

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

BIS603 การตลาดอินเทอร์เน็ต

Internet Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-9)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ประเภทรายวิชา วิชาบังคับ

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

รศ.ดร.นิพนธ์ เจริญกิจการ อาจารย์ผู้สอน/ผู้รับผิดชอบ

อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย อาจารย์ผู้สอน/ผู้รับผิดชอบ

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2555 / ชั้นปีที่ 1

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

22 ตุลาคม 2555

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1.จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาดการตลาดอินเทอร์เน็ต การแบ่งกลุ่มการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด การศึกษาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในการจัดการทางการตลาด การจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดกิจกรรมทางการตลาด

2.วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ทางด้านการจัดการการตลาด เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนรู้ในวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่าง อ้างอิงให้สอดคล้องกับธุรกิจในปัจจุบันตามสภาพแวดล้อมของประเทศไทย

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด รวมถึงการปรับปรุงนโยบายทางการตลาดตามความต้องการเพื่อการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่ใช้อินเทอร์เน็ต การวิจัยตลาดและการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การสร้างคุณค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้า การแบ่งกลุ่มตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การสร้างความเข้มแข็งให้กับยี่ห้อสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าโดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อาทิ การขายตรง และการตลาดแบบโมบายการติดต่อด้านการตลาดชุมชนออนไลน์ และการสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาดการกำหนดกลยุทธ์ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์ที่เหมาะสม

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 48 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามหัวข้อที่ นักศึกษามีความสนใจ	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 9 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้นักศึกษาติดต่อผ่านทางเมล์ โทรศัพท์มือถือ และกระดานสนทนา
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือรายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. การพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของนักศึกษา	
คุณลักษณะพิเศษ	กลยุทธ์หรือกิจกรรมของนักศึกษา
ความสามารถในด้านการใช้ภาษาอังกฤษ	1. มีศูนย์ประสานงานภาษาอังกฤษเพื่อให้คำแนะนำการใช้ภาษา 2. เอกสาร ตำราเรียน และข้อสอบเป็นภาษาอังกฤษ
ความเป็นผู้นำ รับผิดชอบ และมีวินัย	1. มีการทำงานเป็นกลุ่ม โดยมีการกำหนดบทบาทความเป็นผู้นำและผู้ตาม เพื่อให้นักศึกษาปรับบทบาทได้ 2. กำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอรายงาน 3. สร้างวินัยในตนเอง และความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้
คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	1. การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อพัฒนาสังคม ให้เข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ และการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์และสิทธิทางปัญญา
2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน 2.1. คุณธรรม จริยธรรม 2.1.1. ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบต่อ มีวินัย มีจรรยาบรรณวิชาชีพ เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคล การไม่เปิดเผยข้อมูล การไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา มีความซื่อสัตย์ในการจัดการทางการตลาด การประกอบธุรกิจต่างๆ โดยมีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัตินี้ - ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม การเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ (1) - สามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ พิจารณา มองเห็นผลกระทบในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะจัดการและตอบสนองต่อปัญหาในองค์กรและสังคม (1) - สามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และลำดับความสำคัญในการทำงานร่วมกันเป็นทีม (1) - มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม (4) - เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม (4) - เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ (4)	

2.1.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย เช่น การเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา การส่งงานตามเวลาที่กำหนด (1)

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด และการตลาดอินเทอร์เน็ต เช่น การนำรูปภาพยี่ห้อสินค้ามาใช้ในการนำเสนอ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่สุจริต (1)

- การทำรายงาน หรือการนำข้อมูลจากภายนอกมาใช้ จะต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลและเอกสาร (1)

- ร่วมกันทำงานเป็นกลุ่ม โดยวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด ด้วยกระบวนการทำ Workshop และการนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing ซึ่งเป็นกิจกรรมที่บูรณาการความรู้ที่ได้เรียนมาตลอดทั้งวิชา เป็นการประยุกต์ความรู้เข้ากับสถานการณ์จริง เพื่อฝึกการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ และเคารพสิทธิในการทำงานร่วมกัน (2)

- เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีประสบการณ์หลากหลายในแต่ละเรื่องมาร่วมเป็นวิทยากร เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานจริง (4)

- เข้าร่วมกิจกรรมสนทนาผ่านกระดานแสดงความคิดเห็น และร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหลากหลายมุมมอง หลากหลายแหล่งความรู้ (4)

2.1.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนการส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม (1)

- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม (4)

- ประเมินผลการนำเสนอผลงานและรายงานที่มอบหมาย (4)

2.2.ความรู้**2.2.1.ผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

- มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ตลอดจนทฤษฎีที่สำคัญ และนำมาประยุกต์กับการทำงานในชีวิตประจำวัน (1)

- มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการจัดการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิจัยตลาดและการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การสร้างคุณค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้า การแบ่งกลุ่มตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การสร้างความเข้มแข็งให้กับยี่ห้อสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าโดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการกำหนดกลยุทธ์ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต (1)

2.2.2.กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- กระบวนการเรียนการสอนจะเน้นการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และการเรียนรู้จากโครงการ (Project Based Learning) โดยเน้นการใช้ความรู้สู่การสร้างปัญหา ฝึกทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต กระบวนการในการสอน กระตุ้นให้ศิษย์สร้างความคิดในการต่อยอดองค์ความรู้ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยใช้ปัญหาและโครงการเป็นฐานเรียนรู้ และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (1)

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ (1)

- นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎี และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน (1)

- บทสรุปประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ จำนวน 1 หน้ากระดาษ A4 ทุกครั้งหลังเรียน (1)

- เข้าร่วมกิจกรรมสนทนาผ่านกระดานแสดงความคิดเห็น (1)

- เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในการทำงานจริงมาร่วมเป็นวิทยากร เพื่อให้ประสบการณ์ที่หลากหลายแก่นักศึกษา (4)

2.2.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- ทดสอบก่อนเรียนวิชา สอบกลางภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎีที่ใช้ความเข้าใจ สอบปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการแก้ปัญหา และทดสอบหลังเรียนจบวิชา (1)

- วัดผลจากการนำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎี อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และบทสรุปประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ (1)

- ร่วมกันทำงานกลุ่มโดยจัดทำแผนกลยุทธ์ จัดทำเว็บไซต์ การทำการตลาดอินเทอร์เน็ต และนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing (1)

2.3.ทักษะทางปัญญา**2.3.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา**

- ใช้ความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการจัดการบริบทใหม่ที่ไม่คาดคิดทางระบบสารสนเทศทางธุรกิจ และพัฒนาแนวคิดริเริ่มและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา (1)

- พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาในการจัดการตลาด การตลาดอินเทอร์เน็ต เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์ (1)

2.3.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- อภิปรายกลุ่มในการวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด ด้วยกระบวนการ Workshop (1)

- จัดทำแผนกลยุทธ์ โดยการรวบรวมข้อมูลการตลาดและสินค้าที่สนใจ วิเคราะห์และเสนอแนวทางในการแข่งขัน และการนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing (1)

- การแสดงความคิดเห็นผ่านกระดานสนทนา และการอภิปรายในชั้นเรียน (1)

2.3.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- สอบปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์แนวคิดการจัดการตลาด และการประยุกต์ใช้แนวคิดทางการจัดการตลาดและการตลาดอินเทอร์เน็ต (1)
- อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา (1)
- ร่วมกันทำงานกลุ่มโดยจัดทำแผนกลยุทธ์ จัดทำเว็บไซต์ การทำการตลาดอินเทอร์เน็ต และนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing (1)

2.4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

2.4.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และผู้เรียนกับผู้สอน (4)
- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม (4)
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา (4)

2.4.2.กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎีในรูปแบบการทำงานกลุ่ม (4)
- นำเสนอแผนกลยุทธ์/แผนการตลาด และผลงานในรูปแบบ Event Marketing ในลักษณะบทบาทสมมุติ ซึ่งเป็นคณะกรรมการบริหารบริษัท/องค์กรนั้น ๆ (4)
- การวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด/กลยุทธ์ในรูปแบบการทำงานกลุ่ม และบทบาทสมมุติ (4)
- อภิปรายทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา (4)

2.4.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- ประเมินโดยกลุ่มเพื่อน และอาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยไม่มีการประเมินกลุ่มตนเอง ตามแบบฟอร์มที่กำหนด (4)
- รายงานหรือแผนการตลาด/แผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม (4)
- การนำเสนอผลสรุปในชั้นเรียน ประเมินโดยอาจารย์ (4)

2.5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.5.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข เช่น การจัดทำแผนการตลาด จำเป็นต้องคำนวณรายได้ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน สัดส่วนผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน เป็นต้น (1)
- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน (2)
- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา (2)
- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (2)
- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล การสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอ

บริษัทจำลอง การสื่อสารการทำงานในกลุ่มผ่านห้องสนทนา Chat Room การสนทนาผ่านกระดานสนทนา ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2)

2.5.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จากเว็บไซต์ สื่อการสอน E-Learning และจัดทำแผนการตลาด โดยเน้นการนำข้อมูลงานวิจัย หรือมีสถิติต่างๆ มาอ้างอิง จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีการตรวจสอบข้อมูลต่างๆ เปรียบเทียบแหล่งที่มาของข้อมูล (2)

- นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2)

2.5.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ

- การนำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ และการนำเสนอแผนกลยุทธ์ ด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2)

- การจัดทำเว็บไซต์ ด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2)

- การมีส่วนร่วมในการอภิปรายทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา (2)

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

คุณธรรม จริยธรรม

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม การเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ (1)

- สามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ พิจารณา มองเห็นผลกระทบในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะจัดการและตอบสนองต่อปัญหาในองค์กรและสังคม (1)

- สามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และลำดับความสำคัญในการทำงานร่วมกันเป็นทีม (1)

- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม (4)

- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม (4)

- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ (4)

ความรู้

- มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ตลอดจนทฤษฎีที่สำคัญและนำมาประยุกต์กับการทำงานในชีวิตประจำวัน (1)

- มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการจัดการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การวิจัยตลาดและการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การสร้างคุณค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้า การแบ่งกลุ่มตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การสร้างความเข้มแข็งให้กับยี่ห้อสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าโดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่าย และการกำหนดกลยุทธ์ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต (1)

ทักษะทางปัญญา

- ใช้ความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการจัดการบริบทใหม่ที่ไม่คาดคิดทางระบบสารสนเทศทางธุรกิจ และพัฒนาแนวคิดริเริ่มและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา (1)

- พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาในการจัดการตลาด การตลาดอินเทอร์เน็ต เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์ (1)

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และผู้เรียนกับผู้สอน (4)

- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม (4)

- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา (4)

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข เช่น การจัดทำแผนการตลาด จำเป็นต้องคำนวณรายได้ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน สัดส่วนผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน เป็นต้น (1)

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน (2)

- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา (2)

- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (2)

- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล การสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอ บริษัทจำลอง การสื่อสารการทำงานในกลุ่มผ่านห้องสนทนา Chat Room การสนทนาผ่านกระดานสนทนา ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม (2)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	Overview and Learning Strategy	3	ทดสอบก่อนเรียนวิชา แนะนำ รายละเอียดวิชา เนื้อหาและ ขอบเขต เอกสารและแหล่งข้อมูล ที่ใช้ศึกษาเพิ่มเติม แนวทางการ เรียนรู้ การวัดและประเมิน ผลสัมฤทธิ์ การจัดกลุ่ม การแบ่งงานที่ รับผิดชอบและตอบข้อซักถาม	อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย
2	Understanding Marketing Management	3	บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษา อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็น	อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย
3	Developing Marketing Strategies and Plans	3	บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษา อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็น	อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย
4	Capturing Marketing Insights (Chapter 3-4) Connecting with Customers (Chapter 5-6)	3	นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎี โดยการทำงานกลุ่ม และจากผู้สอน อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดานแสดง ความคิดเห็นสรุปประเด็นสำคัญที่ เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5	Connecting with Customers (Chapter 7-8) Building Strong Brands (Chapter 9-10)	3	นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎี โดยการทำงานกลุ่ม และจากผู้สอน อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
6	Building Strong Brands (Chapter 11,14) Shaping the Market Offerings (Chapter 12-13)	3	นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎี โดยการทำงานกลุ่ม และจากผู้สอน อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
7	Delivering Value (Chapter 15- 16) Communicating Value (Chapter 17-19)	3	นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎี โดยการทำงานกลุ่ม และจากผู้สอน อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	
8	Mid-Term Examination	2.5		อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
9	Workshop – Marketing Strategic Plan (12.00-18.00 p.m.)	6	วิเคราะห์และจัดทำแผนการ ตลาด/กลยุทธ์ด้วยกระบวนการ Workshop อภิปรายกลุ่มในชั้นเรียน เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็น	อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
10	Hot Issue in Internet Marketing	3	บรรยายยกตัวอย่างประกอบ	Guest Speaker

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
			เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	
11	Hot Issue in Internet Marketing	3	บรรยายยกตัวอย่างประกอบ เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	รศ.ดร.นิพนธ์ เจริญ กิจการ
12	Hot Issue in Business Intelligence Analysis's Tools	3	บรรยายยกตัวอย่างประกอบ เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็นสรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง	Guest Speaker
13	Group Assignment		การจัดเวลาให้นักศึกษาทำงาน กลุ่ม โดยอิสระ	
14	Case Study / Group Discussions /Presentation I (8.30 – 17.00 p.m.)	6	อภิปรายกลุ่ม นำเสนอแผนการตลาด และ ผลงานในรูปแบบ Event Marketing เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็น	อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
15	Case Study / Group Discussions /Presentation I (8.30 – 17.00 p.m.)	6	อภิปรายกลุ่ม นำเสนอแผนการตลาด และ ผลงานในรูปแบบ Event Marketing เข้าร่วมสนทนาผ่านกระดาน แสดงความคิดเห็น	อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย
16	Final Examination	2.5		อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย

2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้				
กิจกรรม ที่	ผลการ เรียนรู้*	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1, 1.5, 2.1,2.2, 2.6, 2.8,3.1 - 3.4, 5.2	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	10 15	20% 35%
2	1.1-1.7, 2.1 - 2.2 2.6 - 2.8, 3.1 - 3.4, 4.1-4.6, 5.1 - 5.4	ศึกษา ค้นคว้า นำเสนอผลสรุปข้อมูลการ เรียนรู้จากทฤษฎี และสรุปประเด็นสำคัญที่ เรียนรู้ในแต่ละครั้ง และนำเสนอแผนการตลาด และผลงานใน รูปแบบ Event Marketing การส่งงานกลุ่มตามที่มอบหมาย	ตลอดภาค การศึกษา	40%
3	1.1-1.5, 1.7, 3.1 – 3.4, 4.1-4.5	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นใน ชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	5%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- Philip Kotlers.,Kevin Lane Keller.“Marketing Management”12th. Edition. By Pearson Education, Inc.
- Philip Kotlers.,Kevin Lane Keller.“Marketing Management”13th. Edition. By Pearson Education, Inc.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- Business Magazine-MBA, e-Leader, Corporate Thailand, Harvard Business Review.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ