

## ลักษณะรายวิชา

1. รหัสและชื่อวิชา 20218301 การจัดการขาย  
(Sales Management)
2. สภาพรายวิชา วิชาชีวะเฉพาะ  
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ  
สาขาวิชาการตลาด
3. ระดับรายวิชา ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1
4. รายวิชาพื้นฐาน
5. เวลาศึกษา ทฤษฎี 3 ชั่วโมง ปฏิบัติ - ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 3 ชั่วโมง และนักศึกษา  
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์  
(ไม่รวมการสอบกลางภาค-ปลายภาค)
6. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต
7. จุดมุ่งหมายรายวิชา
  1. มีความรู้และความเข้าใจหลักการและกระบวนการจัดการขาย
  2. มีทักษะการจัดการขาย
  3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการจัดการขาย
8. คำอธิบายรายวิชา  
ศึกษาเกี่ยวกับหลักการจัดการขาย การจัดรูปแบบองค์กรขาย การกำหนดหน้าที่  
ความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขาย เทคนิคการบริหารงานขาย การจัดการ  
งานขาย อาณาเขตขาย โควตาขาย การพยากรณ์ยอดขาย การปฏิบัติงานของ  
นักขาย การควบคุมและประเมินผล การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและ  
จริยธรรมการขาย

## การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. การจัดการขาย</b> 1.1. ความหมายของการจัดการขาย 1.2. ความสำคัญของการจัดการขาย 1.3. กระบวนการจัดการขาย 1.4. คุณสมบัติของบุคคลที่มีหน้าที่จัดการขาย 1.5. ที่มาความสามารถของผู้บริหาร 1.6. วิวัฒนาการของการจัดการขาย 1.7. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานขาย 1.8. ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการจัดการขาย	6	-
2	<b>2. บทบาทความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขาย</b> 2.1. ความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขาย 2.2. ขั้นตอนในการจัดองค์การฝ่ายขาย 2.3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการองค์การฝ่ายขาย 2.4. ลักษณะของการจัดโครงสร้างองค์การที่ดี 2.5. รูปแบบการจัดองค์การฝ่ายขาย	6	-
3	<b>3. เทคนิคการจูงใจและการควบคุมพนักงานขาย</b> 3.1. ความหมายและวัตถุประสงค์ของการจูงใจ 3.2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ 3.3. การปฏิบัติให้เกิดแรงจูงใจ 3.4. เทคนิคการจูงใจพนักงานขาย 3.5. การควบคุมพนักงานขาย	6	-
4	<b>4. การฝึกอบรมพนักงานขาย</b> 4.1. ความหมายและความสำคัญของการฝึกอบรม 4.2. เนื้อหาในการฝึกอบรม 4.3. วิธีการฝึกอบรม 4.4. สถานที่ฝึกอบรม 4.5. วิทยากรในการฝึกอบรม 4.6. การดำเนินการฝึกอบรม 4.7. การประเมินผลการฝึกอบรม	6	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. การจ่ายค่าตอบแทน</b> 5.1. ความหมายของและวัตถุประสงค์ของการจ่ายค่าตอบแทน 5.2. ค่าตอบแทนในความคิดของพนักงานขาย 5.3. รูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน 5.4. ปัจจัยในการกำหนดค่าตอบแทนในหน่วยงานขาย	6	-
6	<b>6. การกำหนดอาณาเขตการขาย</b> 6.1. ความหมายและความสำคัญของการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.2. วัตถุประสงค์ของการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.3. กระบวนการในการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.4. ลักษณะของอาณาเขตการขายที่ดี 6.5. การจัดอาณาเขตการขาย 6.6. การกำหนดจำนวนพนักงานขายที่เหมาะสมกับอาณาเขตการขาย 6.7. การบริหารเวลา	6	-
7	<b>7. โควตาการขาย การทำรายงานและการประเมินผลของพนักงานขาย</b> 7.1. ความหมายและวัตถุประสงค์ของโควตาการขาย 7.2. การกำหนดโควตาการขาย 7.3. ลักษณะของโควตาที่ดี 7.4. ชนิดของโควตา 7.5. ขั้นตอนในการกำหนดโควตาการขาย 7.6. การทำรายงานผลการปฏิบัติงานของพนักงาน 7.7. การประเมินผลการปฏิบัติงานขาย 7.8. กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	6	-
8	<b>8. การจัดการขายกับการแข่งขัน และการจัดการขายในทศวรรษหน้า</b> 8.1. จรรยาบรรณของการจัดการขาย 8.2. การจัดการขายที่ยึดหลักจรรยาบรรณ 8.3. การจัดการขายกับความรับผิดชอบต่อสังคม 8.4. การจัดการขายภายใต้ภาวะการณ์แข่งขัน 8.5. การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม 8.6. การจัดการในทศวรรษหน้า 8.7. การจัดระบบข้อมูลเพื่อการจัดการขาย 8.8. การจัดการขายที่ประสบผลสำเร็จ	6	-

## จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	<b>1. การจัดการขาย</b> 1.1. บอกความหมายของการจัดการขายได้ 1.2. บอกความสำคัญของการจัดการขายได้ 1.3. อธิบายกระบวนการจัดการขายได้ 1.4. อธิบายคุณสมบัติของบุคคลที่มีหน้าที่จัดการขายได้ 1.5. บอกที่มาความสามารถของผู้บริหารได้ 1.6. บอกวิวัฒนาการของการจัดการขายได้ 1.7. บอกความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานขายได้ 1.8. บอกความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการจัดการขายได้	6	-
2	<b>2. บทบาทความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขาย</b> 2.1. บอกความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขายได้ 2.2. อธิบายขั้นตอนในการจัดองค์การฝ่ายขายได้ 2.3. บอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการองค์การฝ่ายขายได้ 2.4. บอกลักษณะของการจัดโครงสร้างองค์การที่ดีได้ 2.5. อธิบายรูปแบบการจัดองค์การฝ่ายขายได้	6	-
3	<b>3. เทคนิคการจูงใจและการควบคุมพนักงานขาย</b> 3.1. บอกความหมายและวัตถุประสงค์ของการจูงใจได้ 3.2. บอกทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจได้ 3.3. บอกการปฏิบัติให้เกิดแรงจูงใจได้ 3.4. บอกเทคนิคการจูงใจพนักงานขายได้ 3.5. อธิบายการควบคุมพนักงานขายได้	6	-
4	<b>4. การฝึกอบรมพนักงานขาย</b> 4.1. บอกความหมายและความสำคัญของการฝึกอบรมได้ 4.2. อธิบายเนื้อหาในการฝึกอบรมได้ 4.3. อธิบายวิธีการฝึกอบรมได้ 4.4. บอกสถานที่ฝึกอบรมได้ 4.5. บอกวิทยากรในการฝึกอบรมได้ 4.6. อธิบายการดำเนินการฝึกอบรมได้ 4.7. อธิบายการประเมินผลการฝึกอบรมได้	6	-

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	<b>5. การจ่ายค่าตอบแทน</b> 5.1. บอกความหมายของและวัตถุประสงค์ของการจ่ายค่าตอบแทนได้ 5.2. อธิบายค่าตอบแทนในความคิดของพนักงานขายได้ 5.3. บอกรูปแบบการจ่ายค่าตอบแทนได้ 5.4. บอกปัจจัยในการกำหนดค่าตอบแทนในหน่วยงานขายได้	6	-
6	<b>6. การกำหนดอาณาเขตการขาย</b> 6.1. บอกความหมายและความสำคัญของการกำหนดอาณาเขตการขายได้ 6.2. บอกวัตถุประสงค์ของการกำหนดอาณาเขตการขายได้ 6.3. อธิบายกระบวนการในการกำหนดอาณาเขตการขายได้ 6.4. บอกลักษณะของอาณาเขตการขายที่ดีได้ 6.5. บอกการจัดอาณาเขตการขายได้ 6.6. อธิบายการกำหนดจำนวนพนักงานขายที่เหมาะสมกับอาณาเขตการขายได้ 6.7. อธิบายวิธีการบริหารเวลาได้	6	-
7	<b>7. โควตาการขาย การทำรายงานและการประเมินผลของพนักงานขาย</b> 7.1. บอกความหมายและวัตถุประสงค์ของโควตาการขายได้ 7.2. บอกการกำหนดโควตาการขายได้ 7.3. บอกลักษณะของโควตาที่ดีได้ 7.4. บอกชนิดของโควตาได้ 7.5. บอกขั้นตอนในการกำหนดโควตาการขายได้ 7.6. อธิบายการทำรายงานผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้ 7.7. บอกการประเมินผลการปฏิบัติงานขายได้ 7.8. อธิบายกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้	6	-
8	<b>8. การจัดการขายกับการแข่งขัน และการจัดการขายในทศวรรษหน้า</b> 8.1. บอกจรรยาบรรณของการจัดการขายได้ 8.2. อธิบายเกี่ยวกับการจัดการขายที่ยึดหลักจรรยาบรรณได้ 8.3. อธิบายเกี่ยวกับการจัดการขายกับความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 8.4. อธิบายเกี่ยวกับการจัดการขายภายใต้ภาวะการแข่งขันได้ 8.5. อธิบายการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 8.6. อธิบายเกี่ยวกับการจัดการขายในทศวรรษหน้าได้ 8.7. บอกการจัดระบบข้อมูลเพื่อการจัดการขายได้ 8.8. อธิบายการจัดการขายที่ประสบผลสำเร็จได้	6	-

## การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 8 หน่วย แยกได้ 8 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
  - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
    - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 20 คะแนน หรือร้อยละ 20
    - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
    - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 70 คะแนน หรือร้อยละ 70 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	75-79	ได้ระดับคะแนน	B+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	70-74	ได้ระดับคะแนน	B
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	65-69	ได้ระดับคะแนน	C+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	60-64	ได้ระดับคะแนน	C
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	55-59	ได้ระดับคะแนน	D+
คะแนนอยู่ระหว่างร้อยละ	50-54	ได้ระดับคะแนน	D
คะแนนต่ำกว่าร้อยละ	50	ได้ระดับคะแนน	F

## ตารางกำหนดน้ำหนักคะแนน

เลขที่บทเรียน	คะแนนรายบทเรียนและน้ำหนักคะแนน  ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	การจัดการขาย	10	3	3	3		2
2	บทบาทความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขาย	10	3	2	3	1	2
3	เทคนิคการจูงใจและการควบคุมพนักงานขาย	5	1	1	1		2
4	การฝึกอบรมพนักงานขาย	10	3	2	2	1	3
5	การจ่ายค่าตอบแทน	10	2	3	3	1	3
6	การกำหนดอาณาเขตการขาย	10	2	3	3	1	3
7	โคเวตาการขาย การทำรายงานและการประเมินผลของพนักงานขาย	10	2	3	2	1	3
8	การจัดการขายกับการแข่งขัน และการจัดการขายในทศวรรษหน้า	5	1	1	1		2
ก	คะแนนภาควิชาการ (พุทธิพิสัยและทักษะพิสัย)	70					20
ข	คะแนนภาคผลงาน (รายงาน, ชิ้นงาน เป็นการบูรณาการทุกหน่วย)	20					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

## กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	3 ก.ค. 2563	1 - 3	บทเรียนที่ 1. การจัดการขาย 1.1. ความหมายของการจัดการขาย 1.2. ความสำคัญของการจัดการขาย 1.3. กระบวนการจัดการขาย 1.4. คุณสมบัติของบุคคลที่มีหน้าที่จัดการขาย	
2	10 ก.ค. 2563	4 - 6	บทเรียนที่ 1. การจัดการขาย (ต่อ) 1.5 ที่มาความสามารถของผู้บริหาร 1.6 วิวัฒนาการของการจัดการขาย 1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานขาย 1.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับการจัดการขาย	
3	17 ก.ค. 2563	7 - 9	บทเรียนที่ 2. บทบาทความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูป องค์การฝ่ายขาย 2.1. ความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูปองค์การฝ่ายขาย 2.2. ขั้นตอนในการจัดองค์การฝ่ายขาย 2.3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการองค์การฝ่ายขาย	
4	24 ก.ค. 2563	10 - 12	บทเรียนที่ 2. บทบาทความสำคัญของโครงสร้างและการจัดรูป องค์การฝ่ายขาย (ต่อ) 2.4. ลักษณะของการจัดโครงสร้างองค์การที่ดี 2.5 รูปแบบการจัดองค์การฝ่ายขาย	
5	31 ก.ค. 2563	13 - 15	บทเรียนที่ 3. เทคนิคการจูงใจและการควบคุมพนักงานขาย 3.1. ความหมายและวัตถุประสงค์ของการจูงใจ 3.2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ 3.3. การปฏิบัติให้เกิดแรงจูงใจ	
6	7 ส.ค. 2563	16 - 18	บทเรียนที่ 3. เทคนิคการจูงใจและการควบคุมพนักงานขาย (ต่อ) 3.4. เทคนิคการจูงใจพนักงานขาย 3.5. การควบคุมพนักงานขาย	
7	14 ส.ค. 2563	19 - 21	บทเรียนที่ 4. การฝึกอบรมพนักงานขาย 4.1. ความหมายและความสำคัญของการฝึกอบรม 4.2. เนื้อหาในการฝึกอบรม 4.3. วิธีการฝึกอบรม 4.4. สถานที่ฝึกอบรม	



สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
8	21 ส.ค. 2563	22 - 24	บทเรียนที่ 4. การฝึกอบรมพนักงานขาย (ต่อ) 4.5. วิทยาการในการฝึกอบรม 4.6. การดำเนินการฝึกอบรม 4.7. การประเมินผลการฝึกอบรม	
9	28 ส.ค. 2563	25 - 27	<b>สอบกลางภาค</b>	
10	4 ก.ย. 2563	28 - 30	บทเรียนที่ 5. การจ่ายค่าตอบแทน 5.1. ความหมายของและวัตถุประสงค์ของการจ่ายค่าตอบแทน 5.2. ค่าตอบแทนในความคิดของพนักงานขาย	
11	11 ก.ย. 2563	31 - 33	บทเรียนที่ 5. การจ่ายค่าตอบแทน (ต่อ) 5.3. รูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน 5.4. ปัจจัยในการกำหนดค่าตอบแทนในหน่วยงานขาย	
12	18 ก.ย. 2563	34 - 36	บทเรียนที่ 6. การกำหนดอาณาเขตการขาย 6.1. ความหมายและความสำคัญของการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.2. วัตถุประสงค์ของการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.3. กระบวนการในการกำหนดอาณาเขตการขาย 6.4. ลักษณะของอาณาเขตการขายที่ดี	
13	25 ก.ย. 2563	37 - 39	บทเรียนที่ 6. การกำหนดอาณาเขตการขาย (ต่อ) 6.5. การจัดอาณาเขตการขาย 6.6. การกำหนดจำนวนพนักงานขายที่เหมาะสมกับอาณาเขตการขาย 6.7. การบริหารเวลา	
14	2 ต.ค. 2563	40 - 42	บทเรียนที่ 7 โควตาการขาย การทำรายงานและการประเมินผล ของพนักงานขาย 7.1. ความหมายและวัตถุประสงค์ของโควตาการขาย 7.2. การกำหนดโควตาการขาย 7.3. ลักษณะของโควตาที่ดี 7.4 ชนิดของโควตา	
15	9 ต.ค. 2563	43- 45	บทเรียนที่ 7. โควตาการขาย การทำรายงานและการประเมินผล ของพนักงานขาย (ต่อ) 7.5 ขั้นตอนในการกำหนดโควตาการขาย 7.6 การทำรายงานผลการปฏิบัติงานของพนักงาน 7.7 การประเมินผลการปฏิบัติงานขาย 7.8 กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	

ลำดับที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
16	16 ต.ค. 2563	46 - 48	บทเรียนที่ 8. การจัดการขายกับการแข่งขัน และการจัดการขาย ในทศวรรษหน้า  8.1. จรรยาบรรณของการจัดการขาย 8.2. การจัดการขายที่ยึดหลักจรรยาบรรณ 8.3. การจัดการขายกับความรับผิดชอบต่อสังคม 8.4 การจัดการขายภายใต้ภาวะการณ์แข่งขัน 8.5 การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคม 8.6 การจัดการในทศวรรษหน้า 8.7 การจัดระบบข้อมูลเพื่อการจัดการขาย 8.8 การจัดการขายที่ประสบผลสำเร็จ	
17	23 ต.ค. 2563	49 - 51	หยุดวันปิยมหาราช	
18			สอบปลายภาค	

## บรรณานุกรม

สิฏฐากร ชุทรัพย์ และสายชล วิสุทธิ์สมุท. การจัดการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
เอ็มพันธ์, 2558.