

รายละเอียดรายวิชาการตลาดท้องถิ่น

ชื่อ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
สถาบันอุดมศึกษา	
คณะ/สาขาวิชา	คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
3542102 การตลาดเพื่อท้องถิ่น
Local Marketing
2. จำนวนหน่วยกิต
3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตร การบริหารธุรกิจบัณฑิต
 - 3.2 ประเภทของรายวิชาเฉพาะด้านเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน
 - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้สอน : อาจารย์พิชามณูช เลิศวัฒน์พรชัย
 - 4.2 กลุ่มเรียน : 56/83
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2/2558 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

4 สิงหาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษารู้ถึงความหมาย ความสำคัญ แนวคิด และปรัชญาการตลาด ระบบการตลาด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางการตลาด

2. เพื่อให้ นักศึกษารู้ถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดท้องถิ่น

3. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดได้

4. เพื่อให้ นักศึกษาค้นหาศักยภาพของชุมชน เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาด ในการตอบสนองความต้องการของตลาดท้องถิ่น และพร้อมพัฒนาสู่สากล

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ค้นหา ศักยภาพของชุมชน เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาด ในการตอบสนอง ความต้องการของตลาดท้องถิ่น และพร้อมพัฒนาสู่สากล

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมตาม ความต้องการของ นักศึกษาเฉพาะ กลุ่ม	ไม่มีการฝึก ปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วย ตนเอง 6 ชั่วโมงต่อ สัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการ แก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตามวันเวลาที่นักศึกษาลงทะเบียน และแจ้งให้ นักศึกษาทราบตั้งแต่ชั่วโมงแรกของการสอน บางกรณีอาจจัดเวลาให้ คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามนัดหมายของนักศึกษา
- ถ้านักศึกษาต้องการ เอกสารที่เป็น MS PowerPoint นักศึกษาสามารถ Download ได้ที่ Facebook ของห้อง

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความเสียสละความซื่อสัตย์ สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจทั้งต่อบุคคล องค์กร และสังคม

1.2 วิธีการสอน

- สอดแทรกประเด็นทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นในแวดวงธุรกิจพร้อมทั้งให้ช่วยกันวิเคราะห์ผลกระทบ
- ชี้แจงและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเคารพในกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัย เช่น การเข้าชั้นเรียน การตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด และ ยกย่องชื่นชมผู้ที่มีความเสียสละหรือให้รางวัลตามโอกาสที่เหมาะสม
- ให้ศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดในการวิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรม
- ประเมินพฤติกรรมของผู้เรียน
- ประเมินจากแนวคิด/ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในสาขาวิชา
- มีความสามารถในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัยถึงการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความรู้ใหม่ๆ ทางการตลาด

2.2 วิธีการสอน

- บรรยาย / จัดกิจกรรม โดยผสานทฤษฎีและประสบการณ์

- ให้นักคว่ำบาทความและข้อมูลความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดตามหัวข้อที่มอบหมาย

2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาคและถาม-ตอบ
- ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า และการตอบคำถาม

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและอย่างเป็นระบบ
- สามารถศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาตอบคำถามปัญหาการตลาดที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดและเหตุผลในการตอบคำถาม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น
- มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ
- วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และ ความรับผิดชอบ

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายรายงานกลุ่ม
- ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน

4.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับโอกาส และวาระ
- สามารถใช้ความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวลผลการแปล และการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาทำรายงานและนำเสนอ
- ให้นักศึกษาทำวิจัย

5.3 วิธีการประเมินผล

- ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา
- ประเมินจากผลงานการวิจัย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	พบเพื่อแจกแผนการสอน ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ และกำหนดกติกาในการเรียน การสอน	3	- อาจารย์อธิบาย แนะนำรายวิชา และทำความเข้าใจระเบียบปฏิบัติในการเรียน - แจกแนวการจัดการเรียนรู้	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

2	ลักษณะทั่วไปของการตลาดท้องถิ่น - ความหมายของการตลาดท้องถิ่น - องค์ประกอบของกลยุทธ์ - กระบวนการกลยุทธ์การตลาด	3	- บรรยาย - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั้งค้นคว้า - สั้งรายงาน - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
3	แนวความคิดทางการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด - แนวความคิดทางการตลาด - การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด - การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั้งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

สัปดาห์ที่	สัปดาห์ที่	จำนวน ชั่วโมง	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด
4	การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด - ความหมาย การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - กลยุทธ์การเลือกตลาดเป้าหมาย - การแบ่งส่วนตลาด - กลยุทธ์การวางผลิตภัณฑ์	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

	ในตลาด			
5	<p>การวิเคราะห์ผู้บริโภครและพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์ผู้บริโภคร - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อ - การศึกษากระบวนการซื้อของผู้บริโภคร - แรงจูงใจ 	3	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย - ยกตัวอย่าง - นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - สั้งค้นคว้า - Power Point 	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
6	<p>การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> -อ ง ค์ ป ระ ก อ บ ข อ ง ผลิตภัณฑ์ - กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค - กลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าอุตสาหกรรม - กลยุทธ์ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ 	3	<ul style="list-style-type: none"> บรรยาย - ยกตัวอย่าง - นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - สั้งค้นคว้า - Power Point 	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
7	<p>กลยุทธ์ด้านราคาและนโยบายราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ในการตั้งราคา - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา - นโยบายและกลยุทธ์ในการกำหนดราคา - วิธีการกำหนดราคา 	3	<ul style="list-style-type: none"> -บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั้งค้นคว้า - Power Point 	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

สัปดาห์ที่	สัปดาห์ที่	จำนวน ชั่วโมง	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด
8	กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย - วัตถุประสงค์ในการจัดจำหน่าย - ประโยชน์ของการจัดจำหน่าย - ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย - กลยุทธ์การกระจายสินค้า	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สังคั่นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
9	สอบกลางภาค	3	ข้อสอบ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
10	การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ - การวางแผนการบริหารทางธุรกิจ - กระบวนการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ - แผนการตลาด - การวางแผนเชิงกลยุทธ์ในองค์การมุ่งเน้นที่ตลาด	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สังคั่นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
11	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน (ต่อ)	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สังคั่นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

12	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน (ต่อ)	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
13	- สรุปเนื้อหาวิชากลยุทธ์การตลาด - สิ่งที่ได้รับจากการเรียนและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต - อธิบายระเบียบปฏิบัติในการสอบ	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
14	นำเสนอรายงาน ครั้งที่ 2	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
15	นำเสนอรายงาน ครั้งที่ 2	3	- นักศึกษาซักถามข้อสงสัย	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
16	สอบปลายภาค	3	ข้อสอบ	คกก.

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัดส่วนที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	สอบ - สอบกลางภาค - สอบปลายภาค8-	30%

		9...1 6..... ...	40%
(2)	การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาค เรียน	10%
(3)	การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดง ความคิดเห็นในชั้นเรียน ถาม-ตอบ	ตลอดภาค เรียน	5%
(4)	วิเคราะห์กรณีศึกษาและการ นำเสนอ1 2.....	10%
(5)	การค้นคว้าและนำเสนอ รายงาน1 5.....	5%
(6)	อื่นๆ-	-

เกณฑ์การประเมินผล

80 % ขึ้นไป	ระดับ 60 - 64.9 %	ระดับคะแนน
คะแนน A	C	
75 - 79.9 %	ระดับ 55 - 59.9 %	ระดับคะแนน
คะแนน B ⁺	D ⁺	
70 - 74.9 %	ระดับ 50 - 54.9 %	ระดับคะแนน
คะแนน B	D	
65 - 69.9 %	ระดับ ต่ำกว่า 50 %	ระดับคะแนน

คะแนน C+

E

เรียนการสอน

<p>1. เอกสารและตำราหลัก</p> <p>สมใจ บุญทานนท์ . 2556. การตลาดเพื่อท้องถิ่น . นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.</p>
<p>2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ</p> <p>web page iGoogle และ facebook</p>
<p>3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ</p> <p>นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับ การตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของ หน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม ธนาकारพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันเพิ่ม ผลิตแห่งชาติ พร้อม Clip จาก http://www.youtube.com/ รายการวิทยุ และโทรทัศน์</p>
<p>หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา</p>
<p>1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา</p> <p>- การสนทนาระหว่างผู้สอนและผู้เรียน</p>

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

<ul style="list-style-type: none"> - การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน - แบบประเมินผู้สอน จาก http://reg2.npru.ac.th/registrar/home.asp
<p>2. กลยุทธ์การประเมินการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบประเมินผู้สอนโดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการ - ผลการสอบ - การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้
<p>3. การปรับปรุงการสอน</p> <p>ผู้สอนนำผลการประเมินและความเห็นของนักศึกษามาวิเคราะห์ ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษาเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน</p>
<p>4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละรายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน</p>
<p>5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</p> <p>จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้นักศึกษา