



แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

รหัสวิชา 20200203 วิชา หลักการตลาด
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ

จัดทำโดย
อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย
สาขาวิชาการตลาด

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยนครพนม

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการรายวิชา วิชา หลักการตลาด รหัสวิชา 20200203
จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนและเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน โดยบรรจุรายละเอียด
ที่แสดงถึงการจัดระบบการเรียนการสอน โดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการกำหนดมาตรฐาน ใช้เทคนิควิธีการสอน
ที่หลากหลาย มุ่งเน้นสมรรถนะอาชีพ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม คุณลักษณะที่พึงประสงค์และปรัชญาของเศรษฐกิจ
พอเพียง

สาขาวิชาการตลาด
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยนครพนม

รายละเอียดของรายวิชา

สาขาวิชา/คณะ

สาขาวิชาการตลาด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม

หมวดที่ 1. ลักษณะและข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1.รหัสและชื่อรายวิชา	20200203	หลักการตลาด
2.จำนวนหน่วยกิต	3	หน่วยกิต
3.หลักสูตร และประเภทของรายวิชา	3.1 หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	3.2 ประเภทของรายวิชา วิชาชีพพื้นฐาน
4.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ภัทรอร ดวงมาลัย	
5.ภาคการศึกษา ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2560 ระดับชั้น ปวส. 1 สายตรง และสาย ม.6 สาขาวิชาการตลาด และปวส. 1 สายตรง และสาย ม.6 สาขาวิชาการบัญชี	
6.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite)	ไม่มี	
7.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน	ไม่มี	
8.สถานที่เรียน	ห้อง 2103 สาขาวิชาการตลาด	
9.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด	ไม่มี	

1.1 ตารางวิเคราะห์รายวิชา

รหัสวิชา 20200203

วิชา หลักการตลาด จำนวน 3 หน่วยกิต

ชั้น ปวส. 1 สายตรงและสาย ม. 6

สาขาวิชา การตลาด และการบัญชี

ชื่อหน่วยการสอน/การเรียนรู้	ด้านพุทธิพิสัย						ด้านทักษะพิสัย(5)	ด้านจิตพิสัย(5)	รวม(40)	ลำดับความสำคัญ	จำนวนชั่วโมง
	ความรู้(5)	ความเข้าใจ(5)	นำไปใช้(5)	วิเคราะห์(5)	สังเคราะห์(5)	ประเมินค่า(5)					
1. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	1	1	0.5	-	-	-	2	2	7.5	6	3
2. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	1	1	1	1	-	-	3	3	10	3	6
3. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	1	1	2	0.5	-	-	3	3	10.5	2	6
4. พฤติกรรมผู้บริโภค	1	1	1	0.5	-	-	3	3	9.5	4	3
5. ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	-	-	3	3	10	2	6
6. การกำหนดราคา	1	1	1	0.5	-	-	2	2	7.5	6	3
7. การจัดจำหน่าย	1	1	0.5	0.5	-	-	2	2	7	7	3
8. การส่งเสริมการตลาด	1	1	1	1	-	-	3	3	10	3	6
9. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด	1	1	0.5	0.5	-	-	3	3	9	5	3
10. แผนธุรกิจ	1	1	2	1	-	-	4	4	13	1	6
11. ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด	1	1	0.5	0.5	-	-	2	2	7	7	3
สอบกลางภาค											3
สอบปลายภาค											3
รวม	11	11	11	7	-	-	30	30			54
ลำดับความสำคัญ	2	2	2	3	-	-	1	1			

คำอธิบาย 5 หมายถึง ระดับความสำคัญของแต่ละรายการมี 5 ระดับ คือ 1, 2, 3, 4, 5

1.2 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้

รหัสวิชา 20200203

วิชา หลักการตลาด

จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ 3 ชั่วโมง รวม 54 ชั่วโมงต่อภาคเรียน

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน: ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะทั่วไปของตลาด 2. ความหมายของ “ตลาด” 3. ความสำคัญของการตลาด 4. แนวทางการศึกษาการตลาด 5. เศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาด
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน: แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวความคิดทางการตลาด 2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด 3. การวิเคราะห์ SWOT
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน: การแบ่งส่วนตลาด การเลือกหน่วยตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. การแบ่งส่วนตลาด 2. การเลือกตลาดเป้าหมาย 3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 4. กลยุทธ์การตลาดในการแข่งขัน
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน: พฤติกรรมผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 3. ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ 4. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 5. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 6. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน: ผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายของผลิตภัณฑ์ 2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 3. การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ 4. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ 5. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ 6. ประเภทของตราสินค้า 7. บรรจุภัณฑ์ 8. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน: การกำหนดราคา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายของราคา 2. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา 3. วิธีการกำหนดราคา 4. นโยบายราคา 5. กลยุทธ์การตั้งราคา

หน่วยการสอน	สมรรถนะการเรียนรู้
<p>หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน: การจัดจำหน่าย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายของการจัดจำหน่าย 2. ช่องทางการจัดจำหน่าย 3. สถาบันการตลาด 4. การค้าปลีก 5. การค้าส่ง 6. การกระจายสินค้า
<p>หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน: การส่งเสริมการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายของการส่งเสริมการตลาด 2. กระบวนการติดต่อสื่อสาร 3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 4. ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด
<p>หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน: การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เทคโนโลยีทางการตลาด 2. สารสนเทศทางการตลาด 3. อินเทอร์เน็ต 4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์
<p>หน่วยการสอนที่ 10 ชื่อหน่วยการสอน: แผนธุรกิจ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ 2. ปกหน้าและสารบัญ 3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย 4. บทสรุปผู้บริหาร 5. ประวัติกิจการ 6. การวิเคราะห์สถานการณ์ 7. แผนการตลาด 8. แผนการจัดการ 9. แผนการผลิต 10. แผนการเงิน
<p>หน่วยการสอนที่ 11 ชื่อหน่วยการสอน: ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม 2. จรรยาบรรณทางการตลาด 3. คุณสมบัติของนักการตลาด 4. อุปสรรคต่อจรรยาบรรณ

1.3 ตารางวิเคราะห์สมรรถนะรายวิชา

โดยบูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง / ผล 5 มิติ / นโยบาย 3 D และ 11 ดี 11 เก่ง
 รหัสวิชา 20200203 วิชา หลักการตลาด หน่วยกิต 3 (3)
 ระดับชั้น ปวส. 1 สายตรง และสายม.6 สาขาวิชา การตลาด และการบัญชี

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)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)			ซื่อสัตย์สุจริต(5)
หน่วยการสอนที่ 1 ชื่อหน่วยการสอน ความรู้พื้นฐาน ทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. ลักษณะทั่วไปของตลาด	-	5	3	3	-	-	-	2	5	3	21		
2. ความหมายของ “ตลาด”	-	5	3	5	-	-	-	2	3	3	21		
3. ความสำคัญของการตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23		
4. แนวทางการศึกษาการตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	-	20		
5. เศรษฐกิจพอเพียงกับ การตลาด	-	5	3	3	2	-	-	2	5	3	23		
หน่วยการสอนที่ 2 ชื่อหน่วยการสอน แนวความคิดและ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. แนวความคิดทางการตลาด	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31		
2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30		
3. การวิเคราะห์ SWOT	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26		

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)		
หน่วยการสอนที่ 3 ชื่อหน่วยการสอน การแบ่งส่วน ตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ การตลาดในการแข่งขัน สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. การแบ่งส่วนตลาด	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. การเลือกตลาดเป้าหมาย	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
3. การกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
4. กลยุทธ์การตลาดในการ แข่งขัน	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	
หน่วยการสอนที่ 4 ชื่อหน่วยการสอน พฤติกรรม ผู้บริโภค สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ความหมายของพฤติกรรม ผู้บริโภค	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อ	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
3. ทฤษฎีความต้องการของ มาสโลว์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
4. การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
5. กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
6. แบบจำลองพฤติกรรม ผู้บริโภค	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	

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)		
หน่วยการสอนที่ 5 ชื่อหน่วยการสอน ผลิตภัณฑ์ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ความหมายของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3. การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
4. ส่วนประสมของผลิตภัณฑ์	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
5. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
6. ประเภทของตราสินค้า	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
7. บรรจุภัณฑ์	4	4	3	3	2	2	2	3	4	3	30	
8. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
หน่วยการสอนที่ 6 ชื่อหน่วยการสอน การกำหนดราคา สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ความหมายของราคา	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
2. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา	3	5	4	3	-	-	-	-	3	2	20	
3. วิธีการกำหนดราคา	3	3	4	4	4	-	-	3	3	2	26	
4. นโยบายราคา	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29	
5. กลยุทธ์การตั้งราคา	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
หน่วยการสอนที่ 7 ชื่อหน่วยการสอน การจัดจำหน่าย สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ความหมายของการจัดจำหน่าย	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	24	
2. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
3. สถาบันการตลาด	3	5	3	5	2	-	-	2	3	2	22	
4. การค้าปลีก	4	4	3	4	2	2	-	3	4	2	28	
5. การค้าส่ง	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
6. การกระจายสินค้า	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	

ชื่อหน่วยการสอน/ สมรรถนะรายวิชา	ทางสายกลาง										รวม(50)	ลำดับความสำคัญ	
	3ห้อง			2 เงื่อนไข									
				ความรู้			คุณธรรม						
	พอประมาณ(5)	มีเหตุผล(5)	มีภูมิคุ้มกัน(5)	รอบรู้(5)	รอบคอบ(5)	ระมัดระวัง(5)	ซื่อสัตย์สุจริต(5)	ขยันอดทน(5)	มีสติปัญญา(5)	แบ่งปัน(5)			
หน่วยการสอนที่ 8 ชื่อหน่วยการสอน การส่งเสริม การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. ความหมายของการส่งเสริม การตลาด	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
2. กระบวนการติดต่อสื่อสาร	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
3. กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19		
4. ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		
หน่วยการสอนที่ 9 ชื่อหน่วยการสอน การนำเทคโนโลยี มาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. เทคโนโลยีทางการตลาด	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
2. สารสนเทศทางการตลาด	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
3. อินเทอร์เน็ต	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
4. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-	5	-	5	2	-	-	-	3	3	18		
5. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	3	5	3	5	2	3	-	3	3	2	29		
หน่วยการสอนที่ 10 ชื่อหน่วยการสอน แผนธุรกิจ สมรรถนะประจำหน่วยการสอน													
1. ความหมายและความสำคัญ ของแผนธุรกิจ	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23		
2. ปกหน้าและสารบัญ	4	5	4	3	3	3	-	3	4	3	31		
3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมาย	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20		
4. บทสรุปผู้บริหาร	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18		
5. ประวัติกิจการ	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19		
6. การวิเคราะห์สถานการณ์	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21		

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)		
7. แผนการตลาด	4	4	3	4	2	2	-	3	4	-	26	
8. แผนการจัดการ	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31	
9. แผนการผลิต	-	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
10. แผนการเงิน	3	5	3	3	2	-	-	3	3	2	23	
หน่วยการสอนที่ 11 ชื่อหน่วยการสอน การส่งเสริม การตลาด สมรรถนะประจำหน่วยการสอน												
1. ธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม	3	5	3	5	2	-	-	-	3	2	20	
2. จรรยาบรรณทางการตลาด	-	5	3	5	-	-	-	-	3	2	18	
3. คุณสมบัติของนักการตลาด	-	5	3	3	-	-	-	3	3	2	19	
4. อุปสรรคต่อจรรยาบรรณ	-	5	3	3	2	-	-	3	3	2	21	

หมวดที่ 2. จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชา

<p>1. จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใจเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการตลาด 2. มีทักษะในการกำหนดส่วนประสมการตลาด 3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานการตลาด
<p>2. สมรรถนะรายวิชา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แสดงความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด 2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์ 3. กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ 4. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานการตลาด
<p>3. คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษาเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการตลาด แนวความคิดทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจซื้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เทคโนโลยีทางการตลาด และจรรยาบรรณนักการตลาดในงานอาชีพตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง</p>

หมวดที่ 3. ลักษณะและการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา			
บรรยาย 54 ชั่วโมง	สอนเสริม ไม่มี	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง 3 ชั่วโมง/สัปดาห์
2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล			
1 ชั่วโมง/สัปดาห์			

หมวดที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม
1.1 คุณธรรม จริยธรรม ที่ต้องพัฒนา ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสนใจใฝ่รู้ ความรักสามัคคี ความกตัญญูกตเวทีก การตรงต่อเวลา
1.2 วิธีการสอน - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - 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 และไม่เลือกซื้อสินค้าตามโฆษณาชวนเชื่อ และต้องไม่เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

เงื่อนไขคุณธรรม

นักศึกษามีความประหยัด ไม่ฟุ่มเฟือย มีวินัยในตนเอง ในการซื้อสินค้า

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

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

1.2 วิธีการสอน

- ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน
- นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย
- นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง
- หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์

2.3 วิธีการประเมินผล

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

3. 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

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- ความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
- สามารถปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ
- วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

4.2 วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่น และบุคคลภายนอก
- มอบหมายงานกลุ่มและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้ให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด
- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษาด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านความรับผิดชอบ

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ต้องพัฒนาสามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล

- การค้นคว้าหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- การนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- สามารถใช้ภาษาไทยในการนำเสนอด้วยการเขียนและการพูดได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

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

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินทักษะการใช้ภาษาเขียนจากรายงานและงานที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินทักษะการใช้สื่อและการใช้ภาษาพูดจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ประเมินรายงานการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5. แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการและการประเมินผล

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
1	ชี้แจงกระบวนการจัดการเรียนการสอน ในรายวิชา หลักการตลาด บทที่ 1. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - บอกจุดประสงค์รายวิชา คำอธิบายรายวิชา มาตรฐานรายวิชา และแจ้งเกณฑ์การประเมิน วัดผล และทำความเข้าใจเรื่องการวัดผลและ ประเมินผลกับนักศึกษา - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	
2-3	บทที่ 2. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	
4-5	บทที่ 3. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสาร ประกอบการสอนต่าง ๆ 	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
6	บทที่ 4. พฤติกรรมผู้บริโภค	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
7-8	บทที่ 5. ผลิตภัณฑ์	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
9	สอบกลางภาค	3		สอบวัดความรู้	
10-11	บทที่ 6. การกำหนดราคา	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
12-13	บทที่ 7. การจัดจำหน่าย	6		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน 	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมาย เหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
				<ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
14	บทที่ 8. การส่งเสริมการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารต่าง ๆ 	
15	บทที่ 9. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบการสอนต่าง ๆ 	
16	บทที่ 10. แผนธุรกิจ	3		<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอนตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอนตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point ในการบรรยาย 	

5.1 แผนจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ					
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง		กิจกรรม การเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ		
17	บทที่ 11. ความรับผิดชอบต่อสังคม และ จรรยาบรรณทางการตลาด			- บรรยายให้นักศึกษาตระหนักและเข้าใจตาม หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง - ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความ คิดเห็นร่วมกับอาจารย์ผู้สอน - นักศึกษาถามข้อสงสัย และอาจารย์ผู้สอน ตอบข้อสงสัย - นักศึกษาทำกิจกรรมตามงานที่อาจารย์สั่ง - หลังจากนั้นส่งงานเพื่อให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ - ใช้ power point หรือ เอกสารประกอบ การสอนต่าง ๆ	
18	สอบปลายภาค	1		สอบวัดความรู้	

5.2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้		
วิธีการประเมินผลนักศึกษา	ลำดับที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
สอบกลางภาค	9	40%
สอบปลายภาค	18	40%
วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นคว้า การนำเสนอรายงาน การทำงานกลุ่มและผลงาน การอ่านและสรุปบทความ การส่งงานตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	10%
คะแนนคุณธรรม จริยธรรม การเข้าชั้นเรียนและการมีส่วนร่วม	ตลอดภาค การศึกษา	10%

หมวดที่ 6. ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1.หนังสือ และเอกสารประกอบการสอนหลัก 1. เอกสารคำสอนวิชา หลักการตลาด 2. ใบงานและกิจกรรมตามใบงาน
2.หนังสือ เอกสาร และข้อมูลอ้างอิง ที่สำคัญ - ข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุด