

ตัวอย่างแบบฟอร์ม การเขียนโครงการสอน

ประกอบด้วย

๑. บันทึกข้อความ “ขอส่งโครงการสอน”
๒. ปกหน้า
๓. จุดประสงค์รายวิชา
๔. สมรรถนะรายวิชา
๕. คำอธิบายรายวิชา
๖. ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้ตามจุดประสงค์รายวิชาและสมรรถนะรายวิชา
๗. โครงการสอน/แผนการจัดการเรียนรู้ตลอดภาคเรียน/ กิจกรรมการเรียนการสอน
๘. การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน
๙. สื่อการเรียนการสอน/หนังสือเรียน/หนังสือประกอบ
๑๐. แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม
๑๑. ตารางสอน เทอม ๒/๒๕๖๘



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ แผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย

ที่ วันที่ ...๒๔... ตุลาคม ๒๕๖๘.....

เรื่อง ขออนุญาตส่งโครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

เรียน ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย

ตามที่วิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย ให้ข้าพเจ้านาย/นาง/นางสาว...จุไรรัตน์ เทศบุตร.....

ตำแหน่ง ...พนักงานราชการครู...วิทยะฐานะ.....-.....ประจำแผนกวิชา.....ธุรกิจค้าปลีกและการตลาด....

ปฏิบัติงานการสอนภาคเรียนที่ ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘ จำนวน ...๕... รายวิชา นั้น ข้าพเจ้าได้จัดทำโครงการสอน
ดังนี้

๑. รายวิชา การจัดจำหน่ายทางการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๕ ระดับชั้น ปวส.๑
๒. รายวิชา หลักการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๑๐๐๒ ระดับชั้น ปวส.๑
๓. รายวิชา การตลาดดิจิทัล รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๓ ระดับชั้น ปวส.๑
๔. รายวิชา การวิจัยตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๑๑ ระดับชั้น ปวส.๑
๕. รายวิชา โครงการงานด้านการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๒๔ ระดับชั้น ปวส.๒

ดังนั้น เพื่อให้การจัดการเรียนรู้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้เรียนจึงขอ
อนุญาตส่งโครงการสอน และใช้เป็นแนวทางการจัดการเรียนการสอน ภาคเรียนที่ ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

จึงเรียนเพื่อโปรดทราบและพิจารณาอนุญาต

.....
(นางจุไรรัตน์ เทศบุตร)

ความเห็นหัวหน้าแผนกวิชา	ความเห็นหัวหน้างานพัฒนาหลักสูตรฯ	ความเห็นรองฯฝ่ายวิชาการ	ความเห็นผู้อำนวยการฯ
<input type="radio"/> เห็นควรอนุญาต	<input type="radio"/> เห็นควรอนุญาต	<input type="radio"/> เห็นควรอนุญาต	<input type="radio"/> อนุญาต
<input type="radio"/> เห็นควรไม่อนุญาตเพราะ	<input type="radio"/> เห็นควรไม่อนุญาตเพราะ	<input type="radio"/> เห็นควรไม่อนุญาตเพราะ	<input type="radio"/> ไม่อนุญาตเพราะ
.....
.....
(นางจุไรรัตน์ เทศบุตร)	(นางเกศนีย์ แก่กล้า)	(นางสาวกัญญา หาญชิน)	(นายยุทธพันธ์ โคตรพันธ์)



วิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
โครงการสอน
ประจำภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

๑. รายวิชา การจัดจำหน่ายทางการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๕	ระดับชั้น ปวส.๑
๒. รายวิชา หลักการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๑๐๐๒	ระดับชั้น ปวส.๑
๓. รายวิชา การตลาดดิจิทัล รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๓	ระดับชั้น ปวส.๑
๔. รายวิชา การวิจัยตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๑๑	ระดับชั้น ปวส.๑
๕. รายวิชา โครงการงานด้านการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๒๔	ระดับชั้น ปวส.๒

จัดทำโดย

นางจุไรรัตน์ เทศบุตร

ตำแหน่ง พนักงานราชการครู

แผนกวิชาการตลาด



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา การจัดทำหน่วยทางการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๗ ทฤษฎี.๓.ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.-ชั่วโมง/
สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) รหัส RTS-DSB-๔-๐๐๘ZB อาชีพนักขาย
ระดับ ๔ รหัส RTS-DSB-๕-๐๐๘ZB อาชีพนักขาย ระดับ ๕

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วางแผนและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อกำหนดช่องทางการขายรูปแบบออนไลน์ และออนไลน์ในการ
จัดจำหน่ายสินค้าด้วยความละเอียดรอบคอบและมีความคิดสร้างสรรค์

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจหลักการการจัดจำหน่ายทางการตลาด
๒. มีทักษะการวางแผน กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย
๓. สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายตามกลุ่มเป้าหมาย
อย่างมีความคิดสร้างสรรค์
๔. มีเจตคติและกิริยาที่ดี มีความละเอียดรอบคอบ มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณ
ไหวพริบ มีความคล่องตัวในการทำงานและมีความซื่อสัตย์สุจริต

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้หลักการจำหน่ายการตลาด
๒. วางแผน กำหนดกลุ่มเป้าหมายและกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
๓. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายแบบต่าง ๆ ตามกลุ่มเป้าหมาย
อย่างมีความคิดสร้างสรรค์

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับหลักการการจัดจำหน่ายทางการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย
แบบปกติ (Offline) แบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) และแบบผสมผสาน (Omni Channel) สถาบันคนกลางทาง
การตลาด การจัดการคลังสินค้า การขนส่งและการกระจายสินค้า

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

อาชีพ นักขาย ระดับ ๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
๓๐๑๕๑	ขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้นผ่านการให้ลูก ค้าเป็นสมาชิก และขายสินค้าต่อให้ผู้อื่น	๓๐๑๕๑ ๑	อธิบายคุณค่าและประโยชน์ที่ลูกค้าหรือสมาชิกจะได้รับ พร้อมให้ความรู้และคำแนะนำที่ช่วยขยายฐานลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงฝึกอบรมสมาชิกใหม่ในด้านสินค้า กฎหมาย และภาษี พร้อมประเมินผลและส่งเสริมให้สามารถแนะนำผลิ ตภัณฑ์ต่อได้อย่างมั่นใจ	๑.อธิบายสิทธิประโยชน์และความสำเร็จที่ลูกค้าหรือสมาชิก จะ ได้รับจากสินค้า บริการ และการแนะนำลูกค้าใหม่ ๒.ให้ ความรู้และจัดทำเอกสารสำหรับสมาชิกใหม่ ทั้งด้านสินค้า บริการ และข้อกำหนดทางกฎหมาย พร้อมประเมินผล การฝึกอบรมอย่างเหมาะสม ๓. ส่งเสริมการขายฐานลูกค้า เป้าหมาย โดย สนับสนุนให้สมาชิกใหม่ แนะนำสินค้าและ บริการแก่ลูกค้า รายต่อไปอย่างเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
		๓๐๑๕๑๒	เริ่มต้นจัดจำหน่ายสินค้าและให้คำแนะนำในการเริ่มต้น ธุรกิจแก่ลูกค้ารายใหม่ พร้อมอธิบายรายละเอียด ธุรกิจและดำเนินการ		

			รับสมัครผู้สนใจเข้าร่วม โดยปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำผิดในการชักชวนเข้าร่วมธุรกิจ	กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง	
๓๐๑๖๑	ผู้ปฏิบัติงานสามารถค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านกลยุทธ์เทคโนโลยี และตลาดดิจิทัลได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์และออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรหรือธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องสามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยี	๓๐๑๖๑๑	สร้างแผนกลยุทธ์และเลือกใช้เครื่องมือรวมถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสม	๑.อธิบายสิทธิประโยชน์และความสำเร็จที่ลูกค้าหรือสมาชิกจะได้รับจากสินค้า บริการ และการแนะนำลูกค้าใหม่ ๒.ให้ความรู้และจัดทำเอกสารสำหรับสมาชิกใหม่ ทั้งด้านสินค้า บริการ และข้อกำหนดทางกฎหมาย พร้อมประเมินผลการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม ๓. ส่งเสริมการขายฐานลูกค้าเป้าหมาย โดยสนับสนุนให้สมาชิกใหม่แนะนำสินค้าและบริการแก่ลูกค้ารายต่อไปอย่างเหมาะสม	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน
๓๐๑๖๑	สร้างแผนกลยุทธ์และเลือกใช้เครื่องมือรวมถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสม	๓๐๑๖๑๑	ค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านกลยุทธ์เทคโนโลยี และตลาดดิจิทัล เพื่อวางแผนและออกแบบกิจกรรม	๑. วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า เทคโนโลยีดิจิทัล สภาวะตลาดเพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ที่	การสัมภาษณ์ ข้อสอบข้อเขียน

			<p>ให้สอดคล้องกับ เป้าหมาย พร้อม ติดตามและประเมินผล การดำเนินงานเพื่อการ ปรับปรุง และพัฒนา อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>เหมาะสมกับ เป้าหมาย และ ความต้องการของ ลูกค้า การ สัมภาษณ์ ข้อสอบ ข้อเขียน ๒. ออกแบบกิจกรรม ตามแผนกลยุทธ์ โดยกำหนด วัตถุประสงค์ รูปแบบ และ ช่องทางให้เหมาะ กับกลุ่มเป้าหมาย ๓. ติดตามและ ประเมินผลการ ดำเนินงานเพื่อนำ ไปสู่การปรับปรุง และพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง</p>	
--	--	--	---	--	--

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) การจัดจำหน่ายทางการตลาด				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. หลักการการจัดจำหน่ายทางการตลาด	๑.๑ งานจัดจำหน่ายทางการตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่การจัดจำหน่ายทางการตลาด	๑. บอกแนวคิดทางการตลาด ๒. อธิบายหน้าที่การจัดจำหน่ายทางการตลาด
	๑.๒ งานจัดการสถานะแวดล้อมทางการจัดจำหน่าย		๑. ความรู้เกี่ยวกับสถานะแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ ๒. ความรู้ระดับช่องทางการจัดจำหน่าย	๑. ยกตัวอย่างสถานะแวดล้อมภายในภายนอก ๒. แสดงระดับช่องทางการจัดจำหน่าย
๒. ช่องทางการจัดจำหน่าย	๒.๑ งานจัดระบบการจัดจำหน่าย		๑. ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของระบบการจัดจำหน่าย ๒. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย	๑. บอกองค์ประกอบของระบบการจัดจำหน่าย ๒. แสดงขั้นตอนการวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย
	๒.๒ งานวางรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่าย		๑. ความรู้เกี่ยวกับลักษณะตลาดสินค้า ๒. ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายตามตลาดสินค้า	๑. บอกลักษณะตลาดสินค้าในประเทศ ๒. ใช้ช่องทางให้เหมาะสมกับช่องทางการจัดจำหน่าย
๓. สถานบันทคนกลางทางการตลาด	๓.๑ งานกำหนดคนกลางทำหน้าที่กระจายสินค้า		๑. ความรู้เกี่ยวกับคนกลางทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับการค้าส่งและการค้าปลีก	๑. บอกลักษณะคนกลางแต่ละประเภท ๒. อธิบายประเภทและวิธีการดำเนินงานของคนกลางค้าปลีกและค้าส่ง

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) การจัดจำหน่ายทางการตลาด				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๔. การจัดการ สินค้าคงคลัง	๔.๑ งานจัดการ สินค้าคงคลัง		๑. ความรู้เกี่ยวกับ สินค้าคงคลัง ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ระบบการจัดการ สินค้าคงคลัง	๑. บอกระเภทสินค้าคง คลัง ๒. อธิบายระบบการ จัดการสินค้าคงคลัง
	๔.๒ งานจัด ประเภทสินค้าคง คลัง		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ประเภทของสินค้าคง คลัง ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ต้นทุนที่เกิดจากการ มีสินค้าคงคลัง	๑. บอกระเภทของ สินค้าคงคลัง ๒. ยกตัวอย่างต้นทุนที่ เกิดจากการมีสินค้าคง คลัง
๕. การจัดการ คลังสินค้า	๕.๑ งานคลังสินค้า		๑. ความรู้เกี่ยวกับ คลังสินค้า	๑. บอกหน้าที่หลัก ประเภท ประโยชน์ ของคลังสินค้า
	๕.๒ งานเลือกใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศในการ จัดการคลังสินค้า		๑. ความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยี สารสนเทศในการ จัดการคลังสินค้า	๒. ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศในการ จัดการคลังสินค้าได้ อย่างเหมาะสม
๖. การขนส่ง และโลจิสติกส์ ในการจัด จำหน่าย	๖.๑ งานขนส่ง		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การขนส่งในการจัด จำหน่ายทางการ ตลาด	๑. บอกความสำคัญ ประเภทรูปแบบของ การขนส่ง
	๖.๒ งานโลจิสติกส์		๑. ความรู้เกี่ยวกับโล จิสติกส์	๑. บอกขั้นตอนการ วางแผนการจัดส่ง ๒. คำนวณต้นทุนการ จัดส่ง
๗. การ กระจายสินค้า	๗.๑ งานกระจาย สินค้า		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การกระจายสินค้า	๑. เขียนโครงสร้างการ กระจายสินค้า ๒. อธิบายภารกิจใน การกระจายสินค้า

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) การจัดจำหน่ายทางการตลาด				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๘. การ ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศใน การจัด จำหน่าย	๘.๑ งาน ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศในการ จัดจำหน่าย		๑. ความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยี สารสนเทศ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ วิธีการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	๑. บอกรงค์ประกอบ หน้าที่ของเทคโนโลยี สารสนเทศ ๒. ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศให้ เหมาะสมกับจัด จำหน่ายทางการตลาด

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๐๕.....ชื่อวิชา.....การจัดจำหน่ายทางการตลาด.....

ทฤษฎี.....๓.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๐.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
๑.หลักการการจัดจำหน่ายทางการตลาด	๑	๑	๑	๑				๒		๖	๖
๒.ช่องทางการจัดจำหน่าย	๑	๑	๑	๑			๑	๒		๗	๖
๓.สถานบันคนกลางทางการตลาด	๑	๑	๑	๑			๑	๒		๗	๖
๔.การจัดการสินค้าคงคลัง	๑	๑	๑	๑			๑	๔		๙	๖
๕. การจัดการคลังสินค้า	๑	๑	๑	๑			๒	๒		๗	๖
๖. การขนส่งและโลจิสติกส์ในการจำหน่าย	๑	๑	๑	๑	๑		๑	๒		๘	๖
๗. การกระจายสินค้า	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๒	๒		๑๐	๖
๘. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดจำหน่าย	๑	๑	๑	๑	๑		๒	๒	๔	๑๓	๓
รวม	๘	๘	๘	๘	๓	๑	๑๐	๒๐	๔	๗๐	
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วางแผน กำหนดกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย										๓๐	๐/๓
รวมทั้งรายวิชา										๑๐๐	๐/๔๕

หน่วยการเรียนรู้

รหัส..... ๓๐๒๐๒-๒๐๐๕..... ชื่อวิชา..... การจัดจำหน่ายทางการตลาด.....

ทฤษฎี..... ๓..... ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ..... ๐..... ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน..... ๓..... หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	หลักการการจัดจำหน่ายทางการตลาด	๑	๕	๖
๒	ช่องทางการจัดจำหน่าย	๑	๕	๖
๓	สถานบันคนกลางทางการตลาด	๑	๕	๖
๔	การจัดการสินค้าคงคลัง	๑	๕	๖
๕	การจัดการคลังสินค้า	๑	๕	๖
๖	การขนส่งและโลจิสติกส์ในการจำหน่าย	๑	๕	๖
๗	การกระจายสินค้า	๑	๕	๖
๘	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดจำหน่าย	๑	๒	๓
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วางแผน กำหนดกลุ่มเป้าหมายและช่องทางการจัดจำหน่าย	๘	๓๗	๔๕
	รวม	๘	๓๗	๔๕

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

ทดสอบระหว่างหน่วยการเรียนรู้๓๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์๒๐.....คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม๒๐.....คะแนน
อื่น ๆ-.....คะแนน
รวม๑๐๐.....คะแนน

ระดับคะแนน

คะแนน ๘๐ - ๑๐๐	ระดับผลการเรียนระดับ	๔
คะแนน ๗๕ - ๗๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๓
คะแนน ๖๕ - ๖๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๒.๕
คะแนน ๖๐ - ๖๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๒
คะแนน ๕๕ - ๕๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๑.๕
คะแนน ๕๐ - ๕๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๑
คะแนน ๐ - ๔๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๐

เอกสารอ้างอิง/เอกสารประกอบการศึกษา

๑. หนังสือเรียนการขาย, การตลาด
๒. ใบความรู้ประจำหน่วยการเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา การตลาดดิจิทัล รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๓ ทฤษฎี ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

๑. รหัส ICT-HRDF-๔๑๑B และ ICT-LCGL-๔๑๒B อาชีพ นักการตลาดดิจิทัล ระดับ ๕

๒. รหัส ICT-NPQI-๔๑๐B และ ICT-LCGL-๔๑๒B อาชีพ นักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระดับ ๕

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามจรรยาบรรณกฎหมายและความปลอดภัย อย่างมีใจรัก
ในการบริการและมีความคิดสร้างสรรค์

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการและการดำเนินกิจกรรมผ่านการตลาดดิจิทัล

๒. มีทักษะการวิเคราะห์ความต้องการและกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

๓. สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามจรรยาบรรณ
กฎหมาย และความปลอดภัยด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

๔. มีเจตคติและกิริยาที่ดี มีใจรักในการบริการ มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถ
ประสานงาน ร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง มีปฏิสัมพันธ์ทางบวก มีความคล่องตัวในการทำงาน สามารถทำงานเป็นทีม

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการและการดำเนินกิจกรรมผ่านการตลาดดิจิทัล

๒. กำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลตามหลักการและสถานการณ์

๓. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติการด้านดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามจรรยาบรรณ กฎหมาย
และความปลอดภัยด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการตลาดดิจิทัล สถานการณ์ทางการตลาด วิเคราะห์ความต้องการ และ
พฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล การสื่อสารกับบทบาทของการตลาดดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แบบบูรณาการ
การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อใหม่
การปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จรรยาบรรณกฎหมาย และความปลอดภัยด้านพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

อาชีพ นักการตลาดดิจิทัล ระดับ ๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
ICT-HRDF-๔๑๑B	ปฏิบัติการด้านตลาดดิจิทัล	๑๐๒๔๑	ดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. ระบุแผนการตลาดดิจิทัลที่ดำเนินการ ๒. ปฏิบัติตามแผนการตลาดดิจิทัล ๓. ประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๔. สรุปผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. แบบทดสอบปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมินการสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมินแฟ้มสะสมผลงาน
		๑๐๒๔๒	ติดตามผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. ระบุวิธีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๒. ติดตามผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๓. ประเมินผลวิธีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๔. สรุปผลวิธีการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. แบบทดสอบปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมินการสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมินแฟ้มสะสมผลงาน

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

อาชีพ นักการตลาดดิจิทัล ระดับ ๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
ICT-HRDF-๔๑๑B	ปฏิบัติการด้านตลาดดิจิทัล	๑๐๒๔๓	ประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. ระบุวิธีการประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๒. ดำเนินการประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๓. สรุปผลการประเมินการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล	๑. แบบทดสอบปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมินการสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมินแฟ้มสะสมผลงาน

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

อาชีพ นักการตลาดดิจิทัล ระดับ ๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
ICT-LCGL-๔๑๒B	ปฏิบัติตามจรรยาบรรณกฎหมายและความปลอดภัยในวิชาชีพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑๐๒๕๑	ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑. มีจริยธรรมในการประกอบวิชาชีพด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ๒. ใช้ทรัพยากรและข้อมูลอย่างสุจริต ๓. รักษาความลับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลสำคัญองค์กร ๔. ปฏิบัติงานโดยใช้หลักจรรยาบรรณวิชาชีพ	๑. แบบทดสอบปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมินการสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมินแฟ้มสะสมผลงาน
		๑๐๒๕๒	ปฏิบัติตามกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑. เลือกใช้กฎหมายเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานในหน่วยงาน ๒. ดำเนินงานตามข้อกำหนดและข้อบังคับใช้กฎหมาย ๓. ระบุบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑. แบบทดสอบปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมินการสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมินแฟ้มสะสมผลงาน

		๑๐๒๕๓	ปฏิบัติความปลอดภัย ในวิชาชีพด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	๑.ป้องกันภัย คุกคามด้านความ มั่นคงปลอดภัย ๒.ปฏิบัติตาม หลักการเพื่อรักษา ความปลอดภัย	๑. แบบทดสอบ ปรนัย ชนิด ๔ ตัวเลือก ๒. แบบประเมิน การสัมภาษณ์ ๓. แบบประเมิน แฟ้มสะสม ผลงาน
--	--	-------	--	---	---

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. โลกธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	งานในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล		๑. ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล ๒. ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมดิจิทัลและธุรกิจดิจิทัล ๓. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล	๑. อธิบายเศรษฐกิจดิจิทัล ๒. อธิบายอุตสาหกรรมดิจิทัลและธุรกิจดิจิทัล ๓. อธิบายเทคโนโลยีที่สำคัญยุคดิจิทัล
๒. การตลาดดิจิทัลและสถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัล	งานวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดดิจิทัล		๑. ความรู้เกี่ยวกับตลาดแบบดั้งเดิม ๒. ความรู้เกี่ยวกับตลาดดิจิทัล	๑. บอกความหมายและความสำคัญการตลาดดิจิทัล ๒. อธิบายจุดประสงค์และหลักการตลาดดิจิทัล ๓. ประยุกต์ใช้ความแตกต่างของการตลาดแบบดั้งเดิมกับตลาดดิจิทัลได้
๓. การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	งานวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล		๑. ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภคยุคดิจิทัล ๒. ความรู้เกี่ยวกับอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	๑. อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ๒. อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ๓. ประยุกต์ใช้ความรู้ในการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล
๔. การตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร	งานสื่อสารการตลาดดิจิทัล		๑. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและการสื่อสารการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารยุคดิจิทัล	๑. อธิบายหลักการแนวคิดทฤษฎีในการสื่อสารและการสื่อสารการตลาด ๒. อธิบายการสื่อสารยุคดิจิทัลได้ ๓. ประยุกต์ใช้ความรู้ในการกำหนดกลยุทธ์

				การสื่อสารการตลาดดิจิทัล
๕. การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล	งานออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับร้านค้าดิจิทัล</p> <p>๒. ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบร้านค้าดิจิทัล</p>	<p>๑. อธิบายความหมายและความสำคัญของร้านค้าดิจิทัล</p> <p>๒. บอกรูปแบบของร้านค้าดิจิทัลได้</p> <p>๓. ประยุกต์ใช้ความรู้ในหลักการจัดการร้านค้าดิจิทัล</p>
๖. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ	งานกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ</p> <p>๒. ความรู้เกี่ยวกับหลักการแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ</p>	<p>๑. บอกความหมายและความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการได้</p> <p>๒. อธิบายหลักการแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ</p> <p>๓. ประยุกต์ใช้ความรู้กำหนดกลยุทธ์การตลาด</p>
๗. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล	งานบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล</p> <p>๒. ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล</p>	<p>๑. บอกความหมายและความสำคัญของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล</p> <p>๒. ประยุกต์ใช้ความรู้ในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล</p>
๘. เครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์	งานเครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของเครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>๒. ความรู้เกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์</p> <p>๓. ความรู้เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์</p>	<p>๑. บอกความหมายและความสำคัญของเครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>๒. บอกเครือข่ายสังคมออนไลน์</p> <p>๓. อธิบายสื่อสังคมออนไลน์</p>

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๐๓.....ชื่อวิชา.....การตลาดดิจิทัล.....

ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
๑. โลกธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	๑	๑	๑	๑				๒	๒	๘	๔
๒. การตลาดดิจิทัลและสถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัล	๑	๑	๑	๑			๑	๒		๗	๘
๓. การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	๑	๑	๑	๑			๑	๒	๒	๙	๘
๔. การตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร	๑	๑	๑				๑	๓	๒	๙	๘
๕. การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล	๑	๑	๑	๑			๒	๔		๑๐	๘
๖. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ	๑	๑	๑	๑			๑	๓		๘	๘
๗. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล	๑	๑	๑				๒	๒	๒	๙	๘
๘. เครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์	๑	๑	๑			๑	๒	๒	๒	๑๐	๔
รวม	๘	๘	๘	๕	๐	๑	๑๐	๒๐	๑๐	๗๐	
ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์										๓๐	๐/๔
รวมทั้งรายวิชา										๑๐๐	๐/๖๐

หน่วยการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๐๓..... ชื่อวิชา การตลาดดิจิทัล.....

ทฤษฎี..... ๒..... ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ..... ๒..... ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน..... ๓..... หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	โลกธุรกิจยุคเศรษฐกิจดิจิทัล	๒	๒	๔
๒	การตลาดดิจิทัลและสถานการณ์การตลาดยุคดิจิทัล	๒	๖	๘
๓	การวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล	๒	๖	๘
๔	การตลาดดิจิทัลกับการสื่อสาร	๒	๖	๘
๕	การออกแบบและสร้างร้านค้าดิจิทัล	๒	๖	๘
๖	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเชิงบูรณาการ	๒	๖	๘
๗	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ยุคดิจิทัล	๒	๖	๘
๘	เครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์	๒	๖	๘
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	๑๖	๔๔	๖๐
	รวม	๑๖	๔๔	๖๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

ทดสอบระหว่างหน่วยการเรียนรู้๓๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์๒๐คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม๒๐.....คะแนน
อื่น ๆ-.....คะแนน
รวม๑๐๐.....คะแนน

ระดับคะแนน

คะแนน ๘๐ - ๑๐๐	ระดับผลการเรียนระดับ	๔
คะแนน ๗๕ - ๗๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๓
คะแนน ๖๕ - ๖๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๒.๕
คะแนน ๖๐ - ๖๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๒
คะแนน ๕๕ - ๕๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๑.๕
คะแนน ๕๐ - ๕๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๑
คะแนน ๐ - ๔๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๐

เอกสารอ้างอิง/เอกสารประกอบการศึกษา

๑. หนังสือเรียนการขาย, การตลาด
๒. ใบความรู้ประจำหน่วยการเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา การวิจัยตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๑๑ ทฤษฎี ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วิจัยการตลาดโดยกระบวนการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและวิเคราะห์สรุปผล
รายงานผลการวิจัยด้วยความละเอียดรอบคอบอย่างมีจริยธรรม

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจหลักการวิจัยการตลาด
๒. มีทักษะการออกแบบและวิจัยการตลาด
๓. สามารถประยุกต์ใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัยการตลาดตามหลักการและกระบวนการ ด้วยความละเอียดรอบคอบ
๔. มีเจตคติและกิริยาที่ดี มีจริยธรรม ความละเอียดรอบคอบ มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ ความอดทน ความมุ่งมั่นและมีความซื่อสัตย์สุจริต

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการวิจัยการตลาด
๒. ออกแบบวิธีการวิจัยและวิจัยการตลาดตามหลักการและกระบวนการ
๓. ประยุกต์ใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัยการตลาดตามหลักการและกระบวนการ ด้วยความละเอียดรอบคอบ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการวิจัยการตลาดในการตัดสินใจทางธุรกิจ วิเคราะห์ปัญหา ทางการตลาด การออกแบบการวิจัย การสร้างเครื่องมือการวิจัย การกำหนดตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล การใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัย การสรุปผล การรายงานผล จริยธรรมในงานวิจัย การตลาด

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) งานออกแบบและวิจัยตลาด				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
ความรู้ทั่วไป เกี่ยวกับการวิจัย ตลาด	งานวิจัย		๑. ความรู้เกี่ยวกับ งานวิจัย ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนของงานวิจัย	๑. บอกความหมาย ของงานวิจัยได้ ๒. อธิบาย ความสัมพันธ์ระหว่าง งานวิจัยกับวิธีการทาง วิทยาศาสตร์
ประเภทของการ วิจัยตลาด	งานแบ่งประเภท ของงานวิจัย		๑. ความรู้เกี่ยวกับ งานวิจัยตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ของ งานวิจัย	๑. บอกหลักการใน การจำแนกประเภท ของงานวิจัยตลาดได้ ๒. อธิบายความหมาย ของงานวิจัยแต่ละ ประเภท
หลักการและ ขั้นตอนของ กระบวนการวิจัย ตลาด	งานจัดลำดับ ขั้นตอนการวิจัย ตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความสำคัญของ กระบวนการวิจัย ตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับวิธี ดำเนินงานของแต่ละ ขั้นตอนงานวิจัย	๑. บอกขั้นตอนที่ สำคัญของ กระบวนการวิจัยตลาด ๒. อธิบายวิธี ดำเนินงานของแต่ละ ขั้นตอนได้
การกำหนด ปัญหาการวิจัย ตลาด ตัวแปร และสมมติฐาน	งานกำหนดปัญหา วิจัยตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ประเภทและปัญหา ทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับ หัวข้อที่จะทำการ วิจัย	๑. บอกความหมาย ของการกำหนดปัญหา การวิจัยตลาดได้ ๒. ยกตัวอย่างปัญหา การวิจัยตลาด ๓. ยกตัวอย่างตัวแปร ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ตลาด
การวางแผนการ วิจัยตลาด	งานวางแผนการ วิจัยตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความสำคัญของการ วางแผนการวิจัย ตลาด	๑. บอกความสำคัญ ของการวางแผนการ วิจัยตลาด ๒. ระบุขั้นตอนของ การวางแผนการวิจัย ตลาดได้

			๒. ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนดำเนินงานวิจัยตลาด	๓. ตัวอย่างการกำหนดตารางปฏิบัติงานวิจัยตลาด
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	งานเลือกกลุ่มตัวอย่าง		๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมาย ของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ๒. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	๑. อธิบายความหมายของประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้ ๒. ยกตัวอย่างประชากรประเภทต่างๆ
เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด	งานเลือกเครื่องมือในการวิจัยตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับแบบสอบถามและลักษณะการใช้แบบสอบถาม	๑. เลือกใช้เครื่องมือวิจัยได้เหมาะสมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา ๒. จัดลำดับขั้นตอนที่สำคัญของแบบสอบถามได้
การเก็บรวบรวมข้อมูล	งานเก็บรวบรวมข้อมูล		๑. ความรู้เกี่ยวกับประเภทของการวิจัยตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล	๑. ระบุประเภทของข้อมูลได้ ๒. ยกตัวอย่างข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บจากแหล่งบุคคลได้
การประมวลผลการวิเคราะห์ การอ่านและแปลความหมาย	งานประมวลผลวิเคราะห์ อ่านและแปลความหมาย		๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมายและขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล ๒. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล ๓. ความรู้เกี่ยวกับสถิติที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูล	๑. อธิบายความหมายและการประมวลผลข้อมูลได้ ๒. ระบุขั้นตอนของการประมวลผลข้อมูลได้ ๓. ระบุสถิติพื้นฐานที่ใช้แพร่หลายในการวิจัยตลาด
การนำเสนอผลงานการวิจัยตลาดและการติดตามผล	งานนำเสนอผลงานการวิจัยตลาดและติดตามผล		๑. ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ๒. ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำรายงานตามรูปแบบงานวิจัย	๑. อธิบายลักษณะของรายงานวิจัยตลาด ๒. ระบุรูปแบบการนำเสนอด้วยแบบต่างๆ

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๑๑.....ชื่อวิชา.....การวิจัยตลาด.....

ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
๑. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด	๑	๑	๑					๑		๔	๔
๒. ประเภทของการวิจัยตลาด	๑	๑	๑					๑		๔	๔
๓. หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัยตลาด	๑	๑	๑				๒	๒		๗	๔
๔. การกำหนดปัญหาการวิจัยตลาด ตัวแปร และสมมติฐาน	๑	๑	๑				๒	๒		๗	๘
๕. การวางแผนการวิจัยตลาด	๑	๑	๑	๑			๓	๓		๑๐	๘
๖. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	๑	๑	๑	๑			๓	๓		๑๐	๘
๗. เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด	๑	๑	๑				๓	๓		๙	๘
๘. การเก็บรวบรวมข้อมูล	๑	๑	๑				๓	๓		๙	๘
๙. การประมวลผล การวิเคราะห์ การอ่านและแปลความหมาย	๑	๑	๑	๑			๓	๓		๑๐	๔
๑๐. การนำเสนอผลงานการวิจัยตลาดและการติดตามผล	๑	๑	๑				๓	๓	๑	๑๐	๔
รวม	๑๐	๑๐	๑๐	๓	๐	๐	๒๒	๒๔	๑	๘๐	
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา งานออกแบบและวิจัยตลาด										๒๐	๐/๔
รวมทั้งรายวิชา										๑๐๐	๐/๖๐

หน่วยการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๑๑.....ชื่อวิชา.....การวิจัยตลาด.....

ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยตลาด	๒	๒	๔
๒	ประเภทของการวิจัยตลาด	๒	๒	๔
๓	หลักการและขั้นตอนของกระบวนการวิจัยตลาด	๒	๒	๔
๔	การกำหนดปัญหาการวิจัยตลาด ตัวแปร และสมมติฐาน	๒	๖	๘
๕	การวางแผนการวิจัยตลาด	๒	๖	๘
๖	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	๒	๖	๘
๗	เครื่องมือในการวิจัยทางการตลาด	๒	๖	๘
๘	การเก็บรวบรวมข้อมูล	๒	๖	๘
๙	การประมวลผล การวิเคราะห์ การอ่านและแปลความหมาย	๒	๒	๔
๑๐	การนำเสนอผลงานการวิจัยตลาดและการติดตามผล	๒	๒	๔
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา งานออกแบบและวิจัยตลาด	๒๐	๔๐	๖๐
รวม		๒๐	๔๐	๖๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำกิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

การจัดทำรายงานโครงการ๔๐.....คะแนน

สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจ๒๐.....คะแนน

นำเสนอผลงาน๒๐.....คะแนน

บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์๒๐คะแนน

รวม๑๐๐.....คะแนน

ระดับคะแนน

คะแนน ๘๐ - ๑๐๐	ระดับผลการเรียนระดับ	๔
คะแนน ๗๕ - ๗๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๓
คะแนน ๖๕ - ๖๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๒.๕
คะแนน ๖๐ - ๖๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๒
คะแนน ๕๕ - ๕๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๑.๕
คะแนน ๕๐ - ๕๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๑
คะแนน ๐ - ๔๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๐

เอกสารอ้างอิง/เอกสารประกอบการศึกษา

๑. หนังสือเรียนการขาย, การตลาด
๒. ใบความรู้ประจำหน่วยการเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา หลักการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๐-๑๐๐๒ ทฤษฎี ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ รหัส ECM-ZZZ-๔-๐๑๖ZA

อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ ๔-๕

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

รู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์ กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการการตลาด
๒. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
๓. กำหนดส่วนประสมการตลาด
๔. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด
๕. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต มีวินัย สนใจ ใฝ่รู้ มีความคิดสร้างสรรค์ และอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด
๒. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์
๓. กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ
๔. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการตลาด แนวความคิดทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด และจรรยาบรรณนักการตลาด

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)
หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)
มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว

อาชีพ นักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ ๔-๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
ECM- JEPL- ๑๙๓A	วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	๐๑๓๕๑	วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว	<p>๑.๑ อธิบายความสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจัดการพื้นที่สีเขียว</p> <p>๑.๒ ระบุหลักการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)</p> <p>๑.๓ ระบุหลักการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)</p> <p>๑.๔ จำแนกความแตกต่างตามกรอบแนวคิดของทั้งสองกลยุทธ์</p>	<p>๑๘.๑ การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย ๔ ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย</p> <p>๑๘.๒ แฟ้มสะสมผลงาน</p> <p>๑๘.๓ การสอบสัมภาษณ์</p>
		๐๑๓๕๒	กำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)	<p>๒.๑ อธิบายองค์ประกอบของกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายได้</p> <p>๒.๒ ระบุความหมายและกลวิธีใช้ S-Market Segmentation การแบ่งส่วนตลาด</p> <p>๒.๓ ระบุความหมายและกลวิธีใช้ T- Market Targeting ตลาดเป้าหมาย</p> <p>๒.๔ ระบุความหมายและกลวิธีใช้ P-Positioning การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p>	<p>๑๘.๑ การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย ๔ ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย</p> <p>๑๘.๒ แฟ้มสะสมผลงาน</p>

				๒.๕ อธิบายขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ตลาดเป้าหมายได้	
		๐๑๓๕๓	กำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	<p>๓.๑ อธิบายองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้</p> <p>๓.๒ ระบุความหมายและกลวิธีกำหนด กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ Product</p> <p>๓.๓ อธิบายความหมายและกลวิธีกำหนด กลยุทธ์ราคา Price</p> <p>๓.๔ ระบุความหมายและกลวิธีกำหนด กลยุทธ์ช่องทางการจำหน่าย Place</p> <p>๓.๕ จำแนกความหมายและกลวิธีกำหนด กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด Promotion</p> <p>๓.๖ อธิบายความหมายและกลวิธีกำหนด กลยุทธ์การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ Publicity and Public Relation</p>	<p>๑๘.๑ การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย ๔ ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย</p> <p>๑๘.๒ แฟ้มสะสมผลงาน</p>
		๐๑๓๕๔	รายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	<p>๔.๑ อธิบายรูปแบบการนำเสนอในรายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด</p> <p>๔.๒ จัดทำรายงานผลการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด</p>	<p>๑๘.๑ การประเมินความรู้ ด้วยข้อสอบปรนัย ๔ ตัวเลือก และข้อสอบแบบอัตนัย</p> <p>๑๘.๒ แฟ้มสะสมผลงาน</p>

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	งานทั่วไปของการตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับตลาดและลักษณะทั่วไปของตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาด	๑. อธิบายลักษณะทั่วไปของการตลาดได้ ๒. อธิบายความหมายและความสำคัญของตลาด ๓. อธิบายเศรษฐกิจพอเพียงกับการตลาดได้
๒. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	งานกำหนดหน้าที่หลักการตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับแนวความคิดทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของหลักการตลาด	๑. อธิบายแนวคิดทางการตลาดได้ ๒. อธิบายหลักการตลาดได้
	งานวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของกิจการ ๒. ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT	๑. อธิบายสิ่งแวดล้อมทางการตลาดได้ ๒. วิเคราะห์ SWOT
๓. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	งานแบ่งส่วนตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตลาดเป้าหมาย	๑. อธิบายและแบ่งส่วนตลาดได้ ๒. อธิบายและเลือกตลาดเป้าหมาย
	งานกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดตลาดเป้าหมาย ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในการแข่งขันได้	๑. อธิบายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ๒. กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการแข่งขัน
๔. พฤติกรรมผู้บริโภค	งานวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่ส่งผล		๑. ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	๑. อธิบายความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

	ต่อพฤติกรรมการณ์ ซื้อและความ ต้องการ		๒. ความรู้เกี่ยวกับ อิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค ๓. ความรู้เกี่ยวกับ ทฤษฎีความต้องการ ของมาส์โลว์	๒. อธิบายปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค ๓. บอกทฤษฎีความ ต้องการของมาส์โลว์
๕. ผลิตภัณฑ์	งานแบ่งประเภท ผลิตภัณฑ์และส่วน ประสมของ ผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ส่วนประสมของ ผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความหมาย และองค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์ ๒. อธิบายส่วนประสม ของผลิตภัณฑ์
	งานออกแบบและ กำหนดกลยุทธ์ใน วงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์ในวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายหลักในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ๒. อธิบายและกำหนด กลยุทธ์ในวงจรชีวิต+ ผลิตภัณฑ์
๖. การกำหนด ราคา	งานราคาผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ราคา ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์การตั้งราคา	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับราคา ๒. กำหนดกลยุทธ์การ ตั้งราคาได้
๗. การจัด จำหน่าย	งานกำหนด ช่องทางการจัด จำหน่าย		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความหมาย ความสำคัญของการ จัดจำหน่าย ๒. ความรู้เกี่ยวกับ สถาบันคนกลางและ การกระจายสินค้า	๑. บอกความหมาย ความสำคัญของการ จัดจำหน่าย ๒. กำหนดช่องทาง การจัดจำหน่ายและ วิธีการกระจายสินค้า
๘. การส่งเสริม การตลาด	งานส่งเสริม การตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความหมาย ความสำคัญ กระบวนการของการ ส่งเสริมการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด	๑. อธิบายความหมาย ความสำคัญ กระบวนการของการ ส่งเสริมการตลาด ๒. กำหนดกลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด

<p>๙. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด</p>	<p>งานประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการตลาด</p>		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</p>	<p>๑. อธิบายเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการตลาด ๒. อธิบายเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์</p>
<p>๑๐. แผนธุรกิจ</p>	<p>งานจัดทำแผนธุรกิจ</p>		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับแผนธุรกิจและองค์ประกอบของแผนธุรกิจ</p>	<p>๑. อธิบายความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ ๒. อธิบายองค์ประกอบของแผนธุรกิจ</p>
<p>๑๑. ความรับผิดชอบต่อสังคม และ จรรยาบรรณทางการตลาด</p>	<p>งานรับผิดชอบต่อสังคมและจรรยาบรรณทางการตลาด</p>		<p>๑. ความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ๒. ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณทางการตลาดและนักการตลาด</p>	<p>๑. บอกความรับผิดชอบต่อสังคม ๒. ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณทางการตลาดและนักการตลาด</p>

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๐-๑๐๐๒ชื่อวิชาหลักการตลาด.....

ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
๑. ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	๑	๑	๑					๑		๔	๔
๒. แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	๑	๑	๑	๑				๑		๕	๔
๓. การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๑	๑	๑	๑			๑	๑	๑	๗	๘
๔. พฤติกรรมผู้บริโภค	๑	๑	๑	๒			๑	๒	๑	๙	๘
๕. ผลิตภัณฑ์		๑	๑				๑	๑		๔	๔
๖. การกำหนดราคา		๑	๑				๑	๑		๔	๔
๗. การจัดจำหน่าย		๑	๑				๑	๑		๔	๔
๘. การส่งเสริมการตลาด		๑	๑			๑	๑	๓		๗	๔
๙. การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด		๑	๑			๑	๑	๑	๑	๖	๔
๑๐. แผนธุรกิจ		๑	๒	๒			๓	๗	๑	๑๖	๑๒
๑๑. ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด		๑	๑				๑	๑		๔	๔
รวม	๘	๘	๘	๕	๐	๑	๑๐	๒๐	๑๐	๗๐	
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค										๓๐	๐/๔
รวมทั้งรายวิชา										๑๐๐	๐/๖๐

หน่วยการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๐-๑๐๐๒ชื่อวิชาหลักการตลาด

ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	ความรู้พื้นฐานทางการตลาด	๒	๒	๔
๒	แนวความคิดและสิ่งแวดล้อมทางการตลาด	๒	๒	๔
๓	การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๒	๖	๘
๔	พฤติกรรมผู้บริโภค	๒	๖	๘
๕	ผลิตภัณฑ์	๒	๒	๔
๖	การกำหนดราคา	๒	๒	๔
๗	การจัดจำหน่าย	๒	๒	๔
๘	การส่งเสริมการตลาด	๒	๒	๔
๙	การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการตลาด	๒	๒	๔
๑๐	แผนธุรกิจ	๓	๙	๑๒
๑๑	ความรับผิดชอบต่อสังคม และจรรยาบรรณทางการตลาด	๒	๒	๔
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	๒๓	๓๗	๖๐
รวม		๒๓	๓๗	๖๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

ทดสอบระหว่างหน่วยการเรียนรู้๓๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์๒๐.....คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม๒๐.....คะแนน
อื่น ๆ-.....คะแนน
รวม๑๐๐.....คะแนน

ระดับคะแนน

คะแนน ๘๐ - ๑๐๐	ระดับผลการเรียนระดับ	๔
คะแนน ๗๕ - ๗๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๓
คะแนน ๖๕ - ๖๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๒.๕
คะแนน ๖๐ - ๖๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๒
คะแนน ๕๕ - ๕๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๑.๕
คะแนน ๕๐ - ๕๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๑
คะแนน ๐ - ๔๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๐

เอกสารอ้างอิง/เอกสารประกอบการศึกษา

๑. หนังสือเรียนการขาย, การตลาด
๒. ใบความรู้ประจำหน่วยการเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๒/๒๕๖๘

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา โครงการงานด้านการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๒๔ ทฤษฎี- ชั่งโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๑๒ ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน...๔...หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

จัดทำโครงการเลือกหัวข้อโครงการ ค้นคว้าข้อมูลและเอกสารอ้างอิงการเขียนโครงการ ดำเนินงานโครงการ เก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และแปลผล สรุปจัดทำรายงาน นำเสนอผลงานโครงการอย่างเป็นระบบ ด้วยกระบวนการทดลอง สํารวจ ประดิษฐ์คิดค้น หรือปฏิบัติงานเชิงระบบตามลักษณะของงาน ประยุกต์กระบวนการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับสาขาวิชาชีพ ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ละเอียด รอบคอบ

จุดประสงค์รายวิชา

๑. เข้าใจหลักการ ขั้นตอนการจัดทำโครงการ
๒. มีทักษะการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับสาขาวิชาชีพ
๓. สามารถประยุกต์ใช้กระบวนการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับสาขาวิชาชีพการตลาด

ด้วยความละเอียดรอบคอบ

๔. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ละเอียด รอบคอบ

สมรรถนะรายวิชา

๑. แสดงความรู้หลักการ ขั้นตอนการจัดทำโครงการ
๒. จัดทำโครงการที่สอดคล้องกับสาขาวิชาชีพการตลาด
๓. ประยุกต์ใช้กระบวนการจัดทำโครงการที่สอดคล้องกับสาขาวิชาชีพด้วยความละเอียดรอบคอบ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการ ขั้นตอนการจัดทำโครงการ การเลือกหัวข้อโครงการ ค้นคว้าข้อมูล และเอกสารอ้างอิงการเขียนโครงการ การดำเนินงานโครงการ การเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ และแปลผล การสรุปจัดทำรายงาน การนำเสนอผลงานโครงการอย่างเป็นระบบด้วยกระบวนการทดลอง สํารวจ ประดิษฐ์ คิดค้นหรือการปฏิบัติงานเชิงระบบตามลักษณะของงาน ประยุกต์กระบวนการจัดทำโครงการที่ สอดคล้องกับ สาขาวิชาชีพ การตลาด

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) สามารถวิเคราะห์ปัญหา วางแผน และดำเนินการทำโครงการด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. งานศึกษา ความหมาย และ ความสำคัญ ของข้อมูลทาง การตลาด	งานศึกษา ความหมายและ ความสำคัญของข้อ มูลทางการตลาด		๑ เข้าใจความหมาย ของข้อมูลทาง การตลาด ๒ ทราบถึง ความสำคัญของ ข้อมูลต่อการ ตัดสินใจทางธุรกิจ ๓ รู้จักประเภทของ ข้อมูล (ข้อมูลปฐม ภูมิ / ทุตติภูมิ)	๑ แยกแยะข้อมูลที่มี ความสำคัญต่อ การตลาดได้ ๒ สามารถอธิบาย ประโยชน์ของข้อมูลใน การวางแผนธุรกิจ
๒. งานศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อ การดำเนินงาน ธุรกิจ ความรู้	งานศึกษาปัจจัยที่มี ผลต่อการ ดำเนินงานธุรกิจ		๑ เข้าใจปัจจัย ภายในและภายนอก ที่มีผลต่อธุรกิจ (เช่น เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การเมือง การแข่งขัน) ๒ รู้แนวทางการ วิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจ (SWOT Analysis)	๑ วิเคราะห์ สถานการณ์ธุรกิจจาก ข้อมูลจริงได้ ๒ ประเมินผลกระทบ ของปัจจัยต่าง ๆ ต่อ การดำเนินงานธุรกิจ
๓. งานศึกษา ประเภท แหล่งข้อมูล และการสืบหา ข้อมูลทาง การตลาด	งานศึกษาประเภท แหล่งข้อมูลและ การสืบหาข้อมูล ทางการตลาด		๑ รู้จักประเภทของ แหล่งข้อมูล (ภายใน องค์กร ภายนอก องค์กร ปฐมภูมิ ทุตติ ภูมิ) ๒ เข้าใจวิธีการ สืบค้นและคัดเลือก ข้อมูลที่เชื่อถือได้	๑ สืบค้นและรวบรวม ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒ ตรวจสอบความ น่าเชื่อถือของข้อมูล ที่ได้
๔. งานศึกษา วิธีการหาข้อมูล ทางการตลาด	งานศึกษาวิธีการ หาข้อมูลทาง การตลาด		๑ เข้าใจขั้นตอนการ เก็บข้อมูลทั้งเชิง ปริมาณและเชิง คุณภาพ	๑ เลือกวิธีการหา ข้อมูลที่เหมาะสมกับ วัตถุประสงค์ ๒ ดำเนินการเก็บ ข้อมูลจริงได้อย่าง

			๒ รู้วิธีการใช้เครื่องมือ เช่น แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต	ถูกต้องตามหลักวิชาการ
๕. งานศึกษาข้อมูลทางการตลาดโดยการวิจัย	งานศึกษาข้อมูลทางการตลาดโดยการวิจัย		๑ เข้าใจขั้นตอนของการวิจัยตลาด ๒ ทราบถึงประโยชน์ของการวิจัยในการวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	๑ กำหนดปัญหาการวิจัยและตั้งสมมุติฐานได้ ๒ วางแผนออกแบบงานวิจัยตลาดได้อย่างเป็นระบบ
๖. งานสร้างแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลภาคสนาม	งานสร้างแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลภาคสนาม		๑ เข้าใจหลักการออกแบบแบบสอบถามที่ดี ๒ รู้ประเภทของคำถามและการเรียงลำดับคำถาม ๓ ทราบแนวทางการเก็บข้อมูลภาคสนามอย่างมีจริยธรรม	๑ ออกแบบแบบสอบถามได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ๒ สามารถเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างถูกต้องและสุภาพ
๗. งานประมวลผลข้อมูล	งานประมวลผลข้อมูล		๑ รู้จักวิธีการตรวจสอบและจัดระเบียบข้อมูล ๒ เข้าใจการใช้โปรแกรมพื้นฐาน เช่น Excel หรือ SPSS ในการประมวลผล	๑ ป้อนและตรวจสอบข้อมูลได้ถูกต้อง ๒ คำนวณหาค่าทางสถิติพื้นฐาน เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
๘. งานวิเคราะห์และแปลความหมาย	งานวิเคราะห์และแปลความหมาย		๑ เข้าใจแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ๒ รู้วิธีการตีความผลลัพธ์จากสถิติหรือกราฟ	๑ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์และแนวโน้มได้ ๒ แปลความหมายของข้อมูลให้เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

<p>๙. งานนำเสนอผลการวิเคราะห์และการรายงาน</p>	<p>งานนำเสนอผลการวิเคราะห์และการรายงาน</p>		<p>๑ เข้าใจรูปแบบการเขียนรายงานการวิจัยตลาด ๒ รู้วิธีการจัดทำสรุปผลและข้อเสนอแนะ</p>	<p>๑ จัดทำรายงานได้ถูกต้องตามรูปแบบ ๒ นำเสนอข้อมูลด้วยสื่อที่เหมาะสม เช่น PowerPoint กราฟ แผนภูมิ ๓ สื่อสารผลการวิจัยได้อย่างมั่นใจและชัดเจน</p>

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

ชื่อวิชา โครงการงานด้านการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๒๔ ทฤษฎี- ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๑๒ ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน...๔...หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประ ยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
๑.ความหมายและความสำคัญของข้อมูลทางการตลาด	๑	๑	๑	๐	๐	๐	๒	๒	๐	๗	๑๖
๒.ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานธุรกิจ	๑	๑	๑	๑	๐	๐	๒	๒	๐	๘	๑๖
๓.ประเภทแหล่งข้อมูลและการสืบหาข้อมูลทางการตลาด	๑	๑	๑	๑	๐	๐	๒	๒	๐	๘	๑๖
๔.วิธีการหาข้อมูลทางการตลาด	๑	๑	๒	๑	๐	๐	๒	๒	๑	๑๐	๒๐
๕.ข้อมูลทางการตลาดโดยการวิจัย	๑	๑	๒	๑	๑	๒	๑	๑	๒	๑๒	๒๐
๖.การสร้างแบบสอบถามและการเก็บข้อมูลภาคสนาม	๑	๑	๑	๑	๑	๒	๒	๒	๑	๑๒	๓๒
๗.การประมวลผลข้อมูล	๑	๑	๑	๑	๒	๒	๒	๒	๑	๑๓	๒๐
๘.การวิเคราะห์และแปลความหมาย	๑	๑	๒	๓	๒	๒	๒	๒	๐	๑๕	๒๐
๙.การนำเสนอผลการวิเคราะห์และการรายงาน	๑	๒	๒	๓	๒	๒	๑	๑	๑	๑๕	๒๐
รวม	๙	๑๐	๑๓	๑๒	๘	๑๐	๑๖	๑๖	๖	๑๐๐	๑๘๐
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา / สามารถวิเคราะห์ปัญหา วางแผน และดำเนินการทำโครงการด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ											
รวมทั้งรายวิชา											๑๘๐

หน่วยการเรียนรู้

ชื่อวิชา โครงการงานด้านการตลาด รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๒๔ ทฤษฎี- ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๑๒ ชั่วโมง/สัปดาห์
จำนวน...๔...หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	ความรู้เบื้องต้นในการจัดทำโครงการ	-	๑๖	๑๖
๒	กระบวนการจัดทำโครงการ	-	๑๖	๑๖
๓	การเลือกหัวข้อโครงการ	-	๑๖	๑๖
๔	การเขียนโครงการ	-	๒๐	๒๐
๕	โครงการสิ่งประดิษฐ์	-	๒๐	๒๐
๖	โครงการการจัดทำธุรกิจและบริการ	-	๓๒	๓๒
๗	โครงการทดลองและวิจัย	-	๒๐	๒๐
๘	การสรุปผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน	-	๒๐	๒๐
๙	การนำเสนอผลงาน	-	๒๐	๒๐
รวม		๐	๑๘๐	๑๘๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

- นักเรียนทำกิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

การจัดทำรายงานโครงการ๒๐.....คะแนน

นวัตกรรม/สิ่งประดิษฐ์๕๐.....คะแนน

นำเสนอผลงาน๑๐.....คะแนน

บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์๒๐คะแนน

รวม๑๐๐.....คะแนน

ระดับคะแนน

คะแนน ๘๐ - ๑๐๐	ระดับผลการเรียนระดับ	๔
คะแนน ๗๕ - ๗๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๓
คะแนน ๖๕ - ๖๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๒.๕
คะแนน ๖๐ - ๖๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๒
คะแนน ๕๕ - ๕๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๑.๕
คะแนน ๕๐ - ๕๔	ระดับผลการเรียนระดับ	๑
คะแนน ๐ - ๔๙	ระดับผลการเรียนระดับ	๐

สื่อการเรียนการสอน/หนังสือเรียน/หนังสือประกอบ

๑. หนังสือเรียนการขาย
๒. หนังสือเรียนการตลาด
๓. หนังสือเรียนโครงการ

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. สื่อสิ่งพิมพ์ สามารถสืบค้นได้ที่ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต

