

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
BIS603 การตลาดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Marketing Management)
2. จำนวนหน่วยกิต
3 หน่วยกิต (3-0-9)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ
ประเภทรายวิชา วิชาบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย อาจารย์ผู้สอน/ ผู้รับผิดชอบ
5. ภาคการศึกษา/ ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
6 มกราคม 2564

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1.จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการทางการตลาด 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 รวมถึงการปรับปรุงนโยบายทางการตลาดตามความต้องการเพื่อการแข่งขัน การวิจัยตลาดและการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การสร้างคุณค่า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีให้แก่ลูกค้า การแบ่งกลุ่มตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การสร้างความเข้มแข็งให้กับยี่ห้อสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า โดยการกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อาทิ การขายตรง และการตลาดแบบโมบายการติดต่อด้านการตลาดชุมชนออนไลน์ และการสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาดการกำหนดกลยุทธ์ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต

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 เพื่อให้นักศึกษาปรับตัวได้ 2. กำหนดให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการนำเสนอรายงาน 3. สร้างวินัยในตนเอง และความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ |
| คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ | 1. การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อพัฒนาสังคม ให้เข้าใจถึงผลกระทบต่าง ๆ และการไม่ละเมิดลิขสิทธิ์และสิทธิทางปัญญา |
| <p>2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในแต่ละด้าน</p> <p>2.1. คุณธรรม จริยธรรม</p> <p>2.1.1. ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบต่อ มีวินัย มีจรรยาบรรณวิชาชีพ เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคล การไม่เปิดเผยข้อมูล การไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา มีความซื่อสัตย์ในการจัดการทางการตลาด การประกอบธุรกิจต่างๆ โดยมีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติหลักสูตร ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม การเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ - สามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ พิจารณา มองเห็นผลกระทบในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะจัดการและตอบสนองต่อปัญหาในองค์กรและสังคม - สามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และลำดับความสำคัญในการทำงานร่วมกันเป็นทีม - มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม - เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม - เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ | |

2.1.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย เช่น การเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลา การส่งงานตามเวลาที่กำหนด

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด และการตลาดเชิงกลยุทธ์ เช่น การนำรูปภาพยี่ห้อสินค้ามาใช้ในการนำเสนอ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์ที่ไม่สุจริต

- การทำรายงาน หรือการนำข้อมูลจากภายนอกมาใช้ จะต้องมีอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลและเอกสาร

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

- เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่มีประสบการณ์หลากหลายในแต่ละเรื่องมาร่วมเป็นวิทยากร เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานจริง

- เข้าร่วมกิจกรรมสนทนาผ่านกระดานแสดงความคิดเห็น และร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหลากหลายมุมมอง หลากหลายแหล่งความรู้

2.1.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียนการส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม

- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม

- ประเมินผลการนำเสนอผลงานและรายงานที่มอบหมาย

2.2. ความรู้**2.2.1. ผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

- มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ตลอดจนทฤษฎีที่สำคัญ และนำมาประยุกต์กับการทำงานในชีวิตประจำวัน

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

2.2.2.กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

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

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ
- นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎี และอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน
- บทสรุปประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ จำนวน 1 หน้ากระดาษ A4 ทุกครั้งหลังเรียน
- เข้าร่วมกิจกรรมสนทนาผ่านกระดานแสดงความคิดเห็น
- เชิญผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ในการทำงานจริงมาร่วมเป็นวิทยากร เพื่อให้ประสบการณ์ที่หลากหลายแก่นักศึกษา

2.2.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- ทดสอบก่อนเรียนวิชา สอบกลางภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎีที่ใช้ความเข้าใจ สอบปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในการแก้ปัญหา และทดสอบหลังเรียนจบวิชา

- วัดผลจากการนำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎี อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และบทสรุปประเด็นสำคัญที่เรียนรู้

- ร่วมกันทำงานกลุ่ม โดยจัดทำแผนกลยุทธ์ การทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ และนำเสนอผลงานในรูปแบบ

Event Marketing

2.3.ทักษะทางปัญญา

2.3.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- ใช้ความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการจัดการบริบทใหม่ที่ไม่คาดคิดทางระบบสารสนเทศทางธุรกิจ และพัฒนาแนวคิดริเริ่มและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา

- พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาในการจัดการตลาด การตลาดเชิงกลยุทธ์ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์

2.3.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- อภิปรายกลุ่มในการวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด ด้วยกระบวนการ Workshop
- จัดทำแผนกลยุทธ์ โดยการรวบรวมข้อมูลการตลาดและสินค้าที่สนใจ วิเคราะห์และเสนอแนวทางในการแข่งขัน และการนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing
- การแสดงความคิดเห็นผ่านกระดานสนทนา และการอภิปรายในชั้นเรียน

2.3.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- สอบปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์แนวคิดการจัดการตลาด และการประยุกต์ใช้แนวคิดทางการจัดการตลาดและการตลาดเชิงกลยุทธ์
- อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา
- ร่วมกันทำงานกลุ่ม โดยจัดทำแผนกลยุทธ์ การทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ และนำเสนอผลงานในรูปแบบ Event Marketing

2.4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**2.4.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และผู้เรียนกับผู้สอน
- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา

2.4.2.กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎีในรูปแบบการทำงานกลุ่ม
- นำเสนอแผนกลยุทธ์/แผนการตลาด และผลงานในรูปแบบ Event Marketing ในลักษณะบทบาทสมมติ

ซึ่งเป็นคณะกรรมการบริหารบริษัท/องค์กรนั้น ๆ

- การวิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด/กลยุทธ์ในรูปแบบการทำงานกลุ่ม และบทบาทสมมติ
- อภิปรายทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา

2.4.3.กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- ประเมินโดยกลุ่มเพื่อน และอาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยไม่มีการประเมินกลุ่มตนเอง ตามแบบฟอร์มที่กำหนด
- รายงานหรือแผนการตลาด/แผนกลยุทธ์ที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม
- การนำเสนอผลสรุปในชั้นเรียน ประเมินโดยอาจารย์

2.5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**2.5.1.ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข เช่น การจัดทำแผนการตลาด จำเป็นต้องคำนวณรายได้ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน สัดส่วนผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน เป็นต้น
- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน
- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา
- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล การใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตเพื่อ

นำเสนอบริษัทจำลอง การสื่อสารการทำงานในกลุ่มผ่านห้องสนทนา Chat Room การสนทนาผ่านกระดานสนทนา ทักษะในการนำเสนอรายงาน โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2.5.2. กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ

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

- นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2.5.3. กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ

- การนำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ และการนำเสนอแผนกลยุทธ์ ด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

- การจัดทำเว็บไซต์ ด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

- การมีส่วนร่วมในการอภิปรายทั้งในชั้นเรียนและในกระดานสนทนา

3. แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ผลการเรียนรู้ในตารางมีความหมายดังนี้

คุณธรรม จริยธรรม

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม การเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

- สามารถนำความรู้ไปวิเคราะห์ พิจารณา มองเห็นผลกระทบในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะจัดการและตอบสนองต่อปัญหาในองค์กรและสังคม

- สามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และลำดับความสำคัญในการทำงานร่วมกันเป็นทีม

- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

ความรู้

- มีความรู้และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเนื้อหาสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ตลอดจนทฤษฎีที่สำคัญ และนำมาประยุกต์กับการทำงานในชีวิตประจำวัน

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

ทางการจัดจำหน่าย และการกำหนดกลยุทธ์ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต

ทักษะทางปัญญา

- ใช้ความรู้ทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในการจัดการบริบทใหม่ที่ไม่คาดคิดทางระบบสารสนเทศทางธุรกิจ และพัฒนาแนวคิดริเริ่มและสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองประเด็นหรือปัญหา

- พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดอย่างเป็นระบบ มีการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาในการจัดการตลาด การตลาดเชิงกลยุทธ์ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และผู้เรียนกับผู้สอน

- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม

- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- ทักษะการคิดคำนวณ เชิงตัวเลข เช่น การจัดทำแผนการตลาด จำเป็นต้องคำนวณรายได้ ค่าใช้จ่าย ผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน สัดส่วนผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน เป็นต้น

- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งด้านการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน

- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา

- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล การใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอบริษัทจำลอง การสื่อสารการทำงานในกลุ่มผ่านห้องสนทนา Chat Room การสนทนาผ่านกระดานสนทนา ทักษะในการนำเสนอรายงาน โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1.แผนการสอน

| สัปดาห์ ที่ | หัวข้อ/รายละเอียด | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ ใช้ (ถ้ามี) | ผู้สอน |
|----------------|---|------------------|--|----------------------|
| 1 | Overview and Learning Strategy [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | ทดสอบก่อนเรียนวิชา แนะนำรายละเอียดวิชา เนื้อหา/ ขอบเขต เอกสารและแหล่งข้อมูล ที่ใช้ศึกษาเพิ่มเติม, แนวทางการ เรียนรู้, การวัดและประเมิน ผลสัมฤทธิ์, การจัดกลุ่ม การแบ่ง งานที่รับผิดชอบ ตอบข้อสงสัย | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 2 | Understanding Marketing Management [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษา อภิปรายกลุ่ม แสดง ความคิดเห็น ถาม-ตอบ | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 3 | Developing Marketing Strategies and Plans [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง กรณีศึกษา อภิปรายกลุ่ม แสดง ความคิดเห็น ถาม-ตอบ | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 4 | Capturing Marketing Insights (Chapter 3-4), G1 Connecting with Customers (Chapter 5-6), G2 [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎีและจากผู้สอน โดย การนำเสนอองานกลุ่ม แสดงความ คิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 5 | Connecting with Customers (Chapter 7-8), G3 Building Strong Brands (Chapter 9-10), G4 [Online, Sat 12.00-16.30 PM] | 3 | นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎีและจากผู้สอน โดย การนำเสนอองานกลุ่ม แสดงความ คิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปประเด็น สำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 6 | Building Strong Brands (Chapter 11,14), G5 | 3 | นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎีและจากผู้สอน โดย | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |

| สัปดาห์ที่ | หัวข้อ/รายละเอียด | จำนวนชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี) | ผู้สอน |
|------------|---|--------------|--|--|
| | Shaping the Market Offerings (Chapter 12-13), G6 [Online, Sat 12.00-16.30 PM] | | การนำเสนองานกลุ่ม แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปรประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง | |
| 7 | Delivering Value (Chapter 15-17), G7 Communicating Value (Chapter 17-19), G8 [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | นำเสนอผลสรุปข้อมูลการเรียนรู้ จากทฤษฎีและจากผู้สอน โดยการนำเสนองานกลุ่ม แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปรประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 8 | Mid-Term Examination | 2.5 | | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 9 | Workshop – Marketing Strategic Plan I [Online, Sat 12.00-18.00 PM] | 6 | วิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด/กลยุทธ์ด้วยกระบวนการ Workshop, การอภิปรายกลุ่ม แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปรประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 10 | Workshop – Marketing Strategic Plan II [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | วิเคราะห์และจัดทำแผนการตลาด/กลยุทธ์ด้วยกระบวนการ Workshop, การอภิปรายกลุ่ม แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ สรุปรประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ | อ.ธนิตสรณ์ จิระพรชัย |
| 11 | Group Assignment I [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | การจัดเวลาให้นักศึกษาทำงานกลุ่มโดยอิสระ | [Self/Group Learning, Online] |
| 12 | Hot Issue in Internet Marketing: [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ ชักถามข้อสงสัย และสรุปประเด็นสำคัญที่ได้เรียนรู้ | อ.ณัฐวุฒิ อติรัตน์ (Guest Speaker) |
| 13 | Hot Issue in Business Intelligence Analysis's Tools: [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบและทำกิจกรรม Workshop ร่วม แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ ชักถามข้อสงสัย และสรุป | อ.दनัยรัฐ ธนบดีธรรม- จारी (Guest Speaker) |

| สัปดาห์ ที่ | หัวข้อ/รายละเอียด | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ ใช้ (ถ้ามี) | ผู้สอน |
|----------------|---|------------------|--|--|
| | | | ประเด็นสำคัญที่ได้เรียนรู้ | |
| 14 | Group Assignment II [Online, Sat 12.00-15.00 PM] | 3 | การจัดเวลาให้นักศึกษาทำงาน กลุ่มโดยอิสระ | [Self/Group Learning, Online] |
| 15 | Case Study / Group Discussions /Presentation I [Online, Sun 9.00-17.00 PM] | 7 | นำเสนอแผนการตลาด และ ผลงานผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่ม ในรูปแบบ Event Marketing โดยมีการนำเสนอ จัดกิจกรรม ตามบุรุษของแต่ละกลุ่ม เปิด โอกาสให้เพื่อนกลุ่มอื่นแสดง ความคิดเห็น ถาม-ตอบ ชักถาม ข้อสงสัย และมีการสรุปประเด็น สาระสำคัญ สิ่งที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับ ใช้ในธุรกิจจริงจากอาจารย์ผู้สอน ทดสอบหลังเรียน | อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย/ ดร.วิฑิตา จงสุขชัยสิทธิ์/ ผศ.ดร. อูมาพร สุภ- สิทธิ์เมธี |
| 16 | Case Study / Group Discussions /Presentation II [Online, Sun 9.00-17.00 PM] | 7 | นำเสนอแผนการตลาด และ ผลงานผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่ม ในรูปแบบ Event Marketing โดยมีการนำเสนอ จัดกิจกรรม ตามบุรุษของแต่ละกลุ่ม เปิด โอกาสให้เพื่อนกลุ่มอื่นแสดง ความคิดเห็น ถาม-ตอบ ชักถาม ข้อสงสัย และมีการสรุปประเด็น สาระสำคัญ สิ่งที่ได้เรียนรู้ รวมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับ ใช้ในธุรกิจจริงจากอาจารย์ผู้สอน ทดสอบหลังเรียน | อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย/ ดร.วิฑิตา จงสุขชัยสิทธิ์/ ผศ.ดร. อูมาพร สุภ- สิทธิ์เมธี |
| 17 | Final Examination | 2.5 | | อ.ชนิดสรณ์ จิระพรชัย |

| 2 แผนการประเมินผลการเรียนรู้ | | | |
|------------------------------|--|---------------------|----------------------------|
| กิจกรรม ที่ | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนของการ ประเมินผล |
| 1 | สอบกลางภาค | 10 | 20% |
| | สอบปลายภาค | 15 | 35% |
| 2 | ศึกษา ค้นคว้า นำเสนอผลสรุป ข้อมูลการเรียนรู้จากทฤษฎี สรุปประเด็นสำคัญที่เรียนรู้ในแต่ละครั้ง นำเสนอแผนการ ตลาด และผลงานในรูปแบบ Event Marketing การส่งงานกลุ่มตามที่มอบหมาย | ตลอดภาค การศึกษา | 40% |
| 3 | การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน | ตลอดภาคการศึกษา | 5% |

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- Philip Kotlers., Kevin Lane Keller. “Marketing Management” 15th Edition. By Pearson Education, Inc.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- Business Magazine-MBA, e-Leader, Corporate Thailand, Harvard Business Review.
- Marketeer Magazine
- Positioning Magazine
- MarketPlus Magazine
- BrandAge
- <http://www.strategy-business.com>
- <http://www.businesssthai.in.th>
- <http://www.manager.co.th>
- <http://www.brandage.com>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอน ได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

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 เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้นี้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัย

ของอาจารย์หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ