รายละเอียดรายกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

คณะ/สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3543103 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Marketing Strategy for Small and Medium Enterprises

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร การบริหารธุรกิจบัณฑิต

3.2 ประเภทของรายวิชาเฉพาะด้านเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้สอน : อาจารย์พิชามญชุ์ เลิศวัฒนพรชัย

4.2 กลุ่มเรียน : 16.10

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 3/2558 ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

เมษายน 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ทางการตลาดในระดับสูง
2. เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีเป็นส่วนใหญ่ในประเทศไทย
3. เพื่อให้นักศึกษาเห็นความสำคัญของการตลาด มีความคิด ความเข้าใจและสนใจในการประกอบอาชีพส่วนตัว

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ รูปแบบการดำเนินงานและการกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภท

ต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสและการแข่งขันทางการตลาดรวมถึงจรรยาบรรณของผู้ประกอบการ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตามวันเวลาที่นักศึกษาลงทะเบียน และแจ้งให้นักศึกษาทราบตั้งแต่ชั่วโมงแรกของการสอน บางกรณีอาจจัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามนัดหมายของนักศึกษา
- ถ้านักศึกษาต้องการ เอกสารที่เป็น MS PowerPoint นักศึกษาสามารถ Download ได้ที่ Facebook ของห้อง

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

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

- มีความสามารถในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัยเล็งเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความรู้ใหม่ๆ ทางการตลาด
- สามารถบูรณาการความรู้การตลาดกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2 วิธีการสอน

- ให้ค้นคว้าบทความและข้อมูลความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดตามหัวข้อที่มอบหมาย
- มอบหมายให้นักศึกษาทำโครงงาน/ รายงานการตลาด

2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า และการตอบคำถาม
- ประเมินจากความสำเร็จของโครงงาน/ รายงานการตลาด

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- กำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับภาพอนาคตและแนวทางความเป็นไปได้ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด

3.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาตอบคำถามปัญหาการตลาดที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ
- ให้นักศึกษาวางแผนการตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดและเหตุผลในการตอบคำถาม
- ประเมินจากความเป็นไปได้ของแผน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทผู้นำหรือผู้ร่วมทีมงาน
- มีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเอง วิชาชีพ องค์กร และสังคมอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายรายงานกลุ่ม
- ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน
- ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบ

4.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สามารถติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

5.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาทำรายงาน/ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินคุณภาพรายงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	พบเพื่อแจกแผนการสอน ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ และกำหนดกติการในการเรียน การสอน	3	- อาจารย์อธิบายแนะนำรายวิชาและทำความเข้าใจระเบียบปฏิบัติในการเรียน - แจกแนวการจัดการเรียนรู้	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

2	ความหมาย ความสำคัญของ SMEs ปัญหาและข้อจำกัดของ SMEs แนวทางการพัฒนาการปรับตัวเพื่อการแข่งขันเมื่อเข้าสู่ AEC	3	- บรรยาย - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - สั่งรายงาน - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
3	พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (พ.ศ. 2543)	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

สัปดาห์ที่	สัปดาห์ที่	จำนวนชั่วโมง	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด
4	-การแบ่งประเภท SMEs -หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ SMEs -รูปแบบธุรกิจ SMEs	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
5	กฎระเบียบและวิธีการจัดตั้งธุรกิจ **SMEs**	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
6	การเลือกทำเลที่ตั้ง การวางผัง และสิ่งอำนวยความสะดวก	3	บรรยาย - ยกตัวอย่าง	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

			- นักศึกษาซักถามข้อสงสัย - สั่งค้นคว้า - Power Point	
7	การวางแผนและการเขียนแผนธุรกิจ SMEs	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
8	ความเสี่ยงและสภาพแวดล้อมของธุรกิจ SMEs	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
9	สอบกลางภาค	3	ข้อสอบ	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
10	กลยุทธ์การลดต้นทุนและความสูญเสียในกระบวนการผลิตและการตลาด	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
11	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - สั่งค้นคว้า - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์

สัปดาห์ที่	สัปดาห์ที่	จำนวนชั่วโมง	สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด
12	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน (ต่อ)	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
13	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน (ต่อ)	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
14	กลยุทธ์การตลาดและการแข่งขัน (ต่อ)	3	-บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตั้งคำถามให้ตอบ - Power Point	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
15	สรุป และนำเสนอรายงาน	3	- นักศึกษาซักถามข้อสงสัย	ผศ. ดร.สมใจ บุญทานนท์
16	สอบปลายภาค	3	ข้อสอบ	คกก.

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัปดาห์ที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	สอบ - สอบกลางภาค		

	- สอบปลายภาค	.....8-9... .....16.....	30% 40%
(2)	การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	10%
(3)	การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ถาม-ตอบ	ตลอดภาคเรียน	5%
(4)	วิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำเสนอ	.....12.....	10%
(5)	การค้นคว้าและนำเสนอรายงาน	.....15.....	5%
(6)	อื่นๆ	.....-.....	-

เกณฑ์การประเมินผล

80 % ขึ้นไป ระดับคะแนน A

75 - 79.9 % ระดับคะแนน B^+

70 - 74.9 % ระดับคะแนน B

60 - 64.9 % ระดับคะแนน C

55 - 59.9 % ระดับคะแนน D^+

50 - 54.9 % ระดับคะแนน D

65	-	69.9	%	ระดับ	ต่ำกว่า	50 %	ระดับคะแนน
คะแนน	C^+				E		

เรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

สมใจ บุญทานนท์ . 2556. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

web page iGoogle และ facebook

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวของกับการตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็คทรอนิคส์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ พร้อม Clip จาก http://www.youtube.com/ รายการวิทยุและโทรทัศน์

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 ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษาเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละรายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน

5. กรดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้นักศึกษา