

ลักษณะรายวิชา

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. รหัสและชื่อวิชา | 202001003 การขายเบื้องต้น
Basic Selling |
| 2. สภาพรายวิชา | วิชาชีพพื้นฐาน
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ |
| 3. ระดับรายวิชา | ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน | - |
| 5. เวลาศึกษา | ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 3 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 0 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 | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการขาย แนวคิดทางการขาย วิวัฒนาการการขาย
หน้าที่ทางการขาย ประเภทและลักษณะของงานขาย ความรู้เกี่ยวกับตนเอง ความรู้
เกี่ยวกับกิจการ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง
ชั้น คุณสมบัติของนักขาย โอกาสและความก้าวหน้าของนักขายและเทคโนโลยีที่
เกี่ยวข้องกับการขาย |

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	บทเรียนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย 1.2 หลักพื้นฐานของการขาย 1.3 หน้าที่ของการขาย 1.4 วิวัฒนาการของการขาย 1.5 แนวความคิดทางการขายกับแนวความคิดทางการตลาด	1	2
2	บทเรียนที่ 2 ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 ประเภทของงานขาย 2.2 ลักษณะของงานขาย 2.3 ประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขาย 2.4 ความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาด บทเรียนที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 ความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภค 3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย 3.4 การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 3.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย 3.6 ปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่าย	2	4
3	บทเรียนที่ 4 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา 4.2 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 4.3 ประเภทของการโฆษณา 4.4 สื่อที่ใช้ในการโฆษณา 4.5 ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขาย 4.6 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขาย 4.7 ประเภทและวิธีการส่งเสริมการขาย	1	2
4	บทเรียนที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 การสำรวจตนเองของพนักงานขาย 5.2 การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย 5.3 การขายตนเองก่อนขายสินค้า 5.4 คุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขาย 5.5 คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ 5.6 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ 5.7 เทคนิคการชนะใจลูกค้า	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	บทเรียนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.2 ความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบ 6.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ		
5	บทเรียนที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์ 7.2 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบ 7.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์ 7.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 7.6 แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	1	2
6	บทเรียนที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 8.1 ความหมายและประเภทลูกค้า 8.2 พฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค 8.3 ความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า 8.4 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ 8.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า 8.6 สาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	1	2
7	บทเรียนที่ 9 ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 9.1 ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้น 9.2 ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.3 สิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.4 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น 9.5 วิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้น 9.6 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น บทเรียนที่ 10 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย 10.1 ความหมายของเทคนิคการขาย 10.2 ขั้นตอนของเทคนิคการขาย	2	4
8	บทเรียนที่ 11 โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย 11.1 ความสำคัญของอาชีพการขาย 11.2 องค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขาย 11.3 คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขาย 11.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย 11.5 รายได้และผลประโยชน์เกื้อกูลของผู้ประกอบอาชีพการขาย	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	11.5 รายได้และผลประโยชน์เกื้อกูลของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.6 ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.7 โอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขาย 11.8 เทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขาย		
9	บทเรียนที่ 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)	1	2

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	บทเรียนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 บอกความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกาขายได้ 1.2 อธิบายหลักพื้นฐานของการขายได้ 1.3 บอกหน้าที่ของการขายได้ 1.4 บอกวิวัฒนาการของการขายได้ 1.5 บอกแนวคิดทางการขายกับแนวคิดทางการตลาดได้	1	2
2	บทเรียนที่ 2 ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 อธิบายถึงการจัดประเภทของงานขายได้ 2.2 อธิบายถึงลักษณะของงานขายได้ 2.3 อธิบายถึงการจัดประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขายได้ 2.4 อธิบายถึงความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาดได้ บทเรียนที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 อธิบายความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.2 บอกรายละเอียดของช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภคได้ 3.3 บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.4 ตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.5 บอกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 3.6 อธิบายปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่ายได้	2	4
3	บทเรียนที่ 4 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของการโฆษณาได้ 4.2 บอกวัตถุประสงค์ของการโฆษณาได้ 4.3 บอกประเภทของการโฆษณาได้ 4.4 เลือกใช้สื่อที่ใช้ในการโฆษณาได้ 4.5 บอกความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขายได้ 4.6 บอกวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขายได้ 4.7 บอกประเภทและวิธีการส่งเสริมการขายได้	1	2
4	บทเรียนที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 บอกสิ่งที่พนักงานขายจะต้องสำรวจตนเองได้ 5.2 บอกวิธีการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายได้ 5.3 อธิบายวิธีการขายตนเองก่อนขายสินค้าได้	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	5.4 บอกคุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขายได้ 5.5 บอกคุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการได้ 5.6 บอกคุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการได้ 5.7 อธิบายเทคนิคการชนะใจลูกค้าได้ บทเรียนที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับกิจการ 6.1 บอกความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการได้ 6.2 บอกความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบได้ 6.3 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการได้		
5	บทเรียนที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 7.1 บอกความหมายของผลิตภัณฑ์ได้ 7.2 บอกความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ 7.3 อธิบายความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบได้ 7.4 บอกประเภทของผลิตภัณฑ์ 7.5 บอกองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ 7.6 บอกแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้	1	2
6	บทเรียนที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า 8.1 อธิบายความหมายและประเภทลูกค้าได้ 8.2 บอกพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ 8.3 อธิบายความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ 8.4 บอกปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อได้ 8.5 อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ 8.6 บอกสาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้	1	2
7	บทเรียนที่ 9 ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง 9.1 อธิบายความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้นได้ 9.2 บอกความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.3 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.4 บอกแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ 9.5 บอกวิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้นได้ 9.6 บอกประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นได้ บทเรียนที่ 10 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย 10.1 บอกความหมายของเทคนิคการขายได้ 10.2 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนของเทคนิคการขายได้	2	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
8	บทเรียนที่ 11 โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย 11.1 บอกความสำคัญของอาชีพการขายได้ 11.2 บอกองค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขายได้ 11.3 อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขายได้ 11.4 อธิบายคุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายได้ 11.5 อธิบายรายได้และผลประโยชน์ที่เกี่ยวของของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.6 อธิบายตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.7 อธิบายโอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขายได้ 11.8 อธิบายเทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขายได้	2	4
9	บทเรียนที่ 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	1	2

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 12 หน่วย แยกได้ 9 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

ผู้ที่ผ่านรายวิชานี้จะต้อง

 - 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 ชื่อบทเรียน	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	14 มิ.ย. 2564	1-3	บทเรียนที่ 1 เรื่องที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับการขายและแนวคิดทางการตลาด 1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการขาย 1.2 หลักพื้นฐานของการขาย 1.3 หน้าที่ของการขาย 1.4 วิวัฒนาการของการขาย 1.5 แนวความคิดทางการขายกับแนวความคิดทางการตลาด	
2	14 มิ.ย. 2564	4-6	บทเรียนที่ 2 เรื่องที่ 2 ประเภทและลักษณะของการขาย 2.1 ประเภทของงานขาย 2.2 ลักษณะของงานขาย 2.3 ประเภทของพนักงานขายตามลักษณะงานขาย 2.4 ความสัมพันธ์ของงานขายกับหน้าที่ของการส่งเสริมการตลาด	
3	28 มิ.ย. 2564	7-9	บทเรียนที่ 2 เรื่องที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า 3.1 ความหมายและความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่าย 3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าบริโภค 3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย	
4	5 ก.ค. 2564	10-12	บทเรียนที่ 2 เรื่องที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (ต่อ) 3.4 การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 3.5 บุคคลที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่าย 3.6 ปัญหาของช่องทางการจัดจำหน่าย	
5	12 ก.ค. 2564	13-15	บทเรียนที่ 3 เรื่องที่ 4 การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย 4.1 ความหมายและความสำคัญของการโฆษณา 4.2 วัตถุประสงค์ของการโฆษณา 4.3 ประเภทของการโฆษณา 4.4 สื่อที่ใช้ในการโฆษณา 4.5 ความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการขาย 4.6 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมการขาย 4.7 ประเภทและวิธีการส่งเสริมการขาย	
6	19 ก.ค. 2564	16-18	บทเรียนที่ 4 เรื่องที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับตนเอง 5.1 การสำรวจตนเองของพนักงานขาย 5.2 การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย 5.3 การขายตนเองก่อนขายสินค้า	

			<p>5.4 คุณสมบัติที่จำเป็นของพนักงานขาย</p> <p>5.5 คุณสมบัติของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ</p> <p>5.6 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ</p> <p>5.7 เทคนิคการชนะใจลูกค้า</p>	
7	26 ก.ค. 2564	19-21	<p>บทเรียนที่ 4 เรื่องที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับกิจการ</p> <p>6.1 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการ</p> <p>6.2 ความรู้เกี่ยวกับกิจการที่พนักงานขายควรทราบ</p> <p>6.3 แหล่งความรู้เกี่ยวกับกิจการ</p>	
8	2 ส.ค. 2564	22-24	สอบกลางภาค	
9	9 ส.ค. 2564	25-27	<p>บทเรียนที่ 5 เรื่องที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p>7.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์</p> <p>7.2 ความสำคัญของการมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p> <p>7.3 ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายควรทราบ</p> <p>7.4 ประเภทของผลิตภัณฑ์</p> <p>7.5 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์</p> <p>7.6 แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์</p>	
10	16 ส.ค. 2564	28-30	<p>บทเรียนที่ 6 เรื่องที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า</p> <p>8.1 ความหมายและประเภทลูกค้า</p> <p>8.2 พฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค</p> <p>8.3 ความต้องการและแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า</p>	
11	23 ส.ค. 2564	31-33	<p>บทเรียนที่ 6 เรื่องที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า (ต่อ)</p> <p>8.4 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อ</p> <p>8.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า</p> <p>8.6 สาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า</p>	
12	30 ส.ค. 2564	34-36	<p>บทเรียนที่ 7 เรื่องที่ 9 ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง</p> <p>9.1 ความหมายและความสำคัญของคู่แข่งชั้น</p> <p>9.2 ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น</p> <p>9.3 สิ่งที่เราควรรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น</p> <p>9.4 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น</p> <p>9.5 วิธีการที่พนักงานขายจะชนะคู่แข่งชั้น</p> <p>9.6 ประโยชน์ของการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้น</p>	
13	6 ก.ย. 2564	37-39	<p>บทเรียนที่ 7 เรื่องที่ 10 ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย</p> <p>10.1 ความหมายของเทคนิคการขาย</p> <p>10.2 ขั้นตอนของเทคนิคการขาย</p>	
14	13 ก.ย. 2564	40-42	<p>บทเรียนที่ 8 เรื่องที่ 11 โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย</p> <p>11.1 ความสำคัญของอาชีพการขาย</p> <p>11.2 องค์ประกอบที่สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพการขาย</p>	

			<p>11.3 คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขาย</p> <p>11.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย</p>	
15	20 ก.ย. 2564	43-45	<p>บทเรียนที่ 8 เรื่องที่ 11 โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงานขาย (ต่อ)</p> <p>11.5 รายได้และผลประโยชน์ที่เกื้อกูลของผู้ประกอบอาชีพการขาย</p> <p>11.6 ตำแหน่งของผู้ประกอบอาชีพการขาย</p> <p>11.7 โอกาสก้าวหน้าของผู้ประกอบอาชีพการขาย</p> <p>11.8 เทคนิคการสร้างความสำเร็จในอาชีพการขาย</p>	
16	27 ก.ย. 2564	46-48	<p>บทเรียนที่ 9 เรื่องที่ 12. เทคโนโลยีกับการขาย</p> <p>12.1 เทคโนโลยีกับธุรกิจ</p> <p>12.2 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce)</p> <p>12.3 เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานขาย</p> <p>12.4 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าออนไลน์ (E-CRM)</p>	
17	4 ต.ค. 2564	49-51	<p>บทเรียนที่ 9 เรื่องที่ 12. เทคโนโลยีกับการขาย (ต่อ)</p> <p>12.5 อุปสรรคที่มีผลกระทบต่องานขายในตลาดออนไลน์</p> <p>12.6 บทบาทของเทคโนโลยีในธุรกิจของงานขาย</p> <p>12.7 รูปแบบธุรกิจในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing Business Model)</p> <p>12.8 ระบบสารสนเทศด้านงานขาย (Selling Information System)</p>	
18	11 ต.ค. - 14 ต.ค. 2564	52-54	สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

สิฏฐากร ชูทรัพย์และคณะ. 2562. การขายเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดนนทบุรี:สำนักพิมพ์เอ็มพันธ์