

ลักษณะรายวิชา

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. รหัสและชื่อวิชา | 10218304 การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ
Products and Service Distribution |
| 2. สภาพรายวิชา | วิชาชีพเฉพาะ
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ |
| 3. ระดับรายวิชา | ภาคการศึกษาที่ 2 ชั้นปีที่ 2 |
| 4. รายวิชาพื้นฐาน | - |
| 5. เวลาศึกษา | ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 5 ชั่วโมง และนักศึกษา
จะต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้านอกเวลา 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตลอด 16 สัปดาห์ |
| 6. จำนวนหน่วยกิต | 3 หน่วยกิต |
| 7. จุดมุ่งหมายรายวิชา | <ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใจหลักการและกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 2. มีทักษะในการกำหนดตลาดเป้าหมายและวางแผนการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบการทำงานเป็นทีม
ความมีมนุษยสัมพันธ์และความซื่อสัตย์สุจริต |
| 8. คำอธิบายรายวิชา | ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการลักษณะตลาด
สินค้าและบริการสถานการณ์ทางการตลาดตลาดเป้าหมายช่องทางการจัดจำหน่าย
การขนส่งสินค้าการคลังสินค้ากฎหมายและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย
สินค้าและบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและ
บริการ |

การแบ่งบทเรียน/หัวข้อ

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย 1.1 ความหมายการจัดจำหน่าย 1.2 งานที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่าย 1.3 หน้าที่ทางการตลาดของสถาบันในช่องทางการจัดจำหน่าย 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจำหน่ายและส่วนประสมทางการตลาด 1.5 ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย 1.6 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของการจัดจำหน่าย 1.7 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดจำหน่าย 1.8 การวางแผนการจัดจำหน่ายเพื่อการแข่งขันทางการตลาด	2	8
2	2. หลักการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 2.1 การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย 2.2 โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 2.4 นโยบายช่องทางการจัดจำหน่าย 2.5 สถาบันทางการตลาด 2.6 ปัจจัยในการเลือกคนกลาง	2	8
3	3. ลักษณะตลาดสินค้าและบริการ 3.1 ความรู้เกี่ยวกับสินค้า 3.2 ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค 3.3 ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม 3.4 ความรู้เกี่ยวกับการบริการ 3.5 ประเภทของการบริการ 3.6 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดบริการ	1	4
4	4. สถานการณ์ทางการตลาด 4.1 ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาด 4.2 การวิเคราะห์สถานการณ์การจัดจำหน่าย 4.3 นโยบายการจัดจำหน่าย 4.4 แนวโน้มการจัดจำหน่าย	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
5	5. ตลาดเป้าหมาย 5.1 ความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย 5.2 ตลาดผู้บริโภค 5.3 ตลาดเป้าหมายสินค้าอุตสาหกรรม	1	4
6	6. การขนส่งสินค้า 6.1 ความรู้เกี่ยวกับการขนส่ง 6.2 บทบาทของการขนส่งที่มีต่อการจัดจำหน่าย 6.3 ประเภทของการขนส่ง 6.4 การขนส่งโดยบุคคลที่สาม 6.5 การใช้บริการภายนอกกับการขนส่ง 6.6 ต้นทุนค่าขนส่งสำหรับรูปแบบการขนส่งต่างๆ 6.7 การพิจารณาเลือกวิธีการขนส่ง	2	8
7	7. การคลังสินค้า 7.1 ความรู้เกี่ยวกับคลังสินค้า 7.2 หน้าที่ของคลังสินค้า 7.3 ประเภทของคลังสินค้า 7.4 ทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า 7.5 สินค้าคงคลัง 7.6 การควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่ง 7.7 การควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าปลีก	2	8
8	8. กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 8.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 8.2 องค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	2	8
9	9. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดจำหน่าย 9.1 บทบาทของระบบสารสนเทศในการจัดจำหน่าย 9.2 การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดจำหน่าย 9.3 คุณค่าของระบบคอมพิวเตอร์ที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า 9.4 ระบบ POS(Point of sales) กับประสิทธิภาพในการทำงานของกิจการ	2	8

	9.5 ระบบ RFID: Radio Frequency Identification กับ การจัดจำหน่าย 9.6 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) 9.7 คอมพิวเตอร์กับงานที่เกี่ยวข้อง		
--	---	--	--

จุดประสงค์การสอน

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
1	1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย 1.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายการจัดจำหน่ายได้ 1.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับงานที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายได้ 1.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ทางการตลาดของสถาบันในช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 1.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจำหน่ายและส่วนประสมทางการตลาดได้ 1.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 1.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและวิวัฒนาการของการจัดจำหน่ายได้ 1.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายได้ 1.8 วางแผนการจัดจำหน่ายเพื่อการแข่งขันทางการตลาดได้	2	8
2	2. หลักการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 2.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2.4 วางแผนนโยบายช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 2.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับสถาบันทางการตลาดได้ 2.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกคนกลางได้	2	8
3	3. ลักษณะตลาดสินค้าและบริการ 3.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสินค้าได้ 3.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคได้ 3.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าอุตสาหกรรมได้ 3.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการบริการได้ 3.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของการบริการได้ 3.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวความคิดเกี่ยวกับตลาดบริการได้	1	4

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
4	4. สถานการณ์ทางการตลาด 4.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาดได้ 4.2 วิเคราะห์สถานการณ์การจัดจำหน่ายได้ 4.3 วางนโยบายการจัดจำหน่ายได้ 4.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการจัดจำหน่ายได้	2	8
5	5. ตลาดเป้าหมาย 5.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ 5.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดผู้บริโภคได้ 5.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายสินค้าอุตสาหกรรมได้	1	4
6	6. การขนส่งสินค้า 6.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับการขนส่งได้ 6.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับบทบาทของการขนส่งที่มีต่อการจัดจำหน่ายได้ 6.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของการขนส่งได้ 6.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับการขนส่งโดยบุคคลที่สามได้ 6.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการภายนอกกับการขนส่งได้ 6.6 แสดงความรู้เกี่ยวกับต้นทุนค่าขนส่งสำหรับรูปแบบการขนส่งต่างๆได้ 6.7 แสดงความรู้เกี่ยวกับการพิจารณาเลือกวิธีการขนส่งได้	2	8
7	7. การคลังสินค้า 7.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับคลังสินค้าได้ 7.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของคลังสินค้าได้ 7.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทของคลังสินค้าได้ 7.4 แสดงความรู้เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของคลังสินค้าได้ 7.5 แสดงความรู้เกี่ยวกับสินค้าคงคลังได้ 7.6 วางแผนการควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่งได้ 7.7 วางแผนการควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าปลีกได้	2	8
8	8. กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 8.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการได้	2	8

บทเรียนที่	รายการ	เวลา(ชั่วโมง)	
		ท	ป
	8.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการได้	2	8
9	<p>9. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดจำหน่าย</p> <p>9.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับบทบาทของระบบสารสนเทศในการจัดจำหน่ายได้</p> <p>9.2 ประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดจำหน่ายได้</p> <p>9.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของระบบคอมพิวเตอร์ที่มีต่อช่องทางทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าได้</p> <p>9.4 ประยุกต์ใช้ระบบ POS(Point of sales) กับประสิทธิภาพในการทำงานของกิจการได้</p> <p>9.5 ประยุกต์ระบบ RFID: Radio Frequency Identification กับการจัดจำหน่ายได้</p> <p>9.6 ประยุกต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ได้</p> <p>9.7 ประยุกต์คอมพิวเตอร์กับงานที่เกี่ยวข้องได้</p>	2	8

การประเมินผลรายวิชา

รายวิชานี้แบ่งเป็น 9 หน่วย แยกได้ 9 บทเรียน การวัดและประเมินผลรายวิชาจะดำเนินการ ดังนี้

1. วิธีการ
 - ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผลแยกเป็น 3 ส่วนโดยแบ่งแยกคะแนนแต่ละส่วนจากคะแนนเต็ม ทั้งรายวิชา 100 คะแนนดังนี้
 - 1.1 ผลงานที่มอบหมาย 40 คะแนน หรือร้อยละ 40
 - 1.2 พิจารณาจากจิตพิสัย ความตั้งใจ และการเข้าร่วมกิจกรรม 10 คะแนน หรือร้อยละ 10
 - 1.3 การทดสอบแต่ละหน่วยเรียน 50 คะแนน หรือร้อยละ 50
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 ชื่อบทเรียน	คะแนนรายหน่วย	น้ำหนักคะแนน				
			พุทธิพิสัย				ทักษะพิสัย
			ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	สูงกว่า	
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย	10	2	2	2	1	3
2	หลักการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	10	2	2	2	1	3
3	ลักษณะตลาดสินค้าและบริการ	10	2	2	2	1	3
4	สถานการณ์ทางการตลาด	10	2	2	2	1	3
5	ตลาดเป้าหมาย	10	2	2	2	1	3
6	การขนส่งสินค้า	10	2	2	2	1	3
7	การคลังสินค้า	10	2	2	2	1	3
8	กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	10	2	2	2	1	3
9	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดจำหน่าย	10	2	2	2	1	3
ก	คะแนนภาควิชาการ	50	18	18	18	9	27
ข	คะแนนภาคผลงาน	40					
ค	คะแนนจิตพิสัย	10					
	รวมทั้งสิ้น	100					

กำหนดการสอน

สัปดาห์ที่	วัน / เดือน	คาบที่	รายการสอน	หมายเหตุ
1	5 พ.ย. 2561 7 พ.ย. 2561	1-4 5	1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย 1.1 ความหมายการจัดจำหน่าย 1.2 งานที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่าย 1.3 หน้าที่ทางการตลาดของสถาบันในช่องทางการจัดจำหน่าย 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดจำหน่ายและส่วนประสมทางการตลาด	
2	12 พ.ย. 2561 14 พ.ย. 2561	1-4 5	1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย(ต่อ) 1.5 ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย 1.6 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของการจัดจำหน่าย 1.7 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดจำหน่าย 1.8 การวางแผนการจัดจำหน่ายเพื่อการแข่งขันทางการตลาด	
3	19 พ.ย. 2561 21 พ.ย. 2561	1-4 5	2. หลักการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 2.1 การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย 2.2 โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย	
4	26 พ.ย. 2561 28 พ.ย. 2561	1.4 5	2. หลักการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ(ต่อ) 2.4 นโยบายช่องทางการจัดจำหน่าย 2.5 สถาบันทางการตลาด 2.6 ปัจจัยในการเลือกคนกลาง	
5	3 ธ.ค. 2561 5 ธ.ค. 2561	1-4 5	3. ลักษณะตลาดสินค้าและบริการ 3.1 ความรู้เกี่ยวกับสินค้า 3.2 ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค 3.3 ตลาดสินค้าอุตสาหกรรม 3.4 ความรู้เกี่ยวกับการบริการ 3.5 ประเภทของการบริการ 3.6 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดบริการ	
6	10 ธ.ค. 2561		หยุดชดเชยวันคล้ายวันเฉลิมพระชนมพรรษา พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช	
7	17 ธ.ค. 2561	1-4	4. สถานการณ์ทางการตลาด 4.1 ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการตลาด	

			4.2 การวิเคราะห์สถานการณ์การจัดจำหน่าย 4.3 นโยบายการจัดจำหน่าย 4.4 แนวโน้มการจัดจำหน่าย	
8	19 ธ.ค. 2561	5		
	24 ธ.ค. 2561	1-4	5. ตลาดเป้าหมาย 5.1 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายได้ 5.2 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดผู้บริโภคได้ 5.3 แสดงความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมายสินค้าอุตสาหกรรมได้	
	26 ธ.ค. 2561	5		
9	31 ธ.ค. 2561		หยุดชดเชยวันส่งท้ายปีเก่า	
10	7 ม.ค. 2562		สอบกลางภาค(เลื่อนสอบ)	
11	14 ม.ค. 2562	1-4	6. การขนส่งสินค้า 6.1 ความรู้เกี่ยวกับการขนส่ง 6.2 บทบาทของการขนส่งที่มีต่อการจัดจำหน่าย 6.3 ประเภทของการขนส่ง 6.4 การขนส่งโดยบุคคลที่สาม 6.5 การใช้บริการภายนอกกับการขนส่ง 6.6 ต้นทุนค่าขนส่งสำหรับรูปแบบการขนส่งต่างๆ 6.7 การพิจารณาเลือกวิธีการขนส่ง	
	16 ม.ค. 2562	5		
12	21 ม.ค. 2562	1-4	7. การคลังสินค้า 7.1 ความรู้เกี่ยวกับคลังสินค้า 7.2 หน้าที่ของคลังสินค้า 7.3 ประเภทของคลังสินค้า 7.4 ท่าเลที่ตั้งของคลังสินค้า	
	23 ม.ค. 2562	5		
13	28 ม.ค. 2562	1-4	7. การคลังสินค้า(ต่อ) 7.5 สินค้าคงคลัง 7.6 การควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าส่ง 7.7 การควบคุมสินค้าคงคลังของธุรกิจค้าปลีก	
	30 ม.ค. 2562	5		
14	4,6 ก.พ. 2562	1-5	8. กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ 8.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	
15	11,13 ก.พ. 2562	1-5	8. กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ(ต่อ) 8.2 องค์การที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ	
16	18 ก.พ. 2562	1-4	9. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดจำหน่าย	

	20 ก.พ. 2562	5	<p>9.1 บทบาทของระบบสารสนเทศในการจัดจำหน่าย</p> <p>9.2 การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดจำหน่าย</p> <p>9.3 คุณค่าของระบบคอมพิวเตอร์ที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า</p> <p>9.4 ระบบ POS(Point of sales) กับประสิทธิภาพในการทำงานของกิจการ</p>	
17	25 ก.พ. 2562	1-4	<p>9. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการจัดจำหน่าย(ต่อ)</p> <p>8.5 ระบบ RFID: Radio Frequency Identification กับการจัดจำหน่าย</p> <p>8.6 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)</p> <p>8.7 คอมพิวเตอร์กับงานที่เกี่ยวข้อง</p>	
18	4-8 มี.ค. 2562		สอบปลายภาค	

บรรณานุกรม

วาริชฐา เนียมนุ่มและคณะ. 2557. การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ. พิมพ์ครั้งที่1. จังหวัดนนทบุรี:สำนักพิมพ์
เอ็มพันธ์