



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)
ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559

รหัสวิชา 3642101 ชื่อรายวิชา หลักการตลาด
ตอนเรียน I1, L1 นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ
รหัส 59

อาจารย์ผู้สอน

ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา

ดร.ภัทรพร ทิมแดง

อาจารย์ผู้ประสานงานรายวิชา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูซังค์ เมนะสินธุ์

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

คำนำ

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด (Principles of Marketing) รหัสวิชา 3642101 เป็นการ
จัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาหลักการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการธุรกิจค้าปลีก ในหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทาง
การตลาดระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด
ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัด
จำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ
จรรยาบรรณของนักการตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและ
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา
จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการ
ค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จาก
รายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

ผู้จัดทำ

สิงหาคม 2559

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	24
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	25

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- 1. รหัสและชื่อรายวิชา
3642101 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
- 2. จำนวนหน่วยกิต
3 (3-0-6) หน่วยกิต
- 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ
 - 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาแกน
- 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูษงค์ เมนะสินธุ์

- 4.2 อาจารย์ผู้สอน
1. ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา
 2. ดร.ภัทรพร ทิมแดง
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1/2559 ชั้นปีที่ 1
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
- 9.1 วันที่จัดทำ 10 สิงหาคม 2559
 - 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด -

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาทางการตลาด
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้นักศึกษานำเอาความรู้และหลักทฤษฎีทางการตลาดมาประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถอธิบายถึงแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการตลาดได้
2. เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันได้
3. เพื่อให้นักศึกษาทราบถึงกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ที่สำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จตามยุคสมัย

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดพื้นฐาน หน้าที่ทางการตลาด กระบวนการหลักการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดการวิจัยการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้า การส่งเสริมการตลาด การตลาดเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จรรยาบรรณของนักการตลาด

Basic concepts and marketing responsibility; principles of marketing process; marketing environment; marketing information system and marketing research; consumer behavior; market segmentation; targeting; product positioning; product management, pricing, marketing channels, physical distribution, promotion, social and environmental marketing; marketers' codes of conduct.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่คุณเรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้
- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

(1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

(2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

(3) มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

(4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการ ปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของ มหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงาน ของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

(1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของแนวคิด ทฤษฎี หลักการและ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

(2) มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถบูรณาการและนำมา ประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

(3) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านธุรกิจระหว่างประเทศ รวมทั้งมีความเข้าใจในผลกระทบในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประเทศและสังคมโลกอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาหลักการตลาด

- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) ฝึกวิเคราะห์กรณีศึกษา การทำรายงานกลุ่ม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย
- (2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (3) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ เช่นแบบฝึกหัด ทบทวน เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสืบค้น แสวงหาความรู้และประเมินข้อมูลเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตและทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปของโลกและธุรกิจ
- (2) มีความคิด คิดอย่างสร้างสรรค์ อย่างมีวิจารณญาณและเป็นระบบ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไปได้อย่างเหมาะสม
- (3) สามารถคิดค้น วางแผน วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ

3.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาหลักการตลาด
- (2) สอนโดยการใช้กรณีศึกษาทางด้านการตลาด ในสถานการณ์ปัจจุบัน
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาฝึกการสืบค้นข้อมูลและจัดทำรายงานทางด้านการตลาดที่ได้รับมอบหมาย

3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย
- (2) ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา
- (3) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (4) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้า สามารถแก้ไขปัญหาทางด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

(1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายทั้งในฐานะผู้นำและผู้ตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งของตนเองและส่วนรวม พร้อมทั้งช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ

(3) มีมนุษยสัมพันธ์สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์การและทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

4.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ

(2) มอบหมายงาน / กิจกรรม / กรณีศึกษา / รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่าง ๆ / รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

(1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางธุรกิจและชีวิตประจำวัน

(2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน และมีรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม

(3) สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อเพื่อการสื่อสาร ค้นคว้า ประมวลผล และสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website สื่อการสอน e-learning และการทำรายงาน โดยมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือ

(2) กำหนดให้นักศึกษานำเสนอผลงาน /รายงานที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงานที่ได้รับมอบหมาย

(2) ประเมินจากผลการสืบค้น เทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	<p>แนะนำบทเรียนและรายละเอียดในการจัดการเรียนการสอน หนังสือเรียน และเกณฑ์การวัดผลความหมาย</p> <p>ความสำคัญและแนวคิดทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของตลาด - วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหา รายวิชา จุดประสงค์ และเป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และ website เพิ่มเติม 2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 3. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ วิวัฒนาการแนวคิดทางการตลาด 	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<p>4. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>5. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ไปงาน</p>	
2	<p>ความหมาย</p> <p>ความสำคัญและ</p> <p>แนวคิดทางการตลาด</p> <p>- แนวคิดหลักทาง การตลาด</p> <p>- ความหมายของการ จัดการการตลาด</p> <p>- กระบวนการจัดการ การตลาด</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็น ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระ การเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ไปงาน</p>	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
3	สภาพแวดล้อมทางการตลาด - สภาพแวดล้อมภายนอก - สภาพแวดล้อมภายใน - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	3	กิจกรรมการเรียนรู้ 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	(1),(2)
4	สภาพแวดล้อมทางการตลาด - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์ SWOT - ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT	3	กิจกรรมการเรียนรู้ 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา SWOT เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<p>กัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	
5	<p>การแบ่งส่วนตลาด การ กำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนด ตำแหน่งทางการตลาด</p> <p>- ขั้นตอนการแบ่งส่วน ตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมาย และการ กำหนดตำแหน่งทางการ ตลาด</p> <p>- การแบ่งส่วนตลาด</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็น ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระ การเรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน</p>	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	
6	การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน - การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา STP เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	(1),(2)
7	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยการตลาด - ระบบสารสนเทศสำหรับการวิจัย	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบสารสนเทศทางการตลาด - การวิจัยตลาด - กระบวนการวิจัยการตลาด 		<ol style="list-style-type: none"> 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม กำหนดปัญหาการวิจัย มา 1 หัวข้อ พร้อมวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย <p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน 	
8	<p>พฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมผู้บริโภค - แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อ 	3	<p>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา 6 W 1 H ของสินค้าในธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย 	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ไปงาน	
9	ผลิตภัณฑ์ - ความหมายของ ผลิตภัณฑ์ - ระดับของผลิตภัณฑ์ - ลำดับชั้นของผลิตภัณฑ์ - ประเภทของผลิตภัณฑ์ - ส่วนประสมผลิตภัณฑ์	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ ลักษณะระดับผลิตภัณฑ์ จากกรณีศึกษาทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาคำนวณหาส่วนประสมผลิตภัณฑ์ทางธุรกิจ เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 4. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	
10	ผลิตภัณฑ์ - ตราผลิตภัณฑ์ - การบรรจุภัณฑ์ - ป้ายฉลาก - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ผลิตภัณฑ์ใหม่ - กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิดฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	(1),(2)
11	ราคา - แนวความคิดเรื่องราคา - ความสำคัญของราคา - ขั้นตอนการตั้งราคา - การกำหนดนโยบายราคาและกลยุทธ์ราคา	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาคำนวณการ	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			กำหนดราคาโดยวิธีต่างๆ 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	
12	ช่องทางการจัดจำหน่าย - ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย - ความจำเป็นของคนกลางทางการตลาด - หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดองค์การของช่องทางการจัดจำหน่าย - การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของช่องทางการจัดจำหน่าย - การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่าย - การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - การกระจายสินค้าและการจัดการโลจิสติกส์ทาง	3	กิจกรรมการเรียนรู้ 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย ของธุรกิจในปัจจุบัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	(1),(2)

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	ธุรกิจ			
13	การส่งเสริมการตลาด - ความหมายและ ความสำคัญของการ ส่งเสริมการตลาด - กระบวนการสื่อสาร - วัตถุประสงค์ของการ ส่งเสริมการตลาด - เครื่องมือการส่งเสริม การตลาด - การกำหนดงบประมาณ การส่งเสริมการตลาด - ปัจจัยที่ใช้ในการ ตัดสินใจเลือกเครื่องมือ การส่งเสริมการตลาด	3	กิจกรรมการเรียนรู้ 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียน มีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็น ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระ การเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน 4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด 2. สื่อการสอน Power point 3. ใบงาน	(1),(2)
14	การส่งเสริมการตลาด - การโฆษณา - การส่งเสริมการขาย - การขายโดยบุคคล - การประชาสัมพันธ์ - การตลาดทางตรง	3	กิจกรรมการเรียนรู้ 1.การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมี ส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้ 2. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม วิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารการตลาดแบบ ประสมประสาน พร้อม นำเสนอหน้าชั้นเรียน 3. ให้นักศึกษาทำคำถาม	(1),(2)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			<p>ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. ใบงาน</p>	
15	<p>การตลาดเพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม และ ความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กร</p> <p>- การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม</p> <p>- ความรับผิดชอบต่อ สังคมขององค์กร</p> <p>- ความสัมพันธ์ของ การตลาดเพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม และความ รับผิดชอบต่อสังคมของ องค์กร (CSR)</p> <p>- ปัจจัยที่มีอิทธิพลและ สันับสนุนต่อการตลาด เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>- กิจกรรมในการตลาด เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</p> <p>- จริยธรรมและ จรรยาบรรณในการ จัดการการตลาด</p> <p>- จรรยาบรรณของนักการ</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนรู้การสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมี ส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้</p> <p>2. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษา เพื่อฝึกคิด ฝึกวิเคราะห์ และแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษาทำคำถาม ทบทวนท้ายบทเรียน</p> <p>4. เปิดโอกาสให้นักศึกษา อภิปรายและซักถามใน ประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักการตลาด</p> <p>2. สื่อการสอน Power point</p> <p>3. วิดีทัศน์ เรื่องจริยธรรมและ จรรยาบรรณทางการตลาด</p> <p>4. ใบงาน</p>	(1),(2)

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	ตลาด การนำเสนอผลงาน			

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย	(1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. กิจกรรม/งานที่ได้รับมอบหมาย	(1.2) (1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2) (5.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน/กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติ ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่นแบบฝึกหัดทบทวน เพื่อวัด	1-15	15%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
		<p>ความเข้าใจของนักศึกษา</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม</p> <p>5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</p>		
3. การวิเคราะห์กรณีศึกษา	(1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2) (5.3)	<p>1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</p> <p>2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>3. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม</p> <p>5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</p>	1-15	15%
4. รายงานและการนำเสนอ	(1.2) (1.3) (2.2) (3.2) (4.1) (4.2)	<p>1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การ</p>	1-14 15	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
	(5.3)	<p>ส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย</p> <p>2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย</p> <p>3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล</p> <p>4. ประเมินจากรายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน</p> <p>5. ประเมินจากการนำเสนอผลงาน (กลุ่ม) หน้าชั้นเรียน การเป็นผู้นำและผู้ตามในการอภิปรายซักถาม ตลอดจนการใช้ความคิดแก้ไขปัญหาทางธุรกิจค้าปลีกได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ประเมินจากผลการสืบค้นเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม</p>		
5. สอบปลายภาค	(2.2) (3.2)	1. ประเมินจากการสอบปลายภาคโดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทักษะการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. (2557). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ. (2543) **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

2.2 ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

2.3 หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กทางการตลาด

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

3.1 <http://www.marketeer.co.th/>

3.2 <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียน

3. การปรับปรุงการสอน

- การทำวิจัยในชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

-ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

-ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ