



# แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัส 20218302 วิชา พฤติกรรมผู้บริโภค  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย

อาจารย์ปริฉัตร ปิตตะ

สาขาวิชาการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยนครพนม

## คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา พฤติกรรมผู้บริโภค รหัสวิชา 20218302 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียดที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สาขาวิชาการตลาด  
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยนครพนม

## รายละเอียดของรายวิชา

### สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

### หมวดที่ 1. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

<b>1.รหัสและชื่อรายวิชา</b> 20218302      พฤติกรรมผู้บริโภค
<b>2.จำนวนหน่วยกิต</b> 3 หน่วยกิต
<b>3.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา</b> <b>3.1 หลักสูตร</b> ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการตลาด <b>3.2 ประเภทของรายวิชา</b> วิชาชีพสาขาวิชาการตลาด .
<b>4.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา</b> อาจารย์ปริฉัตร ปิตตะ
<b>5.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน</b> ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561 ระดับชั้น ปวส. 1 สายตรงและสาย ม. 6 การตลาด
<b>6.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite)</b> ไม่มี
<b>7.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน</b> ไม่มี
<b>8.สถานที่เรียน</b> ห้อง 2101 สาขาวิชาการตลาด
<b>9.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด</b> ไม่มี



## 1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20218302

วิชา พฤติกรรมผู้บริโภค

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 4 ชั่วโมง รวม 72 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน: การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	1. ความหมายของผู้บริโภค 2. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 3. กระบวนการพฤติกรรมของผู้บริโภค 4. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน: ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	1. ความต้องการ 2. แรงจูงใจ 3. การรับรู้ 4. การเรียนรู้ 5. บุคลิกภาพ 6. ทักษะคิด
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน: ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	1. ครอบครัว 2. สภาพเศรษฐกิจ 3. การติดต่อธุรกิจ 4. กลุ่มอ้างอิง 5. วัฒนธรรม 6. ชั้นสังคม
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน: กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	1. การมองเห็นปัญหา 2. การแสวงหาภายใน 3. การแสวงหาภายนอก 4. การประเมินทางเลือก 5. การตัดสินใจซื้อ 6. การประเมินผลหลังการซื้อ
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน: มูลเหตุจูงใจซื้อทั้งทางตรงและทางอ้อม	1. สิ่งจูงใจ 2. มูลเหตุจูงใจซื้อ 3. มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางตรง 4. มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางอ้อม 5. การกระตุ้นมูลเหตุจูงใจ 6. การวิจัยมูลเหตุจูงใจ 7. มูลเหตุจูงใจกับการตลาด 8. สภาวะผันแปรของการจูงใจ

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 6</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน: อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการซื้อ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. คุณสมบัติของวัฒนธรรม</li> <li>2. องค์ประกอบของวัฒนธรรม</li> <li>3. อิทธิพลของวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>4. บทบาทของวัฒนธรรมที่มีต่อการตลาด</li> <li>5. วัฒนธรรมย่อย</li> <li>6. ชั้นสังคม</li> <li>7. การแบ่งชั้นในสังคม</li> <li>8. ลักษณะของชั้นสังคม</li> <li>9. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดชั้นของสังคมของแต่ละบุคคล</li> <li>10. โครงสร้างของชั้นสังคม</li> <li>11. ชั้นสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค</li> <li>12. สาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่างกัน</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 7</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : เกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เกณฑ์หรือมาตรการที่ผู้บริโภคใช้ประเมินก่อนการตัดสินใจซื้อ</li> <li>2. เกณฑ์พื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดการประเมินของผู้บริโภค</li> <li>3. ปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดเกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค</li> <li>4. ลักษณะของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน</li> <li>5. ชนิดของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน</li> <li>6. การเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมิน</li> </ol>
<p>หน่วยการสอนที่ 8</p> <p>ชื่อหน่วยการสอน : พฤติกรรมผู้บริโภคกับการจัดการธุรกิจ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้บริโภคกับธุรกิจ</li> <li>2. เป้าหมายธุรกิจและเป้าหมายของผู้บริโภค</li> <li>3. การตัดสินใจทางการตลาดของธุรกิจกับผู้บริโภค</li> <li>4. ปัญหาของธุรกิจที่เกิดจากสภาพแวดล้อม</li> <li>5. ผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ใหม่</li> <li>6. ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่</li> <li>7. การเข้าใจและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค</li> <li>8. การจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่</li> </ol>



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 2</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> ปัจจัยภายในที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. วิเคราะห์ความต้องการของ ผู้บริโภคได้	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21	
2. วิเคราะห์แรงจูงใจของผู้บริโภคได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. อธิบายรายละเอียดของการรับรู้ได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	
4. อธิบายรายละเอียดของการเรียนรู้ ได้	3	3	3	3	4	4	-	-	5	-	25	
5. วิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภคได้	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
6. วิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มี ต่อสินค้าได้	4	4	3	4	-	-	-	-	5	-	20	



ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ	
	3 ท่วง			2 เงื่อนไข									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)			ซื่อสัตย์สุจริต(5)
<b>หน่วยการสอนที่ 3</b> ชื่อหน่วยการสอน บัณฑิตภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. อธิบายบทบาทของครอบครัวได้	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
2. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
3. บอกรายละเอียดของการติดต่อธุรกิจได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26		
4. อธิบายรายละเอียดของกลุ่มอ้างอิงได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
5. บอกรายละเอียดเกี่ยวกับวัฒนธรรมได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24		
6. บอกรายละเอียดเกี่ยวกับชั้นสังคมได้	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)			
<b>หน่วยการสอนที่ 4</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> กระบวนการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการ มองเห็นปัญหาของผู้บริโภคได้	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
2. บอกรายละเอียดเกี่ยวกับการ แสวงหาภายในได้	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22		
3. บอกรายละเอียดเกี่ยวกับการ แสวงหาภายนอกได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26		
4. อธิบายการประเมินทางเลือกได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
5. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการ ตัดสินใจซื้อได้													
6. บอกรายละเอียดของ การประเมินผลหลังการซื้อได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3 ท่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 5</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> มูลเหตุจูงใจซื้อ ทั้งทางตรงและทางอ้อม <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. อธิบายรายละเอียดของสิ่งจูงใจได้	3	5	3	4	2	-	-	2	3	2	20	
2. อธิบายรายละเอียดของมูลเหตุจูงใจซื้อได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
3. บอกมูลเหตุจูงใจในการซื้อทางตรงได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
4. บอกมูลเหตุจูงใจในการซื้อทางอ้อมได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
5. บอกวิธีการกระตุ้นมูลเหตุจูงใจได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
6. บอกผลการวิจัยมูลเหตุจูงใจได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
7. อธิบายรายละเอียดของมูลเหตุจูงใจกับการตลาดได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29	
8. บอกสถานะที่ผันแปรของการจูงใจได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ
	3 ท่วง			2 เงื่อนไข								
				ความรู้			คุณธรรม					
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)		
<b>หน่วยการสอนที่ 6</b> ชื่อหน่วยการสอน อิทธิพลของสังคม และวัฒนธรรมที่มีต่อการซื้อ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. บอกคุณสมบัติของวัฒนธรรมได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
2. บอกองค์ประกอบของวัฒนธรรมได้	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
3. บอกอิทธิพลของวัฒนธรรมต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
4. อธิบายบทบาทของวัฒนธรรมที่มี ต่อการตลาดได้	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29	
5. อธิบายรายละเอียดของวัฒนธรรม ย่อยได้												
6. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับชั้น สังคมได้	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
7. อธิบายการแบ่งชั้นในสังคมได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	
8. อธิบายลักษณะของชั้นสังคมได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	
9. บอกปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดชั้น ของสังคมของแต่ละบุคคลได้	-	5	-	5	2	-	-	-	3	3	18	
10. บอกโครงสร้างของชั้นสังคมได้	3	5	3	5	2	-	-	3	3	2	26	
11. อธิบายชั้นสังคมกับพฤติกรรม ผู้บริโภคได้	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	
12. บอกสาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจ ซื้อของผู้บริโภคต่างกันได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ	
	3 ท่วง			2 เงื่อนไข									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)			ซื่อสัตย์สุจริต(5)
<b>หน่วยการสอนที่ 7</b> <b>ชื่อหน่วยการสอน</b> เกณฑ์การ <b>ประเมินของผู้บริโภค</b> <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>													
1. บอกเกณฑ์หรือมาตรการที่ ผู้บริโภคใช้ประเมินก่อนการตัดสินใจ ซื้อได้													
2. บอกเกณฑ์พื้นฐานที่เป็นตัว กำหนดการประเมินของผู้บริโภคได้													
3. บอกปัจจัยทางสังคมที่เป็น ตัวกำหนดเกณฑ์การประเมินของ ผู้บริโภคได้													
4. อธิบายลักษณะของเกณฑ์ที่ใช้ใน การประเมินได้													
5. บอกชนิดของเกณฑ์ที่ใช้ใน การประเมินได้													
6. อธิบายรายละเอียดของ การเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมินได้													

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 พฤติกรรม</b> <b>ผู้บริหารโรคกับการจัดการธุรกิจ</b> <b>สมรรถนะประจำหน่วยการสอน</b>												
1. อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริหารโรคกับธุรกิจได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
2. บอกเป้าหมายของธุรกิจและ เป้าหมายของผู้บริหารโรคได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
3. อธิบายการตัดสินใจทางการตลาด ของธุรกิจกับผู้บริหารโรคได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
4. บอกปัญหาธุรกิจที่เกิดจาก สภาพแวดล้อมได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
5. อธิบายละเอียดเกี่ยวกับ ผู้บริหารโรคกับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
6. บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ ใหม่ได้	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
7. บอกวิธีที่ทำให้เกิดการเข้าใจและ การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของ ผู้บริหารโรคได้	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31	
8. อธิบายการจัดทำกลยุทธ์ ทาง การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	

## หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p><b>1. จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการศึกษายุติธรรมผู้บริโภคร</li> <li>2. มีทักษะการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภค</li> <li>3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภค</li> </ol>
<p><b>2. สมรรถนะรายวิชา</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการศึกษายุติธรรมผู้บริโภคร</li> <li>2. วิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคตามหลักการและสถานการณ์</li> <li>3. กำหนดกลยุทธ์การตลาดตามพฤติกรรมการบริโภค</li> <li>4. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการศึกษาพฤติกรรมการบริโภค</li> </ol>
<p><b>3. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพฤติกรรมการบริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภค กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมการบริโภคกับกลยุทธ์สวนประสมทางการตลาด</p>

## หมวดที่ 3. ลักษณะและการดำเนินการ

<b>1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</b>			
บรรยาย 36 ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน 36 ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง ชั่วโมง/สัปดาห์
<b>2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</b> 1 ชั่วโมง/สัปดาห์			

## หมวดที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา

- ความมีมนุษยสัมพันธ์
- ความมีวินัย
- ความรับผิดชอบ
- ความเชื่อมั่นในตนเอง
- ความสนใจใฝ่รู้
- ความรักสามัคคี
- ความกตัญญูกตเวที
- การตรงต่อเวลา

### 1.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์
- 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

### ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

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

#### 2.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- นักศึกษากลุ่มข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย
- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง
- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์

#### 2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากกิจกรรมกลุ่มการนำเสนอ การถามและตอบข้อสงสัย พฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียน
- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน
- การส่งงานพิเศษ
- การสอบกลางภาคและปลายภาค
- คะแนน คุณธรรมและจริยธรรม

### 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

## **ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

### **4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- ความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
  - สามารถปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ
  - วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

### **4.2 วิธีการสอน**

- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่น และบุคคลภายนอก
- มอบหมายงานกลุ่มและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้ให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด
- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

### **4.3 วิธีการประเมินผล**

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
  - ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษาด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและด้านความรับผิดชอบ

## **ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

### **5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ต้องพัฒนา**

#### **สามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล**

- การค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- สามารถใช้ภาษาไทยในการนำเสนอด้วยการเขียนและการพูดได้อย่างเหมาะสม

### **5.2 วิธีการสอน**

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

### **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	ชี้แจงกระบวนการจัดการเรียน การสอน ในรายวิชาพฤติกรรม ผู้บริโภคร บทที่ 1. การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค	4		<ul style="list-style-type: none"> <li>- บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบาย รายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์ การประเมินวัดผล และทำความเข้าใจเรื่อง การวัดผลและประเมินผลกับนักศึกษา</li> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความ คิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย</li> </ul>	
2-3	บทที่ 1. การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค 1. ความหมายของผู้บริโภค 2. ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค 3. กระบวนการพฤติกรรมของ ผู้บริโภค 4. การวิเคราะห์พฤติกรรมของ ผู้บริโภค	8		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความ คิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษา ถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อ สงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	
4-5	บทที่ 2. ปัจจัยภายในที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค 1. ความต้องการ 2. แรงจูงใจ 3. การรับรู้ 4. การเรียนรู้ 5. บุคลิกภาพ 6. ทัศนคติ	8		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความ คิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมาย เหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
6-7	บทที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 1. ครอบครัว 2. สภาพเศรษฐกิจ 3. การติดต่อธุรกิจ 4. กลุ่มอ้างอิง 5. วัฒนธรรม 6. ชั้นสังคม	8		- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ	
8	บทที่ 4. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 1. การมองเห็นปัญหา 2. การแสวงหาภายใน 3. การแสวงหาภายนอก 4. การประเมินทางเลือก 5. การตัดสินใจซื้อ 6. การประเมินผลหลังการซื้อ	8		- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ	
9	สอบกลางภาค	4		สอบวัดความรู้	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
10-12	บทที่ 5. มูลเหตุจูงใจซื้อทั้ง ทางตรงและทางอ้อม 1. สิ่งจูงใจ 2. มูลเหตุจูงใจซื้อ 3. มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางตรง 4. มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางอ้อม 5. การกระตุ้นมูลเหตุจูงใจ 6. การวิจัยมูลเหตุจูงใจ 7. มูลเหตุจูงใจกับการตลาด 8. สภาวะผันแปรของการจูงใจ	12		- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิด เห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ	
13-14	บทที่ 6. อิทธิพลของสังคมและ วัฒนธรรมที่มีต่อการซื้อ 1. คุณสมบัติของวัฒนธรรม 2. องค์ประกอบของวัฒนธรรม 3. อิทธิพลของวัฒนธรรมต่อ พฤติกรรมผู้บริโภค 4. บทบาทของวัฒนธรรมที่มีต่อ การตลาด 5. วัฒนธรรมย่อย 6. ชั้นสังคม 7. การแบ่งชั้นในสังคม 8. ลักษณะของชั้นสังคม 9. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดชั้น ของสังคมของแต่ละบุคคล 10. โครงสร้างของชั้นสังคม 11. ชั้นสังคมกับพฤติกรรม ผู้บริโภค 12. สาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภคต่างกัน	8		ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิด เห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
15-16	<p>บทที่ 7. เกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>เกณฑ์หรือมาตรการที่ผู้บริโภคใช้ประเมินก่อนการตัดสินใจซื้อ</li> <li>เกณฑ์พื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดการประเมินของผู้บริโภค</li> <li>ปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดเกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค</li> <li>ลักษณะของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน</li> <li>ชนิดของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน</li> <li>การเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมิน</li> </ol>	8		<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>	
17	<p>บทที่ 8 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการจัดการธุรกิจ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคกับธุรกิจ</li> <li>เป้าหมายธุรกิจและ</li> <li>เป้าหมายของผู้บริโภค</li> </ol> <p>การตัดสินใจทางการตลาดของธุรกิจกับผู้บริโภค</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ปัญหาของธุรกิจที่เกิดจากสภาพแวดล้อม</li> <li>ผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ใหม่</li> <li>ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่</li> <li>การเข้าใจและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค</li> </ol>	4		<ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายให้นักศึกษาตระหนักและเข้าใจตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</li> <li>- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน</li> <li>- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย</li> <li>- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง</li> <li>- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์</li> <li>- ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ</li> </ul>	

	8. การจัดทำกลยุทธ์ทาง การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่				
18	สอบปลายภาค	1		สอบวัดความรู้	

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
สอบกลางภาค	9	30%
สอบปลายภาค	18	30%
วิเคราะห์กรณีศึกษา คำนวณ การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความ การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	30%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	10%

#### หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

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