



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MPP ๕๖๐๓/ รายวิชา การจัดการตลาด

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะ/วิทยาลัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	MPP ๕๖๐๓/
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การจัดการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Marketing Management

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ หน่วยกิต (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	หมวดวิชาเฉพาะด้าน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิชา ไซดีพิทยานนท์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิชา ไซดีพิทยานนท์

๕. สถานที่ติดต่อ อาคาร ๓๕ ชั้น ๑ / E – Mail : natnicha.ha@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑ / ปีการศึกษา ๒๕๖๔
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๒๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) -

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) -

๙. สถานที่เรียน ออนไลน์

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เมื่อนักศึกษาเรียนรายวิชานี้แล้ว นักศึกษามีสมรรถนะที่ต้องการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

เพื่อให้บัณฑิตอธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดการตลาด มีความเข้าใจ มีความรู้ ความสามารถในการคิด วิเคราะห์โดยใช้เหตุผล และอธิบายการจัดการตลาด เข้าใจเจตคติที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม ความรับผิดชอบ และอธิบาย พฤติกรรมผู้บริโภคได้ สามารถสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ อธิบายรูปแบบการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ถึง คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยที่ต้องการสอดแทรกในรายวิชา ได้แก่

- ๑) มีสติ รู้ตัว รู้หน้าที่
- ๒) รับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างได้
- ๓) เทียงธรรม
- ๔) มีธรรมาภิบาลในการจัดการ
- ๕) เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ขั้นพื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในรายวิชาการจัดการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการที่ทันสมัยในยุคเศรษฐกิจ ๔.๐ และการตลาดในยุคดิจิทัล ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันและครอบคลุมมากขึ้นทั้งนี้ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอ้างอิง ให้สอดคล้องกับการตลาดยุคใหม่ที่มีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) ตลาดเงิน ตลาดทุน บทบาทและความสำคัญของตลาดทุนต่อภาครัฐและเอกชน กลยุทธ์ในการกำหนดนโยบายทางด้านการตลาด ว่าด้วยเรื่อง ราคา สถานที่ การส่งเสริม ทั้งนี้ ภายใต้การพิจารณาถึงตลาดการค้าในประเทศ ระหว่างภาครัฐและเอกชน และตลาดการค้า ต่างประเทศซึ่งรวมถึงการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ผลกระทบจากกฎหมายต่างๆ และข้อกำหนดต่างๆ ขององค์การค้าโลก และผลจาก FTA ที่มีต่อการตลาดของไทย ตลอดจนเทคนิคของการบริหารการตลาดตามสถานการณ์ผันแปรต่างๆ

(ภาษาอังกฤษ) Study of financial market; capital market; the roles of capital market and its importance to the state and private sectors; strategies for formulation of marketing policies on pricing, place of sales, and promotional campaign under the consideration of internal commercial markets in the state and private sectors as well as the international

market; study of problems and obstacles arising from consumers' attitudes and behaviors; the impacts of laws and regulations from WTO (World Trade Organization) and FTA (Free Trade Agreements) on the Thai market; and techniques of adaptable marketing management based on changing situations.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา : ๓ (๓-๐-๖)

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓	-	๐	๖

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษานอกชั้นเรียน สัปดาห์ละ ๓ ชั่วโมง โดยระบุวัน เวลา ไว้ในประมวลการสอน และแจ้งให้นักศึกษาทราบในชั่วโมงแรกของการสอน ฯลฯ

๓.๑ ปรึกษาดูด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ปริญญาโท ชั้น ๒ อาคาร ๓๕ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙๐-๖๖๓๙๙๙๙

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) natnicha.ha@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

Facebook; natnicha hasontree / Line; dr.natt_h

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) www.teacher.ssru.ac.th/natnicha_ha

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีน้ำใจ มีจิตอาสา จิตสาธารณะ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม และเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
- (๒) มีวินัยและความรับผิดชอบต่องานที่มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ
- (๓) สุขภาพ อ่อนน้อมถ่อมตน รู้จักกาลเทศะ ใจกว้าง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) การสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ความสามารถในระหว่างที่ทำตรงงาน โดยการพูดคุยกับนักศึกษา เน้นความ รับผิดชอบต่องาน วินัย จรรยาบรรณ ความซื่อสัตย์ต่องานในกลุ่ม

- (๒) กำหนดประเด็นที่น่าสนใจในขณะนั้น ให้นักศึกษาศึกษาค้นคว้า และอภิปรายกลุ่มฝึกสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกอื่น ๆ ทั้งในด้านภาษา ท่าทาง บุคลิกภาพ ฯลฯ
- (๓) การสอนจากกรณีศึกษา
- (๔) การปลูกฝังความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินโดยอาจารย์จากการสังเกตพฤติกรรม และการเข้าเรียน
- (๒) การอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงานอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- (๓) ความรับผิดชอบ และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) ความสำคัญของการจัดการการตลาด บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาดและนักการตลาดที่เป็นระบบ เป็นสากล ปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทันสมัยต่อสถานการณ์โลก และให้เกิดการตลาดแบบยั่งยืน
- (๒) มีการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด โครงสร้างทางการตลาด และโอกาสของทางตลาด
- (๓) มีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการวัดและพยากรณ์ตลาด

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) การส่งเสริมในการคิด วิเคราะห์อย่างมีเหตุ มีผล
- (๒) อธิบายความ
- (๓) การยกตัวอย่าง
- (๔) ให้วิเคราะห์สถานการณ์จริง

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ให้นักศึกษาประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ก่อนและหลังเรียน
- (๒) ประเมินผลจากการตอบคำถาม
- (๓) การมีส่วนร่วม การฝึกฝนทักษะการคิดและวิเคราะห์

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- (๒) สามารถคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจบนพื้นฐานของเหตุผลได้ มีวิสัยทัศน์ และความคิดสร้างสรรค์

ทางการบริหารกิจการสาธารณะ

- (๓) สามารถค้นคว้าข้อเท็จจริง เพื่อนำมาประกอบข้อคิดเห็นและสามารถวิเคราะห์สรุปอย่างเป็นระบบ

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอนให้เกิดทักษะ ประสพการณ์ทางปัญญา และสอนในเชิงการตั้งคำถาม
- (๒) อธิบายความ
- (๓) ยกตัวอย่าง และให้วิเคราะห์สถานการณ์จริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การสอบกลางภาค
- (๒) การสอบปลายภาค
- (๓) การตอบคำถามในชั้นเรียนและการตอบคำถามจากเครื่องมือในการเรียนการสอนออนไลน์
- (๔) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียนและในกระดานสนทนาจากการเรียนการสอนออนไลน์

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) ปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม ปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
- (๓) ตระหนักถึงสิทธิของตนเองและผู้อื่น และยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายรายงานกลุ่ม โดยให้โจทย์และองค์ประกอบในการทำรายงาน
- (๒) การให้ถามคำถามและตอบคำถามแลกเปลี่ยนในการนำเสนอรายงาน
- (๓) ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องให้เกิดความรับผิดชอบของผู้เรียน
- (๔) จัดรูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์จำนวน ๔ ครั้ง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการนำเสนอรายงาน
- (๒) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- (๓) ประเมินจากการถาม/ตอบ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- (๑) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใช้คอมพิวเตอร์ ในการจัดการข้อมูลได้อย่างเหมาะสม
- (๒) สามารถสรุปประเด็นและสื่อสารทั้งการเขียน และการพูด รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสื่อสารผ่านแอฟริเคชั่นต่างๆ ให้เกิดการเรียนรู้แบบ Active learning
- (๓) สามารถใช้ภาษาในการติดต่อสื่อความหมายได้ดี ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การบรรยาย
- (๒) การยกตัวอย่าง
- (๓) การเพิ่มประสิทธิภาพ ความสามารถในการสื่อสารที่ชัดเจน

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตอบคำถาม การเขียนงานที่มอบหมายและการเขียนข้อสอบ
- (๒) การนำเสนอหน้าชั้นเรียน การนำเสนอเสนอผ่านระบบออนไลน์ในแอปพลิเคชันต่าง
- (๓) การอธิบายและบทสรุปของผู้เรียนผ่านสื่อต่าง ๆ

๖. ด้านอื่นๆ

- (๑)
- (๒)

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทที่ ๑ บทนำ - ชี้แจงการเรียนการสอน - หลักการประเมินผลรายวิชา - การวิเคราะห์ผู้เรียน - อธิบายความหมายและความสำคัญของการบริหารการตลาด - ความหมายและวิวัฒนาการทางการตลาด - บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารการตลาด	๓	๑. แนะนำอาจารย์ผู้สอน ๒. แนะนำหนังสือเรียน เนื้อหารายวิชา ขอบเขตทั่วไป ข้อตกลงเบื้องต้น ๓. บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๔. ใช้โปรแกรม Padlet ในการวัดความรู้ก่อนการเรียน (Pre-test)	ผศ.ดร.นัทธินา หาสุนทรี
๒	บทที่ ๒ - แนวคิดทางการตลาด - การจัดองค์การการตลาด	๓	๑. บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒. ประกอบสื่อ Powerpoint	ผศ.ดร.นัทธินา หาสุนทรี

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดประเภทของตลาด - โครงสร้างตลาด 		๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และโปรแกรม Padlet ๔. แบบฝึกหัดในใบงานผ่าน Google Form จากโปรแกรม Google Classroom ของรายวิชา (ใบงาน ๑)	
๓	บทที่ ๓ <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์โอกาสของการตลาด - สภาพแวดล้อมภายในองค์กร - สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร 	๓	๑.บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ๒. ใช้โปรแกรม Padlet เพื่อตอบ คำถามในชั้นเรียนออนไลน์ ๓. มอบหมายรายงานกลุ่มใบงานผ่าน Google Form จากโปรแกรม Google Classroom ของรายวิชา	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๔	บทที่ ๔ <ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ SWOT ANALYSIS - วิเคราะห์ TOWS Matrix - วิธีการวิเคราะห์กรณีศึกษาทาง การตลาด 	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และกระดานสนทนา Google Jamboard ๔. แบบฝึกหัดในใบงานผ่าน Google Form จากโปรแกรม Google Classroom ของรายวิชา (ใบงาน ๒)	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๕	บทที่ ๕ <ul style="list-style-type: none"> - การวัดและพยากรณ์ตลาด - การวิจัยตลาด - การวัดความต้องการซื้อ 	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และโปรแกรม Padlet ๔. มอบหมายรายงานกลุ่มผ่านใบงาน ใน Google Classroom	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๖	บทที่ ๖ <ul style="list-style-type: none"> - ภาพรวมขั้นตอนทางการตลาด - CORPORATE MISSION 	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - STRATEGIC PLAN - SITUATION ANALYSIS - 5C'S ANALYSIS - PESTEL ANALYSIS 		<ul style="list-style-type: none"> ๓. พูดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ ๔. ใช้โปรแกรม Padlet ในการวัด ความรู้ นักศึกษาเพื่อสรุปบทเรียน 	
๓	บทที่ ๓ <ul style="list-style-type: none"> - MARKETING STRATEGY - DEFINE TARGET AUDIENCE - TARGET MARKET SELECTION - การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย “6W 1H ANALYSIS MODEL” - Model of Buyer Behavior S-R Theory 	๓	<ul style="list-style-type: none"> ๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒. บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ๒. ใช้โปรแกรม Padlet ในการวัด ความรู้ นักศึกษาเพื่อสรุปบทเรียน ๓. พูดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ๔. นำเสนอรายงานกลุ่ม 	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๔	สอบกลางภาค			
๔	บทที่ ๔ <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์ “FIVE FORCES MODEL” - “STP” MARKETING STRATEGY - SEGMENTATION - TARGET MARKET - PRODUCT POSITIONING 	๓	<ul style="list-style-type: none"> ๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พูดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และกระดานสนทนา Google Jamboard ๔. แบบฝึกหัดในใบงานผ่าน Google Form จากโปรแกรม Google Classroom ของรายวิชา (ใบงาน ๓) 	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๑๐	บทที่ ๕ <ul style="list-style-type: none"> - SET MEASURABLE GOAL - วิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด MARKETING MIX (4 P's) - PRODUCT : วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ - PRICE : วิเคราะห์ราคาและการตั้ง ราคา - PLACE : วิเคราะห์ช่องทางการจัด จำหน่าย 	๓	<ul style="list-style-type: none"> ๑.บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ๒. พูดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น รวมถึง ทวนสอบ ความรู้ท้ายชั่วโมง ๓. แบบฝึกหัดโดยใช้โปรแกรม Padlet เพื่อตอบคำถาม ๔. แบบฝึกหัดในใบงานผ่าน Google Form จากโปรแกรม Google Classroom 	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - PROMOTION : วิเคราะห์การส่งเสริมการขาย - THE 7P'S MARKETING MIX 		ของรายวิชา (ใบงาน ๔)	
๑๑	บทที่ ๑๐ <ul style="list-style-type: none"> - MARKETING MANAGEMENT - STRATEGIC MARKETING PLANNING - IMPLEMENTATION - MARKETING CONTROL 	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และกระดานสนทนา Google Jamboard	ผศ.ดร.นัทนิชา หาสุนทรีย์
๑๒	บทที่ ๑๑ <ul style="list-style-type: none"> - การตลาดภาครัฐ (Public Sector Marketing) - ข้อกำหนดต่างๆ ขององค์การค้าโลก หรือ WTO - ผลจาก FTA ที่มีต่อการตลาดของไทย 	๓	๑. บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ๒. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น รวมถึง ทวนสอบ ความรู้ท้ายชั่วโมง ๓. แบบฝึกหัดโดยใช้โปรแกรม Padlet เพื่อตอบคำถาม	ผศ.ดร.นัทนิชา หาสุนทรีย์
๑๓	บทที่ ๑๒ <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารการตลาดเพื่อการเปลี่ยนแปลง - การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดจาก ท้องถิ่นสู่สากล - การเปลี่ยนแปลงทางการตลาดสู่ เทคโนโลยีดิจิทัล 	๓	๑. บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และกระดานสนทนา Google Jamboard	ผศ.ดร.นัทนิชา หาสุนทรีย์
๑๔	บทที่ ๑๓ <ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีทางการตลาด (MARTECH) - เทคโนโลยีทางการเงิน (FINTECH) - PRODUCT LIFE CYCLE - ขั้นตอนของการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (Introduction) - ขั้นตอนของการเจริญเติบโต (Growth) 	๓	๑. บรรยายประกอบสื่อ Powerpoint ๒. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ๓. แบบฝึกหัดโดยใช้โปรแกรม Padlet เพื่อตอบคำถาม ๔. แบบฝึกหัดในใบงานผ่าน Google	ผศ.ดร.นัทนิชา หาสุนทรีย์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	- ชั้นของการอิมมัตู (Maturity) - ชั้นของการถดถอย (Decline)		Form จากโปรแกรม Google Classroom ของรายวิชา (ใบงาน ๕)	
๑๕	บทที่ ๑๔ - การตลาด E – Commerce - การตลาดยุคใหม่ - Personalized Marketing - Customer Journey	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และกระดานสนทนา Google Jamboard	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๑๖	บทที่ ๑๕ - Marketing 5.0 - Omni-Channel - Digital Insight - ทบทวนสรุปบทเรียน	๓	๑.บรรยายผ่านระบบออนไลน์ Google Meet และ Google Classroom ๒.ประกอบสื่อ Powerpoint ๓. พุดคุย ชักถาม แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นผ่านระบบออนไลน์ Google Meet	ผศ.ดร.นันทิชา หาสุนทรี่
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑-๕	พฤติกรรมกรการเรียนรู้ / เวลาเรียน / การถาม ตอบ	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐ %
๒,๓,๕	แบบฝึกหัด (จากโปรแกรม Padlet และ Google Classroom)	๑,๒,๔,๙,๑๐	๑๐ %
๒-๕	รายงานกลุ่ม การนำเสนองานกลุ่ม	๓	๒๐ %
๒,๓	สอบกลางภาค (รายงานเดี่ยว)	๘	๒๐ %
๒,๓	สอบปลายภาค (อัตนัย)	๑๗	๔๐ %

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) นันทิชา หาสุนทรี. (๒๕๖๐). เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ๒) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. (๒๕๔๓). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็ก.
- ๓) สุดาพร กุณชลบุตร. (๒๕๖๓). การบริหารการตลาด เทคโนโลยีการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ๔) สิทธิ ชีรสรณ์. (๒๕๖๒). การสื่อสารทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) E-book รายวิชาการจัดการตลาด.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อในประมวลรายวิชาการจัดการตลาด
- ๒) Google Classroom รายวิชาการจัดการตลาด

หมวดที่ ๗/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และประเมินรายวิชา
- ให้ข้อเสนอแนะผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามที่ผู้สอนทำเป็นช่องทางสื่อสารกับนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอนมีกลยุทธ์ดังนี้

- การแลกเปลี่ยนสังเกตการสอนของอาจารย์ประจำวิชา
- ระดับผลการเรียนของนักศึกษา
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

เมื่อได้ผลประเมินการสอน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอนให้ดีขึ้น โดยการสัมมนาการจัดการเรียนการสอน การวิจัยชั้นเรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการเรียนการสอนมีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจ และหลังออกผลการเรียนรายวิชามีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อเขียน รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้นดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาอย่างน้อยทุก 4 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์
- เปลี่ยนหรือจัดการเรียนการสอนเป็นทีมหรือแบ่งหัวข้อ/ผลการเรียนรู้ในการสอนของอาจารย์ประจำวิชา

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การ สื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศเชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ			ทักษะด้านอื่น ๆ
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	
	● ความรับผิดชอบหลัก									○ ความรับผิดชอบรอง						
หมวดวิชาเฉพาะด้าน	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	
รหัสวิชา MPP ๕๖๐๓/ ชื่อรายวิชา การจัดการตลาด Marketing Management	○	●	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	●	○	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ