

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา	BIS692 การจัดการงานลูกค้าสัมพันธ์เชิงเทคโนโลยีสารสนเทศ (Customer Relationship Management with Information Technology)
2. จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต (3-0-9)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	ดร. ไพโรจน์ต์ ผดุงเวียง / อ.เฉลิมพล ศรีสุวรรณ
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 1-2 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	-
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	ไม่มี
8. สถานที่เรียน	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

<p><b>1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</b></p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และให้สามารถนำความรู้ทางด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานประสานข้อมูลและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในระดับปฏิบัติการและการกำหนดกลยุทธ์ และสนับสนุนการทำงานในฟังก์ชันงานพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น การขาย การตลาด และลูกค้าสัมพันธ์</p>
<p><b>2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</b></p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ที่เป็นพื้นฐานเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในด้านการนำความรู้ความเข้าใจไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและในชีวิตประจำวันได้โดยการนำความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านการบริการที่ได้มีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน</p>

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

<p><b>1. คำอธิบายรายวิชา</b></p> <p>ความหมายประเภทต่าง ๆ ลักษณะโดยทั่วไปรวมถึงการนำเอาแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อนำไปใช้กับการดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลูกค้า รวมถึงการวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ การดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ในสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม</p>								
<p><b>2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>บรรยาย</th> <th>สอนเสริม</th> <th>การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน</th> <th>การศึกษาด้วยตนเอง</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>45 ชั่วโมง</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>135 ชั่วโมง</td> </tr> </tbody> </table>	บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง	45 ชั่วโมง	-	-	135 ชั่วโมง
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง					
45 ชั่วโมง	-	-	135 ชั่วโมง					
<p><b>3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</b></p> <p>- นักศึกษาสามารถนัดหมายเพื่อขอคำแนะนำผ่านอีเมล (chalernpol@gmail.com) หรือทางโทรศัพท์</p>								

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

<p><b>1. คุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p>1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา</p>
<p><b>1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>แสดงออกถึงการมีภาวะความเป็นผู้นำและสามารถทำงานเป็นทีม</p>
<p><b>1.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และตัดสินใจเชิงธุรกิจ</li> <li>- อภิปราย/แก้ปัญหา รายกลุ่ม</li> <li>- โครงงานกลุ่ม และการนำเสนอผลงาน</li> </ul>
<p><b>1.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานกลุ่มที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และความตรงต่อเวลา</li> <li>- มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างเหมาะสม</li> <li>- ประเมินผลการวิเคราะห์งานที่ได้มอบหมายและการนำเสนอรายงานกลุ่ม</li> </ul>
<p><b>2. ความรู้</b></p>
<p><b>2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ</b></p> <p>PLO-2A สาธิตหรือแสดงเชิงประจักษ์ถึงการใช้วิธีบริหารจัดการข้อมูลลูกค้า กับกระบวนการเรียนรู้</p> <p>PLO-2B อธิบายฟังก์ชันงานเชิงกระบวนการและการจัดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้</p> <p>PLO-2C สร้างกระบวนการทัศน์เชิงประกอบการและวิธีคิดแบบสร้างสรรค์</p>
<p><b>2.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-บรรยายพร้อมยกกรณีศึกษา</li> <li>-การทำงานกลุ่ม นำเสนอรายงานที่ต้องค้นคว้าด้วยตนเอง โดยใช้ปัญหาเป็นตัวตั้ง</li> </ul>
<p><b>2.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสอบกลางภาค สอบปลายภาค</li> <li>- สังเกตการวิเคราะห์กรณีศึกษาในห้องเรียน</li> <li>- ประเมินผลการวิเคราะห์งานและการนำเสนอรายงานกลุ่ม</li> </ul>

<p><b>3. ทักษะทางปัญญา</b></p>
<p><b>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>PLO-3A วิเคราะห์ปัญหาเชิงธุรกิจและสามารถเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่เหมาะสม</p> <p>PLO-3B สามารถประเมินและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศที่ผสมกันได้อย่างเหมาะสมต่อบริบททางธุรกิจ</p>
<p><b>3.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าผ่าน Web technology และนำเสนอผลการศึกษา</li> <li>- อภิปรายกลุ่ม นำเสนอปัญหาและการตัดสินใจ</li> </ul>
<p><b>3.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สอบกลางภาคและปลายภาค ครอบคลุมทั้งความเข้าใจหลักการและการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้หลักการทางการเงิน</li> <li>- สังเกตจากการนำเสนอผลงานกลุ่ม</li> </ul>
<p><b>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</b></p>
<p><b>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>PLO-4A สามารถสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในทุกระดับได้อย่างดี</p> <p>PLO-4B สามารถร่วมงานกับผู้อื่นได้โดยยึดมั่นในจริยธรรมและหมั่นพัฒนาตนเองเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม</p>
<p><b>4.2 วิธีการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบหมายงาน และ นำตัวอย่างการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>- การนำเสนอรายงาน</li> </ul>
<p><b>4.3 วิธีการประเมินผล</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม</li> <li>- สอบกลางภาคและปลายภาค</li> </ul>
<p><b>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p>
<p><b>5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา</b></p> <p>PLO-3B สามารถประเมินและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศที่ผสมกันได้อย่างเหมาะสมต่อบริบททางธุรกิจ</p>

<b>5.2 วิธีการสอน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบหมายงาน และ นำตัวอย่างการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและรับผิดชอบต่อสังคม</li> <li>- การนำเสนอรายงาน</li> </ul>
<b>5.3 วิธีการประเมินผล</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานที่นำเสนอ</li> <li>- สอบกลางภาคและปลายภาค</li> </ul>

### หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

<b>1. แผนการสอน</b>
---------------------

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การ สอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	Foundation of Strategic Customer Relationship Management Today	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (1)
2	Relationship Marketing and the Concept of Customer Value - Managing CRM Databases and Value	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (2)
3	Strategic CRM with case study Machines, Inc. (IBM)	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (3)
4	Implementing the CRM Strategy	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (4)
5	Customer Analytics Part I - Topics discussed:	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (5)
6	Software Tools for CRM Implementation	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงงาน และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (6)

7	Present I: Evaluation of CRM Software in Market	3	การนำเสนอผลงาน 1	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (7)/ ไพรสันต์ ผดุงเวียง (1)
8	Customer Analytics Part II: Segmentation Example: Clustering model learning and model selection	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	ไพรสันต์ ผดุงเวียง(2)
9	Customer Analytics Part II: Descriptive Analytics Rule Base Model Example: Frequent itemset of customer transactions from a retail store	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	ไพรสันต์ ผดุงเวียง (3)
10	Customer Analytics Part II: Predictive Analytics (1)	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	ไพรสันต์ ผดุงเวียง (4)
11	Customer Analytics Part II: Predictive Analytics (2)	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	ไพรสันต์ ผดุงเวียง (5)
12	Customer Analytics Part II: Text Sentiment analysis	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	ไพรสันต์ ผดุงเวียง (6)
13	Customer Relationship Management in the Business-To-Consumer Context with sample applications of CRM	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (8)
14	Customer Relationship Management in the Business-To-Business Context with sample applications of CRM	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (9)
15	Applications of CRM in B2B and B2C Scenarios	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (10)

16	Presentation 2: Applied CRM System in specific industry	3	การนำเสนอผลงาน 2	เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (11)/ ไพโรจน์ ผดุงเวียง (7)
17	Final exam.	3		เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (12) / ไพโรจน์ ผดุงเวียง (8)

2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้				
กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้*	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	PLO-1A, PLO-1B, PLO-2A, PLO-2B, PLO-3B	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	8 และ 17	35%, 35%
2	PLO-2B, PLO-2C, PLO-4A	การเข้าชั้นเรียน การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การบ้าน	ตลอดภาค การศึกษา	15%
3	PLO-1C, PLO-2A, PLO-3B, PLO-4B	รายงานและการนำเสนอโครงการ	ก่อนสอบกลาง ภาคและปลาย ภาค	15%

### หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools

by V. Kumar and Werner Reinartz 3<sup>rd</sup> Edition 2018

<https://www.amazon.com/Customer-Relationship-Management-Strategy-Economics/dp/3662553805>

Data Science for Business by Foster Provost and Tom Fawcett  
<https://www.amazon.com/Data-Science-Business-Data-Analytic-Thinking/dp/1449361323>

### สารและข้อมูลสำคัญ

Francis Buttle. “Customer Relationship Management”. Butterworth-Heinemann, latest edition

### 2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

Ed Peelen and Rob Beltman. “Customer Relationship Management”. Pearson HE, latest edition

Adrian Payne and Pennie Frow. “Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM”. Cambridge University Press, latest edition

Don Pepper and Martha Rogers. “Managing Customer Relationships: A Strategic Framework”. Wiley, latest edition

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนรายวิชา

- 

### 1. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- สอบถามเมื่อผ่านการสอบกลางภาค

- ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

### 2. การปรับปรุงการสอน

- นำผลการประเมินเพื่อพัฒนาการสอน

- ศึกษาข้อควรปรับปรุงการสอนจากสื่อวีดีโอที่บันทึกการสอน

-



**3. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

ทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา จากรายงานกลุ่ม-นำเสนอผลงาน ข้อสอบ-คะแนนสอบ-เกรด และพฤติกรรมการเรียนรู้

**4. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

ให้มีการเฉลยการบ้านอย่างสม่ำเสมอ