

ลักษณะรายวิชา

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. รหัสและชื่อวิชา | 10200204 การขายเบื้องต้น 1
Basic Selling 1 |
| 2. สภาพรายวิชา | วิชาชีพพื้นฐาน
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ |
| 3. ระดับรายวิชา | ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน | - |
| 5. เวลาศึกษา | ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 0 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 2 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์ |
| 6. จำนวนหน่วยกิต | 2 หน่วยกิต |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใจหลักการขายและความรู้พื้นฐานของงานขาย 2. เตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นนักขายที่ดี 3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบความซื่อสัตย์สุจริต
ความเชื่อมั่นในตนเองและความมีมนุษยสัมพันธ์ |
| 8. คำอธิบายรายวิชา | ศึกษาเกี่ยวกับหลักการขายแนวคิดทางการขายวิวัฒนาการการขายหน้าที่ทางการขาย
ประเภทและลักษณะของงานขายความรู้เกี่ยวกับตนเองความรู้เกี่ยวกับกิจการความรู้
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นคุณสมบัติของนัก
ขายโอกาสและความก้าวหน้าของนักขาย |

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย 1.2 หลักพื้นฐานของการขาย 1.3 หน้าที่ของการขาย 1.4 วิวัฒนาการของการขาย 1.5 แนวความคิดทางการขายกับแนวความคิดทางการตลาด	2	-
2	2. ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 ประเภทของงานขาย 2.2 ลักษณะของงานขาย 2.3 ประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขาย 2.4 ความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาด	2	-
3	3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 ความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภค 3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย 3.4 การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 3.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย 3.6 ปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่าย	2	-
4	4. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา 4.2 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 4.3 ประเภทของการโฆษณา 4.4 สื่อที่ใช้ในการโฆษณา 4.5 ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขาย 4.6 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขาย 4.7 ประเภทและวิธีการส่งเสริมการขาย	2	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 การสำรวจตนเองของพนักงานขาย 5.2 การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย 5.3 การขายตนเองก่อนขายสินค้า 5.4 คุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขาย 5.5 คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ 5.6 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ 5.7 เทคนิคการชนะใจลูกค้า	2	-
6	6. ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.2 ความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบ 6.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ	2	-
7	7. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ 7.2 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบ 7.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ 7.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 7.6 แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	2	-
8	8. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 8.1 ความหมายและประเภทลูกค้า 8.2 พฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค 8.3 ความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า 8.4 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ 8.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า 8.6 สาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	2	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
9	9. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 9.1 ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้น 9.2 ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.3 สิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.4 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.5 วิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้น 9.6 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น	2	-
10	10. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย 10.1 ความหมายของเทคนิคการขาย 10.2 ขั้นตอนของเทคนิคการขาย	2	-
11	11. โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย 11.1 ความสำคัญของอาชีพการขาย 11.2 องค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขาย 11.3 คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขาย 11.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย 11.5 รายได้และผลประโยชน์เกื้อกูลของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.6 ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.7 โอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.8 เทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขาย	2	-
12	12. เทคโนโลยีกับการขาย 12.1 เทคโนโลยีกับธุรกิจ 12.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce) 12.3 เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 12.4 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ (E-CRM) 12.5 อุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์ 12.6 บทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขาย 12.7 รูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing Business Model) 12.8 ระบบสารสนเทศด้านงานขาย(Selling Information System)	2	-

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 บอกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกาขายได้ 1.2 อธิบายหลักพื้นฐานของการขายได้ 1.3 บอกหน้าที่ของการขายได้ 1.4 บอกวิวัฒนาการของการขายได้ 1.5 บอกแนวคิดทางการขายกับแนวคิดทางการตลาดได้	2	-
2	2. ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 อธิบายถึงการจัดประเภทของงานขายได้ 2.2 อธิบายถึงลักษณะของงานขายได้ 2.3 อธิบายถึงการจัดประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขายได้ 2.4 อธิบายถึงความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาดได้	2	-
3	3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 อธิบายความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.2 บอกรายละเอียดของช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภคได้ 3.3 บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.4 ตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.5 บอกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.6 อธิบายปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่ายได้	2	-
4	4. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการโฆษณาได้ 4.2 บอกวัตถุประสงค์ของการโฆษณาได้ 4.3 บอกประเภทของการโฆษณาได้ 4.4 เลือกใช้สื่อที่ใช้ในการโฆษณาได้ 4.5 บอกความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขายได้ 4.6 บอกวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขายได้ 4.7 บอกประเภทและวิธีการส่งเสริมการขายได้	2	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 บอกสิ่งที่พนักงานขายจะต้องสำรวจตนเองได้ 5.2 บอกวิธีการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายได้ 5.3 อธิบายวิธีการขายตนเองก่อนขายสินค้าได้ 5.4 บอกคุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขายได้ 5.5 บอกคุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการได้ 5.6 บอกคุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการได้ 5.7 อธิบายเทคนิคการชนะใจลูกค้าได้	2	-
6	6. ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1 บอกความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ 6.2 บอกความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบได้ 6.3 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการได้	2	-
7	7. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.1 บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ได้ 7.2 บอกความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 7.3 อธิบายความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบได้ 7.4 บอกประเภทของผลิตภัณฑ์ 7.5 บอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ 7.6 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้	2	-
8	8. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 8.1 อธิบายความหมายและประเภทลูกค้าได้ 8.2 บอกพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ 8.3 อธิบายความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ 8.4 บอกปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อได้ 8.5 อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ 8.6 บอกสาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้	2	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
9	9. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 9.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้นได้ 9.2 บอกความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.3 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.4 บอกแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.5 บอกวิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้นได้ 9.6 บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้	2	-
10	10. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย 10.1 บอกความหมายของเทคนิคการขายได้ 10.2 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนของเทคนิคการขายได้	2	-
11	11. โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย 11.1 บอกความสำคัญของอาชีพการขายได้ 11.2 บอกองค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขายได้ 11.3 อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขายได้ 11.4 อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายได้ 11.5 อธิบายรายได้และผลประโยชน์ที่ก่อผลของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.6 อธิบายตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.7 อธิบายโอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.8 อธิบายเทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขายได้	2	-
12	12. เทคโนโลยีกับการขาย 12.1 อธิบายความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีกับธุรกิจได้ 12.2 อธิบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ 12.3 บอกเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขายได้ 12.4 อธิบายกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ได้ 12.5 บอกอุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์ได้ 12.6 อธิบายบทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขายได้ 12.7 บอกรูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ได้ 12.8 อธิบายระบบสารสนเทศด้านงานขายได้		

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 12 หน่วย แยกได้ 12 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
 - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
 - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 30 คะแนน หรือร้อยละ 30
 - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
 - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 60 คะแนน หรือร้อยละ 60 โดยจัดแบ่งน้ำหนักคะแนนในแต่ละหน่วยตามตารางหน้าถัดไป

2. เกณฑ์ผ่านรายวิชา
 - ผู้ที่จะผ่านรายวิชานี้จะต้อง
 - 2.1 คะแนนสอบรวมต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
 - 2.2 มีเวลาเรียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
 - 2.3 ต้องผ่านการสอบกลางภาค และปลายภาค

3. เกณฑ์ค่าระดับคะแนน
 - 3.1 พิจารณาเกณฑ์ผ่านรายวิชาตามข้อ 2 ผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนน F
 - 3.2 ผู้ที่ผ่านเกณฑ์ข้อ 2 จะได้รับค่าระดับคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไป	ได้ระดับคะแนน A
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 75	ได้ระดับคะแนน B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 70	ได้ระดับคะแนน B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 65	ได้ระดับคะแนน C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 60	ได้ระดับคะแนน C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 55	ได้ระดับคะแนน D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ 50	ได้ระดับคะแนน D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 0	ได้ระดับคะแนน F

ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน ข้อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด	6	2	1	1	-	1
2	ประเภทและลักษณะของการขาย	6	2	1	1	-	1
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	9	3	2	2	1	2
4	การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย	7	2	2	2	-	1
5	ความรู้เกี่ยวกับตนเอง	9	2	2	2	1	1
6	ความรู้เกี่ยวกับกิจการ	9	3	2	2	1	2
7	ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	9	2	2	2	-	1
8	ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า	9	2	2	2	1	2
9	ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง	8	2	2	2	-	1
10	ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย	6	2	2	2	-	1
11	โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย	6	2	2	2	-	2
12	เทคโนโลยีกับการขาย	6	2	2	2		1
ก	คะแนนภาควิชาการ	60	26	22	22	4	16
ข	คะแนนภาคผลงาน	30					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	3 มิ.ย. 2562	1-2	หยุดชดเชยวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระราชินี	
2	10 มิ.ย. 2562	1-2	1. ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย 1.2 หลักพื้นฐานของการขาย 1.3 หน้าที่ของการขาย 1.4 วิวัฒนาการของการขาย 1.5 แนวความคิดทางการขายกับแนวความคิดทางการตลาด	
3	17 มิ.ย. 2562	1-2	2. ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 ประเภทของงานขาย 2.2 ลักษณะของงานขาย 2.3 ประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขาย 2.4 ความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาด	
4	24 มิ.ย. 2562	1-2	3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 ความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภค 3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย 3.4 การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 3.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย 3.6 ปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่าย	
5	1 ก.ค. 2562	1-3	4. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา 4.2 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 4.3 ประเภทของการโฆษณา 4.4 สื่อที่ใช้ในการโฆษณา	
6	8 ก.ค. 2562	1-2	4. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย (ต่อ) 4.5 ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขาย 4.6 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขาย	

			4.7 ประเภทและวิธีการส่งเสริมการขาย	
7	15 ก.ค. 2562	1-2	5. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 การสำรวจตนเองของพนักงานขาย 5.2 การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย 5.3 การขายตนเองก่อนขายสินค้า 5.4 คุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขาย 5.5 คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ 5.6 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ 5.7 เทคนิคการชนะใจลูกค้า	
8	22 ก.ค. 2562	1-2	5. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง (ต่อ) 5.5 คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ 5.6 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ 5.7 เทคนิคการชนะใจลูกค้า	
9	29 ก.ค. 2562	1-2	สอบกลางภาค	
10	5 ส.ค. 2562	1-2	6. ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.2 ความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบ 6.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ	
11	12 ส.ค. 2562	1-2	หยุดวันแม่แห่งชาติ	
12	19 ส.ค. 2562	1-2	7. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ 7.2 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบ 7.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ 7.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 7.6 แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	
13	26 ส.ค. 2562	1-2	8. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 8.1 ความหมายและประเภทลูกค้า 8.2 พฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค 8.3 ความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า 8.4 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ 8.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	

			8.6 สาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	
14	2 ก.ย. 2562	1-2	9. ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 9.1 ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้น 9.2 ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.3 สิ่งที่เราควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.4 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.5 วิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้น 9.6 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น	
15	9 ก.ย. 2562	1-2	10. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย 10.1 ความหมายของเทคนิคการขาย 10.2 ขั้นตอนของเทคนิคการขาย	
16	16 ก.ย. 2562	1-2	11. โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย 11.1 ความสำคัญของอาชีพการขาย 11.2 องค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขาย 11.3 คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขาย 11.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ ในอาชีพการขาย 11.5 รายได้และผลประโยชน์เกื้อกูลของผู้ประกอบอาชีพ การขาย 11.6 ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.7 โอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.8 เทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขาย	
17	23 ก.ย. 2562	1-2	12. เทคโนโลยีกับการขาย 12.1 เทคโนโลยีกับธุรกิจ 12.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce) 12.3 เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย 12.4 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ (E-CRM) 12.5 อุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์ 12.6 บทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขาย 12.7 รูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing Business Model) 12.8 ระบบสารสนเทศด้านงานขาย	

			(Selling Information System)	
18	30 ก.ย. - 4 ต.ค. 2562		สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

สิริฐากร ชูทรัพย์และคณะ. 2556. การขายเบื้องต้น1. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดนนทบุรี:สำนักพิมพ์เอมพันธ์