

| | |
|----------------------|---------------------------------------|
| ชื่อสถาบันอุดมศึกษา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา | คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ |

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

| | |
|--|---|
| 1. รหัสและชื่อรายวิชา | BIS692 การศึกษาเฉพาะเรื่องทางระบบสารสนเทศทางธุรกิจ 3 (การจัดการและวิเคราะห์ลูกค้าสัมพันธ์) Selected Topics in Business Information System III (Customer Relationship Management and Analytics) |
| 2. จำนวนหน่วยกิต | 3 หน่วยกิต (3-0-9) |
| 3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา | วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ |
| 4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน | อ.เฉลิมพล ศรีสุวรรณ ดร. ไพโรจน์ ผดุงเวียง |
| 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>1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และให้สามารถนำความรู้ทางด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานประสานข้อมูลและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในระดับปฏิบัติการและการกำหนดกลยุทธ์ และสนับสนุนการทำงานในฟังก์ชันงานพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น การขาย การตลาด และลูกค้าสัมพันธ์</p> |
| <p>2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ศึกษามีความรู้ที่เป็นพื้นฐานเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในด้านการนำความรู้ความเข้าใจไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและในชีวิตประจำวันได้โดยการนำความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านการบริการที่ได้มีความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยในปัจจุบัน</p> |

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

| <p>1. คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ความหมายประเภทต่าง ๆ ลักษณะโดยทั่วไปรวมถึงการนำเอาแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อนำไปใช้กับการดำเนินธุรกิจประเภทต่าง ๆ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การติดตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมลูกค้า รวมถึงการวางแผนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ การดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ในสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อการตลาดที่มีต่อเศรษฐกิจและสังคม</p> | | | | | | | | |
|--|----------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------|------------|---|---|-------------|
| <p>2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</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>3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</p> <p>- นักศึกษาสามารถนัดหมายเพื่อขอคำแนะนำผ่านอีเมล (chalernpol@gmail.com) หรือทางโทรศัพท์</p> | | | | | | | | |

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

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

| |
|--|
| <p>2.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสอบกลางภาค สอบปลายภาค - สังเกตการวิเคราะห์กรณีศึกษาในห้องเรียน - ประเมินผลการวิเคราะห์งานและการนำเสนอรายงานกลุ่ม |
| <p>3. ทักษะทางปัญญา</p> |
| <p>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</p> <p>PLO-3A วิเคราะห์ปัญหาเชิงธุรกิจและสามารถเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่เหมาะสม</p> <p>PLO-3B สามารถประเมินและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศที่ผสานกันได้อย่างเหมาะสมต่อบริบททางธุรกิจ</p> |
| <p>3.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - การมอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าผ่าน Web technology และนำเสนอผลการศึกษา - อภิปรายกลุ่ม นำเสนอปัญหาและการตัดสินใจ |
| <p>3.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - สอบกลางภาคและปลายภาค ครอบคลุมทั้งความเข้าใจหลักการและการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้หลักการทางการเงิน - สังเกตจากการนำเสนอผลงานกลุ่ม |
| <p>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> |
| <p>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</p> <p>PLO-4A สามารถสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในทุกระดับได้อย่างดี</p> <p>PLO-4B สามารถทำงานกับผู้อื่นได้โดยยึดมั่นในจริยธรรมและหมั่นพัฒนาตนเองเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม</p> |
| <p>4.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายงาน และ นำตัวอย่างการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและรับผิดชอบต่อสังคม |

| |
|--|
| - การนำเสนอรายงาน |
| 4.3 วิธีการประเมินผล |
| - รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม |
| - สอบกลางภาคและปลายภาค |
| 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา |
| PLO-3B สามารถประเมินและประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศที่ผสมกันได้อย่างเหมาะสมต่อบริบททางธุรกิจ |
| 5.2 วิธีการสอน |
| - มอบหมายงาน และ นำตัวอย่างการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและรับผิดชอบต่อสังคม |
| - การนำเสนอรายงาน |
| 5.3 วิธีการประเมินผล |
| - รายงานที่นำเสนอ |
| - สอบกลางภาคและปลายภาค |

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

| |
|---------------------|
| 1. แผนการสอน |
|---------------------|

| ลำดับที่ | หัวข้อ/รายละเอียด | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี) | ผู้สอน |
|----------|---|---------------|--|-----------------------|
| 1 | Foundation of Strategic Customer Relationship Management Today | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา | เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (1) |
| 2 | Relationship Marketing and the Concept of Customer Value - Managing CRM Databases and Value | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา | เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (2) |
| 3 | Strategic CRM with case study Machines, Inc. (IBM) | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา | เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (3) |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 4 | Implementing the CRM Strategy | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา | เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (4) |
| 5 | Customer Analytics Part I - Topics discussed: | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ และกำหนดปัญหา | เฉลิมพล ศรีสุวรรณ (5) |
| 6 | Software Tools for CRM Implementation | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่าง ประกอบ จัดกลุ่มโครงการ 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, | รายงานและการนำเสนอโครงการ | ก่อนสอบกลาง ภาคและปลาย ภาค | 15% |

| | | | | |
|--|------------------------------|--|--|--|
| | PLO-2A, PLO-3B, PLO-4B | | | |
|--|------------------------------|--|--|--|

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools
by V. Kumar and Werner Reinartz 3rd 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

-

| |
|---|
| <p>1. กลยุทธ์การประเมินการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สอบถามเมื่อผ่านการสอบกลางภาค - ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา |
| <p>2. การปรับปรุงการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำผลการประเมินเพื่อพัฒนาการสอน - ศึกษาข้อควรปรับปรุงการสอนจากสื่อวิดีโอที่บันทึกการสอน - |
| <p>3. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</p> <p>ทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา จากรายงานกลุ่ม-นำเสนอผลงาน ข้อสอบ-คะแนนสอบ-เกรด และพฤติกรรมการเรียนรู้</p> |
| <p>4. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</p> <p>ให้มีการเฉลยการบ้านอย่างสม่ำเสมอ</p> |