



มคอ 3 รายละเอียดรายวิชา

รหัสวิชา 8133023

ชื่อวิชา การวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา
(Marketing Analysis for Advertising)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	3
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	4
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5-7
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	8-12
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	13-14
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	13-14

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะ นิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 8133023 ชื่อวิชา การวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา

(Marketing Analysis for Advertising)

2. จำนวนหน่วยกิต หรือจำนวนชั่วโมง

3 (2 – 2 – 5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทรายวิชา

หลักสูตร การสื่อสารมวลชน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา: อาจารย์สมพงษ์ เสงี่ยมณี

อาจารย์ผู้สอน: อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 2/ ปีการศึกษา 2559

6. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

7. รายวิชาที่ต้องการเรียนพร้อมกัน (CO-requisites) (ถ้ามี)

-ไม่มี-

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

ธันวาคม 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์ทางการตลาด อาทิ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและโอกาส พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การนำผลการวิจัยด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนงานโฆษณาและการแก้ปัญหาการสื่อสารด้านการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพิ่มกิจกรรมการเรียนรู้และเสริมแนวคิดเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ทางการตลาดเพื่องานโฆษณา การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการแก้ปัญหาการสื่อสารด้านการตลาดเพื่องานโฆษณา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

การศึกษาความหมาย แนวคิด กระบวนการ องค์ประกอบการวางแผนและลงมือทดลองฝึกปฏิบัติการการวิเคราะห์กิจกรรมทางการตลาดเพื่องานโฆษณา

1. คำอธิบายรายวิชา

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยายและอภิปราย ระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา จำนวน 20 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

4 ชั่วโมง ทุกวันพุธ เวลา 08.00 – 12.00 น. ณ คณะนิเทศศาสตร์

หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

มาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

วิชา การวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา มีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and Moral)

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	1.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน
○	1.2 ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน
○	1.3 มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อวิชาชีพและสังคม
○	1.4 เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นในการปฏิบัติงานร่วมกัน
○	1.5 ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ
○	1.6 เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม

วิธีการสอนที่จะพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- 1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้นเรียน เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา การคุ้มครองผู้บริโภค
- 2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย
- 3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน
- 4) อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินจากควมมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมชั้นเรียน ยินดีเข้าร่วมกิจกรรมของคณะ และมหาวิทยาลัย
- 2) ประเมินจากการตรงต่อเวลาของนักศึกษาในการเข้าเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย การเข้าร่วมกิจกรรม เช่นการเข้าชั้นเรียนตามเวลาที่กำหนดในตารางเรียน
- 3) ประเมินจากพฤติกรรมของนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม

2. ความรู้

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
•	2.2 สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชานิตศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
•	2.3 สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพนิตศาสตร์มาประยุกต์แก้ไขปัญหาในงานการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
•	2.4 มีความรู้และทักษะในการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
○	2.5 มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

- 1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ
- 2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี เช่น การวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- 3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ตรง
- 4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

- 1) การทดสอบย่อย
- 2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- 3) การรายงาน/แผนงาน/โครงการ
- 4) การนำเสนอผลงานภาคปฏิบัติ
- 5) ประเมินจากผลการฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

เน้นการใช้วิธีการวัดหลากหลายตามเนื้อหาและกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้เรียนจาก แฟ้มสะสมงาน แบบฝึกหัด การสังเกต การสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องในชั้นเรียน วิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม สอบกลางภาค สอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
•	3.1 สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	3.2 ใช้ทักษะปัญญาสร้างสรรค์โครงการที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
●	3.3 สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้แนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง

วิธีการสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะปัญญา

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดำเนินกิจกรรมวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
- 2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เช่น ให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกปฏิบัติการดำเนินกิจกรรมการวิเคราะห์การตลาดเพื่อการโฆษณา
- 3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น การจัดทำกิจกรรม โดยให้นักศึกษารู้จักวางแผนในการทำงานทั้งงานเดี่ยว และงานกลุ่มโดยรู้ลำดับขั้นตอนความสำคัญ และแหล่งที่มาของข้อมูล ถ่ายภาพประกอบการทำงานอธิบายในรายงาน

วิธีการประเมินผล

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา หรือสังเกตการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ การแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ

- พิจารณาจากการอภิปรายงานกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงาน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
●	4.1 สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการมอบหมายงานที่ต้องมีการระดมความคิดและปฏิบัติงานร่วมกัน
●	4.2 มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและงานกลุ่ม
●	4.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง
●	4.4 สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ
○	4.5 สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
○	4.6 วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ

วิธีการสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- 1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สังเกตจากการสร้างมนุษยสัมพันธ์มอบหมายให้นักศึกษาร่วมกันทำงานเป็นคู่และเป็นกลุ่ม การนำเสนอผลงานกลุ่ม

2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในรายวิชาต่าง ๆ สืบเนื่องจากภาวะผู้นำและผู้ตาม ความสามารถในการทำงานเป็นทีมการรู้จักเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

วิธีการประเมินผล

- 1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- 2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานเป็นกลุ่ม และงานที่ได้รับมอบหมายในแต่ละบท
- 3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม สืบเนื่องจากพฤติกรรมการทำงานภายในกลุ่ม
- 4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- 5) ประเมินโดยเพื่อนร่วมชั้น

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ความ รับผิดชอบ	ผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐาน TQF
○	5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
○	5.2 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์
●	5.3 เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผน อย่างเป็นระบบ
○	5.4 แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

วิธีการสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การสืบค้นรายงาน บทความ นำเสนอในชั้นเรียนได้อย่างเหมาะสม

2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์และสถิติ ประกอบการดำเนินกิจกรรม/ชิ้นงาน

วิธีการประเมินผล

ประเมินจากความสามารถในการใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์และสถิติเพื่ออธิบายและอภิปรายผลงานได้อย่างเหมาะสม

- ประเมินผลจากกระบวนการ ขั้นตอนในการดำเนินการจัดกิจกรรม/ชิ้นงาน
- พิจารณาจากการนำเสนอผลงานจากการใช้ และสืบค้นเทคโนโลยีการสื่อสาร การค้นคว้า การสร้างสรรค์

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
1	4	ความหมายและความสำคัญของการตลาด -ความหมายของการวางแผนการตลาด -บทบาทหน้าที่ของการตลาด -วิวัฒนาการของการตลาด -แนวความคิดการตลาด -ความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดกับศาสตร์อื่นๆ	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับ ความหมายและความสำคัญของการวางแผน การตลาดเบื้องต้น	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร - สื่อ Power Point -ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
2-3	8	วิธีเตรียมตัวเพื่อการทบทวนธุรกิจ -การตั้งคำถามเพื่อทบทวนธุรกิจตาม ขั้นตอน -การพัฒนาตารางเพื่อเติมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ วิธีเตรียมตัวเพื่อ การทบทวนธุรกิจ	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
4	4	การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาส -การวิเคราะห์โอกาส -แนวความคิดของโอกาสทาง	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถ อธิบายและวิเคราะห์ข้อมูล ทบทวนสถานการณ์ธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาส ตลอดจนสามารถ	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		การตลาด -การกำหนดจุดประสงค์ของบริษัท -การพัฒนากลยุทธ์การตลาด -ปัญหาและโอกาส -การจำแนกปัญหาและโอกาส	ประยุกต์นำข้อมูลมาใช้ประโยชน์	-สรุปท้ายบทเรียน	-ตำรา - งานเดี่ยว		
5	4	การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย -ที่มาของการแบ่งส่วนตลาด -แนวคิดการแบ่งส่วนตลาด -หลักการแบ่งส่วนตลาด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ข้อมูล การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
6	4	การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ต่อ) -เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพ -ประโยชน์จากการแบ่งส่วนตลาด -การตลาดเป้าหมาย -เกณฑ์การเลือกกลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย -การแบ่งส่วนตลาด และการจัด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ข้อมูล การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet - งานเดี่ยว	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		ผลิตภัณฑ์แตกต่าง -การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการแบ่ง ส่วนตลาด					
7		สอบกลางภาค					
8-9	8	การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค -ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ ตลาดผู้บริโภค -พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและวิเคราะห์ได้ ในประเด็นการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet -ตำรา - งานเดี่ยว	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
10	4	การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ) -ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค -ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและวิเคราะห์ได้ ในประเด็นการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet - ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
11-12	8	ระบบข่าวสารและการวิจัยตลาด -ระบบข่าวสารทางการตลาด -ประโยชน์ของระบบข่าวสารทาง การตลาด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในข่าวสารและ การวิจัยตลาด เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้และ แก้ปัญหา	-บรรยาย -กรณีศึกษา -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - Internet - ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		-ความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารทาง การตลาดกับการวิจัยตลาด -การวิจัยตลาด					
13	4	การส่งเสริมการตลาดและการ สื่อสารการตลาด -การสื่อสารการตลาดต้องอาศัย กระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ -การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนำไปสู่ การยอมรับ -วัตถุประสงค์ของการส่งเสริม การตลาด -รูปแบบการส่งเสริมการตลาด -ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด -ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเลือกใช้ ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด -ปัญหาที่ต้องคำนึงถึงเวลาจัดทำกล ยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในการส่งเสริม การตลาดและการสื่อสารการตลาด การสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพ	-บรรยาย -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน	-เอกสาร สื่อ Power Point - ตำรา	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	
14	4	การโฆษณา -เป้าหมายของการโฆษณา	มอบหมายงานให้นักศึกษา ทบทวนโจทย์การโฆษณา พร้อมยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ประกอบ เพื่อนำมา	-ลงมือปฏิบัติ -อภิปรายร่วมกัน	-สื่อต่างๆ Power Point	อ.ภารดี พิ่งสำราญ	

สัปดาห์ ที่	จำนวน คาบ	เรื่อง	จุดประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนรู้	สื่อ อุปกรณ์	ผู้สอน	หมายเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> -ขั้นตอนของการจัดทำกลยุทธ์การโฆษณา -ขนาดของงบประมาณโฆษณา -การสร้างสรรค้ข่าวสารโฆษณา -การเลือกสื่อโฆษณา -การกำหนดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการโฆษณา -การวัดประสิทธิผลของการโฆษณา -ประโยชน์ของการโฆษณาที่มีต่อผู้บริโภค 	วิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา	<ul style="list-style-type: none"> -สรุปท้ายบทเรียน -นำเสนอผลงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet -นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน 		
15	4	ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา พร้อมนำเสนอ	มอบหมายงานให้นักศึกษา วิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณาและนำเสนอ	<ul style="list-style-type: none"> ลงมือปฏิบัติ -อภิปรายร่วมกัน -สรุปท้ายบทเรียน -นำเสนอผลงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -สื่อต่างๆ Power Point - Internet -นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน 		
16		สอบปลายภาค					

แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม ที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การประเมินผล
1	1. คะแนนระหว่างภาค	- กิจกรรมรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม แบบฝึกหัด	2 – 15	40%
2	1. คะแนนสอบ	- คะแนนสอบกลางภาค - คะแนนสอบปลายภาค	8 16	50%
3	1. พฤติกรรม 2. จิตสาธารณะ	- การเข้าชั้นและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน - การมีมารยาทและการปฏิบัติตาม กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย - ส่งงานภายในระยะเวลาที่กำหนด	1 – 15	10%
		รวม		100%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

-อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2547).กลยุทธ์การตลาด.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.กรุงเทพฯ.

-อัจจิมา เศรษฐบุตรและคณะ.(2547).การบริหารการตลาด.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรุงเทพฯ.

-เพลินทิพย์ โกเมศโสภ.(2546).การวางแผนการตลาด.ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กรุงเทพฯ.

- เสรี วงษ์มณฑา.(2542).กลยุทธ์การตลาด:การวางแผนการตลาด ดวงกลม สมัย จำกัด.กรุงเทพฯ.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- Positioning Magazine

- นิตยสาร Marketer

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-พิชัย ศิริจันทน์นท์ สุดยอดแคมเปญโฆษณาโดนใจ 2543-2548

-www.google.com

- www.tu.ac.th

- www.chula.ac.th

-<http://www.positioningmag.com/>

-<http://www.marketeer.co.th/>

-เว็บไซต์ของหน่วยงาน/องค์กรและภาคเอกชน

หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ที่จัดทำโดยนักศึกษาได้จัดกิจกรรมในการนำเสนอแนวคิด และความเห็นจากนักศึกษา ดังนี้

- การร่วมอภิปรายระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์พฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์ประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน มีกลยุทธ์ ดังนี้

- แบบประเมินการสอนด้วยตนเอง
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- การสัมภาษณ์นักศึกษา

3. กลไกการปรับปรุงการสอน

- ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีสอนจากผลการประเมินรายวิชา
- ประชุมผู้สอน เพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้อันของนักศึกษา และหาแนวทางแก้ไขในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของศึกษารายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทบทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชาได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย การตั้งคณะกรรมการในสาขาตรวจสอบการประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวน และการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จัดให้มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษาคณะกรรมการประเมินของหลักสูตร/ภาควิชา การรายงานรายวิชาหลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา การทบทวนเนื้อหาที่สอน กลยุทธ์การสอน ปรับปรุงรายวิชาทุกปี เปลี่ยนสลับผู้สอนหรือสอนเป็นทีม