมทาง การตลาดของธุรกิจได้	๓	๓	๔	๔	๔	-	-	๓	๓	๒	๒๖		
<b>หน่วยการสอนที่ ๖</b> ชื่อหน่วยการสอน การวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของคู่แข่ง สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
๑.บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อการแข่งขันได้	๓	๕	๔	๓	-	-	-	-	๓	๒	๒๐		
๒.อธิบายและระบุสภาวะการแข่งขันได้	๓	๕	๔	๓	-	-	-	-	๓	๒	๒๐		
๓.อธิบายแนวความคิดทางการแข่งขันใน ตลาดได้	๓	๓	๔	๔	๔	-	-	๓	๓	๒	๒๖		
๔.อธิบายและกำหนดวัตถุประสงค์ของคู่แข่ง แข่งขันได้	๓	๕	๓	๕	๒	๓	-	๓	๓	๒	๒๙		
<b>หน่วยการสอนที่ ๗</b> ชื่อหน่วยการสอน การจัดทำแผน กล ยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(๕๐)	ลำดับความสำคัญ
	๓ห่วง			๒ เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(๕)	มีเหตุผล(๕)	มีภูมิคุ้มกัน(๕)	รอบรู้(๕)	รอบคอบ(๕)	ระมัดระวัง(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ขยันอดทน(๕)	มีสติปัญญา(๕)	แบ่งปัน(๕)		
๑.วางแผนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้	-	๕	๓	๓	-	-	-	๓	๓	๒	๑๘	
๒.สร้างปรัชญาและเป้าหมายของเว็บไซต์ได้	-	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๑	
๓.กำหนดเป้าหมายทางการตลาดได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๔	
๔.วิเคราะห์ SWOT ได้	-	๕	-	๕	๒	-	-	-	๓	๓	๑๘	
๕.สร้างภาพลักษณ์	๓	๕	๓	๕	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๖	
<b>หน่วยการสอนที่ ๘</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การทำรายงานและ การประเมินผลปฏิบัติงานขาย <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
๑.อธิบายและเริ่มต้นทำธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๔	
๒.บอกประเภทของเว็บไซต์ได้	-	๕	-	๕	๒	-	-	-	๓	๓	๑๘	
๓.อธิบายและสร้างเว็บไซต์สำหรับผู้บริโภคได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๓	
<b>หน่วยการสอนที่ ๙</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> การตลาด อิเล็กทรอนิกส์กับการแข่งขัน <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
๑.อธิบายความหมายของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๔	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓๑	
๒.อธิบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้	๔	๔	๓	๓	๒	๒	๒	๓	๔	๓	๓๐	
๓.บอกองค์ประกอบของการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	๔	๔	๓	๔	๒	๒	-	๓	๔	-	๒๖	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(๕๐)	ลำดับความสำคัญ
	๓ห้อง			๒ ใจอนไซ								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(๕)	มีเหตุผล(๕)	มีภูมิคุ้มกัน(๕)	รอบรู้(๕)	รอบคอบ(๕)	ระมัดระวัง(๕)	ซื่อสัตย์สุจริต(๕)	ขยันอดทน(๕)	มีสติปัญญา(๕)	แบ่งปัน(๕)		
๔.อธิบายการสร้างร้านค้าบนเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพได้	๔	๔	๓	๔	-	-	-	-	๔	-	๒๐	
๕.อธิบายประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๓	๓	๓	๔	๔	-	-	๔	-	๒๕	
<b>หน่วยการสอนที่ ๑๐</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน กฎหมาย</b> <b>อิเล็กทรอนิกส์</b> <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
๑.อธิบายการจดทะเบียนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๓	
๒.อธิบายสาระสำคัญของกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๓	
๓.อธิบายสาระสำคัญของกฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๕	๓	๓	๒	-	-	๓	๓	๒	๒๓	
๔.อธิบายสาระสำคัญลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้	๔	๕	๔	๓	๓	๓	-	๓	๔	๓	๓๑	
๕.อธิบายธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้	๓	๓	๔	๔	๔	-	-	๓	๓	๒	๒๖	

## หมวดที่ ๒. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p><b>๑. จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. ทราบความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>๒. สามารถวิเคราะห์ความต้องการของตลาดเป้าหมาย สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจและคู่แข่ง</li> <li>๓. สามารถจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>๔. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไปใช้ในการทำงาน</li> </ol>
<p><b>๒. มาตรฐานรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. วิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย</li> <li>๒. จัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</li> </ol>
<p><b>๓. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจและคู่แข่ง การจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และฝึกปฏิบัติจริง</p>

## หมวดที่ ๓. ลักษณะและการดำเนินการ

<b>๑. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</b>			
บรรยาย ๓๔ ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน ๓๔	การศึกษด้วยตนเอง ๕ ชั่วโมง/สัปดาห์
<b>๒. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</b>			
๑ ชั่วโมง/สัปดาห์			

## หมวดที่ ๔. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

<p><b>๑. คุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p><b>๑.๑ คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ความมีมนุษยสัมพันธ์</li> <li>ความมีวินัย</li> <li>ความรับผิดชอบ</li> <li>ความเชื่อมั่นในตนเอง</li> <li>ความสนใจใฝ่รู้</li> <li>ความรักสามัคคี</li> <li>ความกตัญญูกตเวที</li> <li>การตรงต่อเวลา</li> </ul>
<p><b>๑.๒ วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษากลุ่มข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> </ul>
<p><b>๑.๓ วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน</li> <li>- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน</li> <li>- การสอบกลางภาคและปลายภาค</li> <li>- คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม</li> </ul>
<p><b>บูรณาการกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</b></p> <p><b>หลักความพอประมาณ</b></p> <p>นักศึกษารู้จักการซื้อสินค้าต้องพอประมาณกับราคา คุณภาพของสินค้า และพอประมาณกับปริมาณของสินค้า และมีประโยชน์ในการบริโภค</p> <p><b>หลักความมีเหตุผล</b></p> <p>นักศึกษามีเหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า ว่าจำเป็นในการที่จะใช้หรือบริโภคในชีวิตประจำวัน มากน้อยเพียงไร</p> <p><b>หลักการมีภูมิคุ้มกัน</b></p> <p>นักศึกษามีการวางแผนก่อนที่จะเป็นผู้ซื้อสินค้าโดยรู้จักอ่านส่วนประกอบของสินค้า วันผลิตสินค้า วันหมดอายุของสินค้า และประโยชน์ของสินค้า และรู้จักเปรียบเทียบราคาสินค้าหลาย ๆ ร้าน เพื่อมิให้ถูกหลอกในการซื้อสินค้าได้</p> <p><b>เงื่อนไขความรู้</b></p> <p>นักศึกษามีความรู้ในการเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็น มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และไม่เลือกซื้อสินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย</p> <p><b>เงื่อนไขคุณธรรม</b></p> <p>นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า</p>

## ๒. ความรู้

### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

ศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญและพัฒนาการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของธุรกิจและคู่แข่ง การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และฝึกปฏิบัติจริง

### ๒.๒ วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย ฝึกปฏิบัติการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น ร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย
- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง
- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์

### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกใน ชั้นเรียน
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน
- การส่งงานพิเศษ
- การสอบกลางภาคและปลายภาค
- คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม

## ๓. ทักษะทางปัญญา

### ๓.๑ ทักษะทางปัญญา ที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาทั้งในชั้นเรียน
- สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง

### ๓.๒ วิธีการสอน

- การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning : PBL)
- ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และระดมสมองในการแก้ไขปัญหาจากกรณีศึกษาตามประเด็นปัญหาที่กำหนดไว้แล้ว
- มอบหมายงานกลุ่ม

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน
- การนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- การสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค

## ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
- สามารถปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ
- วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

#### ๔.๒ วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่น และบุคคลภายนอก
- มอบหมายงานกลุ่มและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด
- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษาด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านความรับผิดชอบ

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ต้องพัฒนาสามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล

- การค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- สามารถใช้ภาษาไทยในการนำเสนอด้วยการเขียนและการพูดได้อย่างเหมาะสม

#### ๕.๒ วิธีการสอน

- ใช้ PowerPoint ที่น่าสนใจ ชัดเจน ง่ายต่อการติดตามทำความเข้าใจ ประกอบการสอนในชั้นเรียน
- การสอนโดยมีการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวอย่างกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล
- การสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจาประกอบสื่อเทคโนโลยี

#### ๕.๓ วิธีการประเมินผล

- ประเมินทักษะการใช้ภาษาเขียนจากรายงานและงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินทักษะการใช้สื่อและการใช้ภาษาพูดจากรายงานนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ประเมินรายงานการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

## หมวดที่ ๕. แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการและการประเมินผล

๕.๑ แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรม  การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
๑	บทที่ ๑. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตลาด อิเล็กทรอนิกส์	๒	๒	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
๒-๓	บทที่ ๒. ความสำคัญและพัฒนาการของ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	๔	๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
๔-๕	บทที่ ๓. การวิเคราะห์ความต้องการ ตลาดเป้าหมาย	๔	๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
๖-๗	บทที่ ๔. การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค	๔	๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
๘	บทที่ ๕. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทาง การตลาด	๒	๒	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
๙	สอบกลางภาค การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทาง การตลาด (ต่อ)	๒	๒	สอบวัดความรู้	
๑๐-๑๑	บทที่ ๖. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทาง การตลาดของคู่แข่ง	๔	๔	<ul style="list-style-type: none"> <li>ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
๑๒-๑๓	บทที่ ๗. การจัดทำแผนกลยุทธ์ การตลาดอิเล็กทรอนิกส์	๔	๔	- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัยและอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือเอกสาร	
๑๔-๑๕	บทที่ ๘. การทำรายงานและการประเมินผลปฏิบัติงานขาย	๔	๔	- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ	
๑๖	บทที่ ๙. การตลาดอิเล็กทรอนิกส์กับการแข่งขัน	๒	๒	- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ	
๑๗	บทที่ ๑๐ กฎหมายอิเล็กทรอนิกส์	๒	๒	- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ	
๑๘	สอบปลายภาค	๑		สอบวัดความรู้	

๕.๒ แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
สอบกลางภาค	๑๐	๓๐%
สอบปลายภาค	๑๘	๓๐%
วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความ การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	๒๐%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	๒๐%

### หมวดที่ ๖. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<b>๑.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก</b> ๑. เอกสารคำสอนวิชา การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ๒. ใบงานและกิจกรรมตามใบงาน
<b>๒.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ</b> - ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด