

รายละเอียดรายวิชาหลักการตลาด

ชื่อ _____ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
สถาบันอุดมศึกษา _____

คณะ/สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3541101 หลักการตลาด

Principles of Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร การบริหารธุรกิจบัณฑิต

3.2 ประเภทของรายวิชาพื้นฐาน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
สมใจ บุญทานนท์

4.2 กลุ่มเรียน : 57/47, 57/46

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2557 ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

สิงหาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1.1 เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้การตลาดในระดับสูง

1.2 เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดและสามารถปรับใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวัน

1.3 เพื่อให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของการตลาดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน มีความคิด ความเข้าใจและสนใจในการประกอบอาชีพส่วนตัว

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาถึงความหมาย วิวัฒนาการ แนวคิดและความสำคัญของการตลาดสภาพแวดล้อมทางการตลาด ระบบข้อมูลการตลาด การแบ่งส่วนการตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

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. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตามวันเวลาที่นักศึกษาลงทะเบียน และแจ้งให้นักศึกษาทราบตั้งแต่ชั่วโมงแรกของการสอน บางกรณีอาจจัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามนัดหมายของนักศึกษา
- ถ้านักศึกษาต้องการ เอกสารที่เป็น MS PowerPoint นักศึกษาสามารถ Download ได้ที่ E-mail address: mktgnpru@gmail.com (Password: mktg1234) หรือมีปัญหาคือถามได้ใน Line กลุ่ม

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความเสียสละความซื่อสัตย์สุจริต
- 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 ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในสาขาวิชาการตลาด
- มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบายสถานการณ์ทางการตลาดได้ รวมทั้งสามารถ

ประยุกต์ความรู้ทางทฤษฎีมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

2.2 วิธีการสอน

- ประเมินจากการสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาคและถาม-ตอบ - ให้อตอบคำถามตามกรณีศึกษาที่กำหนด 2.3 วิธีการประเมินผล - ประเมินจากการสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค และถาม-ตอบ - ประเมินจากการพิจารณาแนวการวิเคราะห์
3. ทักษะทางปัญญา 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา - คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ - สามารถศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม 3.2 วิธีการสอน - ให้นักศึกษาตอบคำถามปัญหาการตลาดที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ - ให้อวิเคราะห์กรณีศึกษา 3.3 วิธีการประเมินผล - ประเมินจากแนวคิดและเหตุผลในการตอบคำถาม
4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา - เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น 4.2 วิธีการสอน - มอบหมายรายงานกลุ่ม - ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน 4.3 วิธีการประเมินผล - สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

6. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการดำเนินชีวิต และปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

- สามารถติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

5.2 วิธีการสอน

- ฝึกการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลตามหลักคณิตศาสตร์
- ให้นักศึกษาทำรายงาน/ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า การตอบคำถาม การคว่ำต่างๆ
- ประเมินคุณภาพรายงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	พบเพื่อแจกแผนการสอน ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ และกำหนดกติกาในการเรียน-สอน	3	แผนการสอน การตกลงกติกา เช่นการตรงเวลา อ่านล่วงหน้า ก่อนเรียนครั้งละ 1 บท	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
2	1. บทนำการตลาด	3	- บรรยาย	ผศ. ดร.สมใจ

	ความหมายของตลาดและการตลาด ประเภทของการตลาด หน้าที่การตลาด ประโยชน์ของการตลาด วิวัฒนาการ แนวคิดการตลาด งาน ของนักการตลาด กลยุทธ์การตลาด สรุป คำถามทบทวน		- ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - สั่งค้นคว้า - สั่งรายงาน - Ppt	บุญทานนท์
3	2. สภาวะแวดล้อมทางการตลาด - ค ว า ม ห ม า ย ข อ ง สิ่งแวดลอมการตลาด - สิ่งแวดล้อมภายใน - สิ่งแวดล้อมภายนอก - สรุป-ถามทบทวน	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - สั่งค้นคว้า - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
สัปดาห์ ที่	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/ รายละเอียด
4	3. ระบบตลาด ระบบ สารสนเทศการตลาดและการ วิจัยการตลาด ความหมาย ประโยชน์และ องค์ประกอบของ สารสนเทศการตลาด การ วิจัยการตลาด ขอบเขต การวิจัยการตลาด กระบวนการวิจัยการตลาด สรุป ถามทบทวน	3	- บรรยาย - ดู YouTube (Titanic Tragedy) - ตั้งคำถามให้ ตอบ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
5	4. ส่วนแบ่งการตลาดและ การเลือกตลาดเป้าหมาย เพื่อการตอบสนอง	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

	ตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมาย แนวคิดในการ แบ่งส่วนตลาด ประโยชน์ ของการแบ่งส่วนตลาด เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด ผู้บริโภค เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด อุตสาหกรรม ส่วนแบ่งตลาดที่ดี การ เลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ สรุป ถาม ทบทวน		- ตั้งคำถามให้ ตอบ - ลังคั่นคว่ำ - Ppt	
6	5. พฤติกรรมผู้ซื้อที่มีผลต่อ การตอบสนองความต้องการ ความหมายของพฤติกรรมผู้ ซื้อ ประโยชน์ของ การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อ การศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อ ตัวแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ บทบาทในการซื้อ พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาด สินค้าอุตสาหกรรม สรุป คำถามทบทวน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - ลังคั่นคว่ำ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
7	6.1 รายละเอียดเกี่ยวกับการ การกำหนดผลิตภัณฑ์เพื่อ การจัดจำหน่าย ความหมายของผลิตภัณฑ์ ระดับผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะผลิตภัณฑ์ การกำหนดตราสินค้า การ	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - ลังคั่นคว่ำ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

	บรรจุภัณฑ์ การติดฉลาก บริการ สนับสนุนผลิตภัณฑ์			
--	--	--	--	--

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการ เรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
8	6.2 รายละเอียดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ (ต่อ) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์ สรุป คำถาม ทบทวน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
9	สอบกลางภาค	3	ข้อสอบ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
10	7.1 รายละเอียดเกี่ยวกับการ กำหนดราคา ลักษณะทั่วไป ของ ราคา ความสำคัญของราคา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการ กำหนดราคา	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
11	7.2 รายละเอียดเกี่ยวกับการ กำหนดราคา (ต่อ) ขั้นตอนการกำหนดราคา การ ปรับราคา สรุป คำถามทบทวน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
12	8.3 รายละเอียดเกี่ยวกับการ จัดจำหน่าย ความหมายการจัดจำหน่าย	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า บริโภค ช่องทางการจำหน่ายสินค้า อุตสาหกรรม โลจิสติกส์ การค้าส่ง การค้า ปลีก สรุปคำถามทบทวน		ตอบ - Ppt	
13	9. รายละเอียดเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการตลาด ความหมาย การส่งเสริม การตลาด ความสำคัญของการส่งเสริม การตลาด วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม การตลาด ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด การพิจารณา งบประมาณสำหรับการส่งเสริม การตลาด สรุป คำถาม ทบทวน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
14	10. การวางแผนดำเนินการ ทางการตลาด กระบวนการบริหาร ก า ร วางแผนการตลาด แนวคิดในการเริ่มต้นดำเนิน ธุรกิจ ข้อคิดทางการตลาด สรุป คำถามทบทวน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ ตอบ - สังคั่นคว่า - Ppt	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการ เรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
15	สรุป	3	บรรยาย	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

16	สอบปลายภาค	3	ข้อสอบ	คกก.
----	------------	---	--------	------

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัปดาห์ที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	สอบ - สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	8- 9...1 6..... ...	30% 40%
(2)	การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	10%
(3)	การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ถาม-ตอบ	ตลอดภาคเรียน	5%
(4)	การค้นคว้าและนำเสนอรายงาน	1 2.....	10%
(5)	การทำงานกลุ่มและผลงาน	1 4.....	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	

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

สมใจ บุญทานนท์. 2555. หลักการตลาด. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

web page iGoogle และ e-mail address: mktgnpru@gmail.com

(Password: mktg1234)

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับ การตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของ หน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ Positioning BrandAge Marketeer American Management Association (AMA) Monash University รายการวิทยุและ วิทยุโทรทัศน์

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนาระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน จาก <http://reg2.npru.ac.th/registrar/home.asp>

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- แบบประเมินผู้สอนโดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการ
- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

ผู้สอนนำผลการประเมินและความเห็นของนักศึกษามาวิเคราะห์ ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษาเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมในการ ปรับปรุงการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละ รายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของ รายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้นักศึกษา