



มคอ. 3 รายละเอียดรายวิชา
Course Specification

รหัสวิชา 0705315 การจัดการการตลาด
(MARKETING MANAGEMENT)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555
คณะคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยทักษิณ

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	1
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	1
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	2
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	2
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	4
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	6
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	7

รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยทักษิณ
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อ 0705315 การจัดการการตลาด
2. จำนวนหน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา พื้นฐานเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
5. ภาคเรียน/ชั้นปีที่เรียน ภาคเรียน 1/2557 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pro-requisite) 0705112 หลักการตลาด
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) ไม่มี
8. สถานที่เรียน คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา : เพื่อให้ผู้เรียน
 - (1) อธิบายแนวความคิดและกระบวนการทางการบริหารการตลาดได้
 - (2) วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาดเพื่อใช้ประกอบการวางแผนและตัดสินใจทางการตลาดได้
 - (3) นำทฤษฎีทางการบริหารการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์กรณีศึกษา รวมถึงการวางแผนการตลาดได้
2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
 เพื่อให้สอดคล้องกับสถานะการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ แนวคิดในการประกอบธุรกิจ การแข่งขันเชิงธุรกิจ รวมทั้งการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ และการดำเนินชีวิตประจำวัน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาการปรับตัวทางการตลาดสู่เศรษฐกิจใหม่ การวางแผนกลยุทธ์การตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การรวบรวมสารสนเทศและการวิจัยการตลาด การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้ซื้อ การตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การจัดการการบริการ การพัฒนา กลยุทธ์ราคา การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน การจัดการการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการ และจริยธรรมทางการตลาด

2. หัวข้อและจำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคเรียน

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง/ภาคเรียน	-	-	90 ชั่วโมง/ภาคเรียน

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นิสิตเป็นรายบุคคล

3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนิสิต

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

(1) มีคุณธรรมและจริยธรรม โดยเน้นความมีวินัย ซื่อสัตย์สุจริต เสียสละ สุภาพ อ่อน น้อมถ่อมตน ขยันและอดทน และยึดหลักธรรมในการดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง

(2) มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อหน้าที่ต่อตนเองและสังคม

(3) ตระหนักและเห็นคุณค่าศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ในสังคมพหุวัฒนธรรม รวมถึงการเคารพสิทธิมนุษยชน

1.2 วิธีการสอน

(1) ส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกให้กับนิสิต อาจารย์และบุคลากรคณะในการรักษาระเบียบวินัยของมหาวิทยาลัย มีส่วนร่วมในการพัฒนาคณะและมหาวิทยาลัย ชุมชนและการตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และความซื่อสัตย์สุจริต

(2) อาจารย์ผู้สอนทุกคนช่วยกันสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชารวมทั้งฝ่ายกิจการนิสิตของคณะต้องส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพให้กับนิสิตโดยการจัดโครงการ/กิจกรรมพัฒนาจิตสาธารณะ และการทำประโยชน์ให้กับชุมชน กิจกรรมภายใน ได้แก่ การยกย่องชมเชยนิสิตที่ประพฤติปฏิบัติชอบเป็นที่ประจักษ์ นิสิตที่ทำประโยชน์ให้กับสังคม

1.3 วิธีการประเมิน

- (1) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่พึงประสงค์
- (2) ประเมินผลสัมฤทธิ์ด้านความเข้าใจในจริยธรรมและจรรยาบรรณทางธุรกิจ

2. ด้านความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ
- (2) มีโลกทัศน์ที่กว้างไกล สามารถบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ ไปประยุกต์เพื่อพัฒนาตนเองและสังคมได้

2.2 วิธีการสอน

- (1) จัดการเรียนการสอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในทุกรายวิชา มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้
- (2) การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง โดยการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมาบรรยายเฉพาะเรื่อง

- (3) การเรียนรู้จากประสบการณ์และการถ่ายทอดของผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้เชี่ยวชาญ

2.3 วิธีการประเมิน

- (1) การทดสอบย่อย
- (2) การสอบกลางภาค
- (3) การสอบปลายภาค
- (4) การรายงานแผนการตลาดโดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียน และเอกสารรายงาน

3. ด้านทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) มีกระบวนการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาในการจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ
- (2) มีความมุ่งมั่น ใฝ่รู้ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถนำความรู้ไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์สังคม 3

3.2 วิธีการสอน

- (1) จัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และเป็นระบบ คิดอย่างมีวิจารณญาณ คิดสร้างสรรค์ คิดแก้ปัญหา และตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

- (2) มีความมุ่งมั่น ใฝ่รู้ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถนำความรู้ไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์สังคม

- (3) สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง

3.3 วิธีการประเมิน

- (1) การสอนแบบการสัมมนา อภิปรายกลุ่ม
- (2) การฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน หรือในสถานประกอบการ
- (3) การสอนโดยใช้กรณีศึกษา โจทย์ปัญหา

4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) เคารพระเบียบสังคม และมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ชุมชน และสังคม
- (2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เคารพและให้คุณค่าแก่ตนเองและผู้อื่น
- (3) มีจิตอาสาและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกของชุมชนและสังคม

(4) เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับสมาชิกในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างมีความสุข

4.2 วิธีการสอน

- (1) ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้ทำเป็นงานกลุ่มและรายบุคคล
- (2) มีการฝึกแบบฝึกหัดและรายงานในชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมิน

- (1) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่มและความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี

5.1 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีที่ต้องพัฒนา

(1) มีความสามารถในการสืบค้นรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ สรุปประเด็น นำเสนอและสื่อสารโดยใช้ภาษาประจำชาติและภาษาที่สองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- (2) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศอย่างเหมาะสมและรู้เท่าทัน

5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานในรายวิชาต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการปฏิบัติการโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางธุรกิจ

- (2) จัดให้มีการทำ/นำเสนอรายงานแผนการตลาด4

5.3 วิธีการประเมิน

(1) ใช้แบบประเมินผลงานที่มอบหมาย โดยมีเกณฑ์การประเมินเกี่ยวกับ เทคนิคการนำเสนอ ความถูกต้องและความสามารถในการสื่อสาร

- (2) ผลการสอบและรายงานแผนการตลาด

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมิน

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและสื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
1	แนะนำรายวิชา การตลาดยุคปัจจุบัน	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
2-3	การวางแผนกลยุทธ์การตลาด	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
4	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบ ร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและสื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
5	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง การตลาด	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน - การเรียนรู้โดยการใช้สื่อ	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
6	การรวบรวมสารสนเทศและการวิจัย การตลาด	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
7	การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้ซื้อ	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
8	การตลาดเป้าหมาย	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
9	การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และ ตราสินค้า	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
10	การจัดการการบริการ	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
11	กลยุทธ์ราคา	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
12	การจัดการช่องทางการตลาดและห่วง โซ่อุปทาน	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
13	การจัดการการสื่อสารตลาด แบบบูรณาการ	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน* (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและ สื่อที่ใช้	ผู้สอน
14	จริยธรรมทางการตลาด	3	- บรรยาย - การเรียนรู้ด้วยตัวเอง - การเรียนรู้แบบร่วมมือเรียน ร่วมกัน	ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
15	นำเสนอแผนการตลาด	3		ผศ.ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ
สอบปลายภาค				

2. แผนประเมินการเรียนรู้

(● : ประเมินเฉพาะความรับผิดชอบหลัก)

ลำดับการ ประเมิน	ผลการเรียนรู้	ลักษณะการประเมิน (เช่น สอบ รายงาน โครงการงาน ฯลฯ)	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของ คะแนนที่ ประเมิน
1	1.4, 2.1, 4.2	รายงานแผนการตลาดและกิจกรรม กลุ่ม	ทุกสัปดาห์	40
2	1.4, 2.1, 3.1	การสอบกลางภาค	ตามปฏิทิน	30
3	1.4, 2.1, 3.1	การสอบปลายภาค	ตามปฏิทิน	30

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

ปราณี เอี่ยมลออภักดี. (2557). บริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ธนาเพรส.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

Kotler, P. and Keller, K.L. (2012). Marketing Management. (14th ed.). Upper Saddle River: Pearson.
อรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). การตลาดบริการ. สงขลา : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ วารสารทางธุรกิจ เช่น MBA, MARKETEEER, ผู้จัดการ เป็นต้น

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนิสิต

- 1.1 การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- 1.2 การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- 1.3 แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- 2.1 การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- 2.2 ผลการสอบ
- 2.3 การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้ นิสิตประเมินอาจารย์ผ่านระบบประเมินของมหาวิทยาลัยในรูปแบบ online เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน

3. การปรับปรุงการสอน

- 3.1 เรียนเชิญวิทยากร/ผู้เชี่ยวชาญ/นักการตลาดที่มีชื่อเสียงมาบรรยาย ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ เพื่อให้ นิสิตมีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากกรณีศึกษาของอาจารย์
- 3.2 สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- 3.3 การวิจัยในและนอกชั้นเรียนปรับปรุงรายวิชาทุก 2 ปี

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนิสิตในรายวิชา

- 4.1 ในระหว่างกระบวนการเรียนการสอนมีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในผลการเรียนรู้ที่วัดและประเมินผ่านแล้ว
- 4.2 ในการสอบปลายภาคให้มีการวัดและประเมินผลผลการเรียนรู้ที่สำคัญๆ อีกครั้ง
- 4.3 การสอบสัมภาษณ์เพื่อประมวลการเรียนรู้ในรายวิชา
- 4.4 การตรวจผลงานให้มีการสุ่มสัมภาษณ์เพื่อประเมินผลงานคณะอนุกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา และคณะกรรมการประจำคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจตรวจสอบผลการเรียนรู้ของนิสิต โดยตรวจสอบข้อสอบ วิธีการให้คะแนนสอบ และค่าระดับชั้น