



วิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
โครงการสอน
ประจำภาคเรียนที่ ๑/๒๕๖๙

๑. รายวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค	รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๑	ระดับชั้น ปวส.๑
๒. รายวิชา ผลิตภัณฑ์และราคา	รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๘	ระดับชั้น ปวส.๑
๓. รายวิชา องค์การและการบริหารงานคุณภาพ	รหัสวิชา ๓๐๐๐๑-๑๐๐๒	ระดับชั้น ปวส.๑
๔. รายวิชา การตลาดพื้นฐาน (ปรับพื้นฐาน)	รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๐๐๐๑	ระดับชั้น ปวส.๑

จัดทำโดย

นางจุไรรัตน์ เทศบุตร

ตำแหน่ง พนักงานราชการครู

สาขาวิชาการตลาด



โครงการสอน ภาคเรียนที่ ๑/๒๕๖๔

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๑ ทฤษฎี.....๒.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....๒.....ชั่วโมง/
สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

๑. รหัส RTS-DSB-๔-๐๑๖ZB อาชีพ ผู้สนับสนุนงานขาย ระดับ ๔

๒. รหัส RRS-DSB-๕-๐๑๗ZB อาชีพ ผู้สนับสนุนงานขาย ระดับ ๕

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อตามหลักการและสถานการณ์ และกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามพฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยความละเอียดรอบคอบและมีความคิดสร้างสรรค์

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจหลักการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
๒. มีทักษะวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
๓. สามารถประยุกต์ใช้หลักการและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยความละเอียดรอบคอบ
๔. มีเจตคติและกิริยาสำนึกที่ดี มีความละเอียดรอบคอบ มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความซื่อสัตย์สุจริต

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการพฤติกรรมผู้บริโภค
๒. จัดหาข้อมูลผู้บริโภคและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ
๓. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ และกำหนด กลยุทธ์การตลาดตามหลักการและสถานการณ์
๔. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการหาข้อมูลผู้บริโภคอย่างมีระบบคำอธิบายรายวิชา

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคการวิเคราะห์ผู้บริโภคเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภคกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)

หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน)

มาตรฐานอาชีพ สาขาวิชาชีพ ธุรกิจค้าปลีก สาขาธุรกิจขายตรง

อาชีพ ผู้สนับสนุนงานขาย ระดับ ๔-๕

หน่วยสมรรถนะ		สมรรถนะย่อย		เกณฑ์การปฏิบัติงาน	วิธีประเมิน
รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย		
RTS-KWWW-๒๗๔A	จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	๓๐๑๑๒๑	กำหนดช่องทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด	๑. กำหนดช่องทางการตลาดที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ๒. ดำเนินการทางการตลาดตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด	
		๓๐๑๑๒๒	กำหนดสื่อที่ใช้ในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย	๑ กำหนดสื่อที่ใช้ทางการตลาดสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ๒. จัดทำสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	
		๓๐๑๑๒๓	ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย พ.ร.บ. ว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา ๑๙ และมาตรา ๒๕	๑. วิเคราะห์ข้อกำหนดทางกฎหมายเกี่ยวกับการขาย ๒.ปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายเกี่ยวกับการขายที่ถูกต้อง	
RTS-NTJD-๒๗๓A	กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	๓๐๑๑๑๑	กำหนดช่องทางการขายทั้งช่องทางปกติและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์	๑. กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ๒. วางแผนการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	

		๓๐๑๑๑๒	จัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	๑ จัดทำแผนการตลาดโดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ๒. จัดทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทั่วถึง	
RTS-CODE-๒๗๕A	นำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่างๆ	๓๐๑๒๑๑	เตรียมการนำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบต่าง ๆ	๑ เลือกวิธีการนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย ๒ เตรียมการอธิบายหรือสาธิตวิธีการใช้สินค้า	๑.ทดสอบความรู้ แบบปรนัย ๔ ตัวเลือก ๒. สอบสัมภาษณ์
		๓๐๑๒๑๒	เตรียมการตอบคำถามที่ลูกค้าข้องใจ	๑. อธิบายประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ ๒. ยกตัวอย่างเพื่อตอบปัญหาที่คล้ายข้อข้องใจให้ลูกค้า ๓. เตรียมช่องทางการรับชำระเงินตามที่ลูกค้าสะดวก	
RTS-BAGF-๒๗๖A	ปฏิบัติการด้านตลาดดิจิทัล	๓๐๑๒๒๑	กำหนดเป้าหมายในการทำการตลาดดิจิทัล	๑. ระบุแผนการตลาดดิจิทัลที่ดำเนินการ ๒. ปฏิบัติตามแผนการตลาดดิจิทัล ๓. ประเมินผลการดำเนินการตามแผนการตลาดดิจิทัล ๔. สรุปผลการดำเนินการตาม	๑ การสอบข้อเขียน ปรนัย ๔ ตัวเลือก ๒. การสัมภาษณ์

				แผนการตลาด ดิจิทัล	
		๓๐๑๒๒๒	วางแผนยุทธวิธีในการ ทำการตลาดดิจิทัล สร้างแผนการตลาด ดิจิทัล ประเมิน ความสำเร็จของ แผนการตลาดดิจิทัล	๑. ระบุวิธีการ ติดตามผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๒. ติดตามผลการ ดำเนินการ แผนการตลาด ดิจิทัล ๓. ประเมินผล วิธีการติดตามผล การดำเนินการ ตามแผนการตลาด ดิจิทัล ๔.สรุปผลวิธีการ ติดตามผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล	
RTS- QPDD- ๒๓๗A	วางแผนและบริหาร กลยุทธ์ด้านการตลาด ดิจิทัล	๓๐๑๒๓๑	ดำเนินการตามแผน ตลาดดิจิทัล	๑.ระบุวิธีการ ประเมินผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๒.ดำเนินการ ประเมินผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๓ สรุปผลการ ประเมินการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๔ วิเคราะห์ แนวทางการเพิ่ม ประสิทธิภาพ ภายหลัง	๑ การสอบข้อ เขียน ปรนัย ๔ ตัวเลือก ๒. การ สัมภาษณ์

				ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล	
		๓๐๑๒๓๒	ติดตามผล ประเมินผล และเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล	๑.ระบุแนวทาง การเพิ่ม ประสิทธิภาพ ภายหลัง ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๒.ดำเนินการเพิ่ม ประสิทธิภาพ การตลาดดิจิทัล ตามที่ระบุ ๓.ประเมินผลการ เพิ่มประสิทธิภาพ การตลาดดิจิทัล ๔.สรุปผลการเพิ่ม ประสิทธิภาพ การตลาด ดิจิทัล	
RTS- QPDD- ๒๗๗/A	วางแผนและบริหาร กลยุทธ์ด้านการตลาด ดิจิทัล	๓๐๑๒๓๑	ดำเนินการตามแผน ตลาดดิจิทัล	๑.ระบุวิธีการ ประเมินผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๒.ดำเนินการ ประเมินผลการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๓ สรุปผลการ ประเมินการ ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๔ วิเคราะห์ แนวทางการเพิ่ม ประสิทธิภาพ ภายหลัง ดำเนินการตาม	๑ การสอบข้อ เขียน ปรนัย ๔ ตัวเลือก ๒. การ สัมภาษณ์

				แผนการตลาด ดิจิทัล	
		๓๐๑๒๓๒	ติดตามผล ประเมินผล และเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล	๑.ระบุแนวทาง การเพิ่ม ประสิทธิภาพ ภายหลัง ดำเนินการตาม แผนการตลาด ดิจิทัล ๒.ดำเนินการเพิ่ม ประสิทธิภาพ การตลาดดิจิทัล ตามที่ระบุ ๓.ประเมินผลการ เพิ่มประสิทธิภาพ การตลาดดิจิทัล ๔.สรุปผลการเพิ่ม ประสิทธิภาพ การตลาด ดิจิทัล	

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) ปฏิบัติการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. งานศึกษา หลักการ พฤติกรรม ผู้บริโภค	๑.๑ งานศึกษา ความรู้และ พฤติกรรมผู้บริโภค		๑. หลักการ พฤติกรรมผู้บริโภค ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ผู้บริโภค	๑. บอกความหมาย ความสำคัญประโยชน์ ของพฤติกรรม ผู้บริโภค
	๑.๒ งานจำลอง พฤติกรรมผู้บริโภค		๑. แบบจำลอง พฤติกรรมผู้บริโภค	๑. อธิบายแบบจำลอง ที่เป็นสิ่งเร้า กล่องดำ และการตอบสนอง ๒. บอกปัจจัยภายใน ภายนอกที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
๒.งานศึกษา พฤติกรรม ผู้บริโภคในยุค ดิจิทัล	๒.๑ วิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล		๑. สถานการณ์และ พฤติกรรมผู้บริโภค ในยุคดิจิทัล	๑. บอกสถานการณ์ และพฤติกรรม ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
	๒.๒ งานดำเนิน ธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	๑. บอกความหมาย ความสำคัญประโยชน์ ข้อดีข้อเสียพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์
๓.งานวิเคราะห์ พฤติกรรม ผู้บริโภค	๓.๑ งานวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภค		๑. ศึกษาหลักการ วิเคราะห์พฤติกรรม ๒. ศึกษาหลักการ วิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค ๖W๑H	๑. เข้าใจหลักการ วิเคราะห์พฤติกรรม ๒. อธิบายหลักการ วิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภค ๖W๑H
	๓.๒ งานกำหนด ตลาดเป้าหมาย		๑. ศึกษาการแบ่ง ส่วนตลาด ๒. ศึกษาตลาด เป้าหมาย ๓. ศึกษาการวาง ตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๑. เข้าใจการแบ่งส่วน ตลาด ๒. แบ่งส่วนตลาด เป้าหมาย ๓. วางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์
๔.งานศึกษา กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	๔.๑ งานศึกษา ทฤษฎีเกี่ยวกับการ ตัดสินใจ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ทฤษฎีการตัดสินใจ	๑. เข้าใจทฤษฎี เกี่ยวกับการตัดสินใจ

	๔.๒ งาน กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการ ตัดสินใจในแต่ละ ขั้นตอน	๑.เข้าใจกระบวนการ ตัดสินใจในแต่ละ ขั้นตอน
๕.งานศึกษา ปัจจัยภายในที่มี อิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	๕.๑ งานศึกษา ปัจจัยภายในที่มี อิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ปัจจัยภายในที่มี อิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	๑. เข้าใจปัจจัยภายใน ที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการตัดสินใจ ซื้อ
๖. งานศึกษา ปัจจัยภายนอก ที่มีอิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	๖.๑ งานศึกษา ปัจจัยภายนอกที่มี อิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ปัจจัยภายนอกที่มี อิทธิพลต่อ กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ	๑. เข้าใจปัจจัย ภายนอกที่มีอิทธิพล ต่อกระบวนการ ตัดสินใจซื้อ
๗. งานศึกษา พฤติกรรม ผู้บริโภคกับกล ยุทธ์ส่วน ประสมทาง การตลาด	๗.๑ งานศึกษาส่วน ประสมทาง การตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ส่วนประสมทาง การตลาด	๑. เข้าใจส่วนประสม ทางการตลาด
	๗.๒ งานกลยุทธ์ ส่วนประสมทาง การตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์ส่วนประสม ทางการตลาด	๑. กำหนดกลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับ ผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

วิชา พฤติกรรมผู้บริโภค รหัสวิชา๓๐๒๐๒-๒๐๐๑(๒-๒-๓)เวลาเรียน ๔ชั่วโมง/สัปดาห์รวม๗๒ชั่วโมง/ภาคเรียน

[illegible]

หน่วยการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๒๐๒-๒๐๐๑ ชื่อวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค.....

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

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	หลักการพฤติกรรมผู้บริโภค	๖	๖	๑๒
๒	แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล	๔	๔	๘
๓	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	๔	๔	๘
๔	กระบวนการการตัดสินใจซื้อ	๔	๔	๘
๕	ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ	๔	๔	๘
๖	ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	๔	๔	๘
๗	พฤติกรรมผู้บริโภคกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	๔	๔	๘
	ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและกำหนดกลยุทธ์การตลาด			
รวม		๓๐	๓๐	๖๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

สอบกลางภาค	๒๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค	๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์	๒๐คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม	๓๐.....คะแนน
อื่น ๆ	-.....คะแนน
รวม	๑๐๐.....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 ๑/๒๕๖๙

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา ผลิตรถยนต์และราคา รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๘ ทฤษฎี....๒...ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ....๒...ชั่วโมง/สัปดาห์
จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจหลักการของผลิตรถยนต์และราคา
๒. สามารถพัฒนาผลิตรถยนต์และกำหนดราคาผลิตรถยนต์
๓. สามารถประยุกต์ใช้หลักการในการพัฒนาผลิตรถยนต์และกำหนดราคาอย่างมีจริยธรรม
๔. มีเจตคติและกิริยาที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ มีความคล่องตัวในการทำงาน
การทำงานเป็นทีม และมีความซื่อสัตย์สุจริต

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการผลิตรถยนต์และราคา
๒. วางแผน พัฒนาผลิตรถยนต์และกำหนดราคาผลิตรถยนต์ตามหลักการและสถานการณ์
๓. ประยุกต์ใช้หลักการในการพัฒนาผลิตรถยนต์และกำหนดราคาอย่างมีจริยธรรม

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการผลิตรถยนต์ ส่วนประสมผลิตรถยนต์ การวางตำแหน่งผลิตรถยนต์ วงจรชีวิตผลิตรถยนต์ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า กระบวนการพัฒนาผลิตรถยนต์ นโยบายและกลยุทธ์ราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการกำหนดราคา และจริยธรรมในการกำหนดกลยุทธ์ผลิตรถยนต์ และราคา

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) วางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการกำหนดราคาอย่างมีจริยธรรมด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. งานแสดงความรู้หลักการผลิตภัณฑ์และราคา	๑.๑ งานแสดงความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ ๓. ความรู้เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ๔. แหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ๒. อธิบายความรู้เกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ ๓. อธิบายความรู้เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ๔. บอกถึงแหล่งความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
๒. งานส่วนประสมผลิตภัณฑ์	๑.๑ งานจัดสายผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ๒. แสดงส่วนประสมผลิตภัณฑ์
	๑.๒ งานวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสายผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าในสายผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับจัดการสายผลิตภัณฑ์ ๒. แสดงตราสินค้าในสายผลิตภัณฑ์
๓. งานวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓.๑ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ๒. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

	๓.๒ งานกำหนด ราคาผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ราคา ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์การตั้งราคา	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับราคา ๒. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับกลยุทธ์การตั้ง ราคา
๔. งานวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์	๔.๑ งานวางแผนพัฒนา ผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ขั้นตอนวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ รูปแบบวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับขั้นตอนวงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์ ๒. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับรูปแบบวงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์
	๔.๒ งานปรับปรุง สินค้าตามวงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์ส่วนประสม ทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับ วิวัฒนาการของ ตลาด	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาด ๒. แสดงความรู้ เกี่ยวกับวิวัฒนาการ ของตลาด
๕. งาน กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์	๕.๑ งานวางแผนพัฒนา ผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์ในการ ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๒. แสดงความรู้ เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการ ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่
	๕.๒ งานกำหนด ราคาผลิตภัณฑ์ ตามหลักและ สถานการณ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ราคาผลิตภัณฑ์ตาม สถานการณ์การ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กลยุทธ์ในการ กำหนดราคา ผลิตภัณฑ์	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับราคา ผลิตภัณฑ์ตามสถาน การณ์การ ๒. คิดค้นกลยุทธ์ใน การกำหนดราคา ผลิตภัณฑ์
๖. งานบรรจุภัณฑ์	๖.๑ งานวางแผนพัฒนา ผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ หลักการผลิตภัณฑ์ และราคา ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ลักษณะของบรรจุ ภัณฑ์	
	๖.๒ งานกำหนด นโยบายและกล ยุทธ์ของบรรจุ ภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับ หลักการผลิตภัณฑ์ และราคา	๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับหลักการ ผลิตภัณฑ์และราคา

			๒. ความรู้เกี่ยวกับนโยบายกลยุทธ์ของบรรจุมัณฑ	๒. คิดค้นกลยุทธ์ของบรรจุมัณฑตามนโยบายตามสถานการณ์
๗. งานกำหนดตราสินค้า	๗. งานกำหนดกลยุทธ์ตราสินค้า		๑. ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ตราสินค้า	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า ๒. คิดค้นกลยุทธ์ตราสินค้า
	๗.๒ งานกำหนดกลยุทธ์ป้ายฉลาก		๑. ความรู้เกี่ยวกับป้ายฉลาก ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ป้ายฉลาก	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับป้ายฉลาก ๒. คิดค้นกลยุทธ์ป้ายฉลาก
๘.งานกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ราคา	๘.๑ งานวางแผนนโยบายราคา		๑. ความรู้เกี่ยวกับนโยบายด้านราคาตามหลักการและสถานการณ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามหลักและสถานการณ์	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับนโยบายด้านราคาตามหลักการและสถานการณ์ ๒. วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามหลักและสถานการณ์
	๘.๒ งานกำหนดกลยุทธ์ราคา		๑. ความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ๒. วางแผนกลยุทธ์ราคา
๙. งานวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสถานการณ์	๙.๑ งานกำหนดปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา		๑. ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายใน ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา	๑. ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายใน ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา
	๙.๑ งานกำหนดปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา		๑. ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา	๑. อธิบายความรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ๒. วางแผนกลยุทธ์ราคา
๑๐. งานกำหนดวิธีการตั้งราคา		๑. วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาตามหลักการและสถานการณ์ ๒. ขั้นตอนการตั้งราคา		๑. บอกถึงวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคาตามหลักการและสถานการณ์

				๒. แสดงขั้นตอนการ ตั้งราคา
๑๑. งานเสริมสร้า งจริยธรรมใน องค์การ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ จริยธรรมที่พึงปฏิบัติ ในองค์การ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ความรับผิดชอบต่อ สังคมและธรรมภิ บาลในธุรกิจ		๑. อธิบายความรู้ เกี่ยวกับจริยธรรมที่พึง ปฏิบัติในองค์การ ๒. แสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม และหลักธรรมภิบาล ในธุรกิจ

ชื่อวิชาผลิตภัณฑ์และราคารหัสวิชา๓๐๒๐๒-๒๐๐๘(๒-๒-๓)เวลาเรียน ๔ชั่วโมง/สัปดาห์รวม๖๐ชั่วโมง/ภาคเรียน

ชื่อวิชาผลิตภัณฑ์และราคารหัสวิชา๓๐๒๐๒-๒๐๐๘(๒-๒-๓)เวลาเรียน ๔ชั่วโมง/สัปดาห์รวม๖๐ชั่วโมง/ภาคเรียน

โครงการสอน / หน่วยการเรียนรู้

รายวิชา ผลิตภัณธ์และราคา รหัสวิชา ๓๐๒๐๒-๒๐๐๘ (ท-ป-น) ทฤษฎี ๒ ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ ๒ ชั่วโมง/
สัปดาห์ จำนวน ๓ หน่วยกิต

หน่วยที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	ความรู้เกี่ยวกับหลักการผลิตภัณธ์	๒	๒	๔
๒	ส่วนประสมผลิตภัณธ์	๔	๔	๘
๓	การวางตำแหน่งผลิตภัณธ์	๔	๔	๘
๔	วงจรชีวิตผลิตภัณธ์	๔	๔	๘
๕	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณธ์	๔	๔	๘
๖	การบรรจุภัณธ์	๒	๒	๔
๗	ตราสินค้า	๒	๒	๔
๘	นโยบายและกลยุทธ์ราคา	๒	๒	๔
๙	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา	๒	๒	๔
๑๐	วิธีการกำหนดราคา	๒	๒	๔
๑๑	จริยธรรมในการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณธ์และราคา	๒	๒	๔
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา วางแผนและ พัฒนาผลิตภัณธ์โดยการกำหนดราคาอย่างมีจริยธรรมด้วย ความคิดสร้างสรรค์			
รวม		๓๐	๓๐	๖๐

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. บรรยาย/สาธิต/ทดลองปฏิบัติ Powerpoint, Canva
๒. กิจกรรมกลุ่ม / ฝึกปฏิบัติ

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

สอบกลางภาค	๒๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค	๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์	๒๐คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม	๓๐.....คะแนน
อื่น ๆ	-.....คะแนน
รวม	๑๐๐.....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 ๑/๒๕๖๔

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา องค์การและการบริหารงานคุณภาพ รหัสวิชา ๓๐๐๐๑-๑๐๐๒ ทฤษฎี ๓ ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ -
ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานสถาบันรับรองระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

เข้าใจหลักการและปฏิบัติในการบริหารงานคุณภาพในองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร การบริหารงานคุณภาพ และเพิ่มผลผลิต การจัดการความเสี่ยง การจัดการความขัดแย้งในองค์กร กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การทำกิจกรรมระบบคุณภาพและเพิ่มผลผลิตมาประยุกต์ใช้ในการจัดการงานอาชีพ ตามมาตรฐาน ISO เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอรับรองมาตรฐาน ขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐาน ISO

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. เข้าใจหลักการการบริหารงานคุณภาพในองค์กร
๒. เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร การบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิต การจัดการความเสี่ยงการจัดการความขัดแย้งในองค์กร
๓. กำหนดกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิตตามมาตรฐาน ISO
๔. มีเจตคติและกิริยาสำนึกที่ดีในการจัดการงานอาชีพด้วยความรับผิดชอบ รอบคอบ มีวินัย ขยัน ประหยัดอดทนและสามารถทำงานร่วมกัน

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับหลักการและวิธีปฏิบัติในการบริหารงานคุณภาพในองค์กร การบริหารงาน คุณภาพและเพิ่มผลผลิต การจัดการความเสี่ยง การจัดการความขัดแย้งในองค์กร
๒. วางแผนการจัดการองค์การและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรตามหลักการ
๓. จัดการงานอาชีพตามมาตรฐาน ISO

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับหลักการและวิธีปฏิบัติในการบริหารงานคุณภาพในองค์กร การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร การบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิต การจัดการความเสี่ยง การจัดการความขัดแย้งในองค์กร กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การนำกิจกรรมระบบคุณภาพและเพิ่มผลผลิตมาประยุกต์ใช้ในการจัดการงานอาชีพ มาตรฐาน ISO กระบวนการขอรับรองมาตรฐาน ISO เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการขอรับรองมาตรฐาน ISO

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์การและประยุกต์ใช้ในการจัดการงานอาชีพ				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑.งานบริหารงาน คุณภาพในองค์การ	๑.๑ งานศึกษา ความหมาย โครงสร้างของ องค์การ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ องค์การ, ๒. ความรู้เกี่ยวกับ โครงสร้างของ องค์การ	๑. อธิบายความหมาย ขององค์การ ๒. บอกโครงสร้างการ บริหารในองค์การ
	๑.๒ งานแบ่งแยก ประเภทของ องค์การในการจัด โครงสร้างองค์การ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การแบ่งแยกประเภท องค์การ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ การจัดโครงสร้างของ องค์การ	๑. แบ่งแยกประเภท ขององค์การ ๒. จัดโครงสร้าง องค์การ
๒.งานเพิ่ม ประสิทธิภาพของ องค์การ	๒.๑ งานศึกษา ความหมายของ การเพิ่ม ประสิทธิภาพและ ประสิทธิผล		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความหมายการเพิ่ม ประสิทธิภาพและ ประสิทธิผล ๒. ความรู้วิธีการใช้ ตัวเกณฑ์วัด ประสิทธิภาพของ องค์การ	๑. อธิบายความหมาย การเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ๒. บอกวิธีการใช้ตัว เกณฑ์วัดประสิทธิภาพ ขององค์การ
	๒.๒ งานสร้าง องค์การแห่ง คุณภาพ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ วงจรควบคุมคุณภาพ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ ระบบ๕ส. ๓. ความรู้เกี่ยวกับ QCC ๔. ความรู้เกี่ยวกับ ระบบการปรับรื้อ ๕. ความรู้เกี่ยวกับ ระบบ TQM	๑. อธิบายวงจร ควบคุมคุณภาพ ๒. อธิบายระบบ๕ส. ๓. อธิบายกลุ่มระบบ QCC ๔.อธิบายระบบการ ปรับรื้อ ๕.อธิบายระบบTQM

๓.งานบริหารงาน คุณภาพและเพิ่ม ผลผลิต	๓.๑ งานศึกษา ความหมาย หลักการ บริหารงานคุณภาพ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความหมายการ บริหารงานคุณภาพ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ หลักการบริหารงาน คุณภาพ	๑. อธิบายความหมาย การบริหารงาน คุณภาพ ๒. อธิบายหลักการ บริหารงานคุณภาพ
	๓.๒ งาน กระบวนการ บริหารงานคุณภาพ และวัดผลและ ตรวจสอบผลการ ดำเนินงาน		๑. ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการ บริหารงานคุณภาพ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ การวัดผลและตรวจสอบ ผลการดำเนินงาน	๑. บอกกระบวนการ บริหารงานคุณภาพ ๒. วัดผลและ ตรวจสอบผลการ ดำเนินงาน
๔.งานจัดการความ เสี่ยง	๔.๑ งานศึกษา ความหมายและ หลักการการ บริหารความเสี่ยง		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ความหมายการ บริหารความเสี่ยง ๒. ความรู้เกี่ยวกับ หลักการบริหาร ความเสี่ยง	๑. เข้าใจความหมาย การบริหารความเสี่ยง ๒. อธิบายหลักการ บริหารความเสี่ยง
	๔.๒ งานจัดการ ความเสี่ยงของ องค์การและการ ประเมินความเสี่ยง		๑. ความรู้เกี่ยวกับ การจัดการความ เสี่ยงขององค์การ ๒. ความรู้เกี่ยวกับ การประเมินความ เสี่ยง	๑. เข้าใจความรู้ เกี่ยวกับการจัดการ ความเสี่ยงขององค์การ ๒. บอกขั้นตอน เกี่ยวกับการประเมิน ความเสี่ยง
๕.งานจัดการความ ขัดแย้งในองค์การ	๕.๑ งานศึกษา ความหมาย ประเภทสาเหตุที่ เกิดความขัดแย้ง			
	๕.๒ ศึกษาแนวทาง การจัดการ กระบวนการและ วิธีจัดการความ ขัดแย้งในองค์การ		๑. ความรู้เกี่ยวกับ แนวทางการจัดการ ความขัดแย้ง ๒. ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการจัดการ ความขัดแย้ง ๓. ความรู้เกี่ยวกับวิธี จัดการความขัดแย้ง ในองค์การ	๑. อธิบายแนวทางการ จัดการความขัดแย้ง ๒. อธิบายกระบวนการ จัดการความขัดแย้ง ๓. บอกวิธีจัดการความ ขัดแย้งในองค์การ

๖.งานกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	๖.๑ งานศึกษาความหมายกลยุทธ์การบริหารงานในองค์กร		๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมายของกลยุทธ์ ๒. ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานในองค์กร	๑. อธิบายความหมายของกลยุทธ์ ๒. บอกกลยุทธ์การบริหารงานในองค์กร
	๖.๒ งานศึกษาส่วนผสมของกลยุทธ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับส่วนผสมของกลยุทธ์	๑. บอกส่วนผสมของกลยุทธ์
๗.งานทำกิจกรรมระบบคุณภาพและเพิ่มผลผลิตมาประยุกต์ใช้ในการจัดการอาชีพ	๗.๑ งานศึกษาความหมาย ความสำคัญและกระบวนการวางแผน		๑. ความรู้เกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญในการวางแผน ๒. ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการวางแผน	๑. บอกความหมาย ความสำคัญในการวางแผน ๒. เข้าใจกระบวนการวางแผน
	๗.๒ งานตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ปัญหา		๑. ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหา	๑. เข้าใจแนวทางการแก้ปัญหา
๘.งานกิจกรรมกลุ่มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	๘.๑ งานศึกษา กิจกรรมกลุ่มเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน		๑. ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมกลุ่ม ๒. ความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	๑. เข้าใจกิจกรรมกลุ่ม ๒. บอกการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
	๘.๒ งานศึกษา กิจกรรม ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงและบำรุงรักษาแบบทวีผล		๑. ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรม ข้อเสนอแนะ ปรับปรุง ๒. ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมบำรุงรักษาแบบทวีผล	๑. เข้าใจกิจกรรม ข้อเสนอแนะปรับปรุง ๒. บอกวิธีบำรุงรักษาแบบทวีผล
๙.งานมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ	๑.งานศึกษาความหมาย ความสำคัญและกระบวนการขอรับรองมาตรฐานISO		๑. ความรู้เกี่ยวกับ ISO ๒. ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการขอรับรองมาตรฐานISO	๑. เข้าใจความหมาย ความสำคัญเกี่ยวกับ ISO ๒. เข้าใจกระบวนการและเอกสารการขอรับรองมาตรฐานISO

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๐๐๑-๑๐๐๒..... ชื่อวิชา.....องค์การและการบริหารงานคุณภาพ.....

ทฤษฎี.....๓.....ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ.....-.....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. งานบริหารงานคุณภาพ ในองค์กร	๑	๑	๑					๑		๔	๖
๒. งานเพิ่มประสิทธิภาพ ขององค์กร	๑	๑	๑	๑				๑		๕	๖
๓. งานบริหารงานคุณภาพ และเพิ่มผลผลิต	๑	๑	๑	๑			๑	๑	๑	๗	๓
๔. งานจัดการความเสี่ยง	๑	๑	๑	๒			๑	๒	๑	๙	๖
๕. งานจัดการความขัดแย้ง ในองค์กร		๑	๑				๑	๑		๔	๖
๖. งานกลยุทธ์การเพิ่ม ประสิทธิภาพการทำงาน		๑	๑				๑	๑		๔	๓
๗. งานใช้กิจกรรมระบบ คุณภาพและเพิ่มผลผลิตมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการ อาชีพ		๑	๑				๑	๑		๔	๓
๘. งานกิจกรรมกลุ่มเพื่อ เพิ่มประสิทธิภาพการ ทำงาน		๑	๑			๑	๑	๓		๗	๓
๙. งานมาตรฐานระบบ บริหารงานคุณภาพ		๑	๑			๑	๑	๑	๑	๖	๓
รวม											
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา จัดกิจกรรมการบริหารงานคุณภาพองค์กร ด้วยความ รับผิดชอบ รอบคอบ มีวินัยในการทำงานร่วมกัน										๓๐	๐/๓
รวมทั้งรายวิชา										๑๐๐	๐/๔๕

หน่วยการเรียนรู้

รหัส.....๓๐๐๐๑-๑๐๐๒..... ชื่อวิชา องค์การและการบริหารงานคุณภาพ

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

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	งานบริหารงานคุณภาพในองค์การ	๔	๒	๖
๒	งานเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ	๔	๒	๖
๓	งานบริหารงานคุณภาพและเพิ่มผลผลิต	๒	๑	๓
๔	งานจัดการความเสี่ยง	๔	๒	๖
๕	งานจัดการความขัดแย้งในองค์การ	๔	๒	๖
๖	งานกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	๒	๑	๓
๗	งานใช้กิจกรรมระบบคุณภาพและเพิ่มผลผลิตมาประยุกต์ใช้ในการจัดการ อาชีพ	๒	๑	๓
๘	งานกิจกรรมกลุ่มเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	๒	๑	๓
๙	งานมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ	๒	๑	๓
	ประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา จัดกิจกรรมการบริหารงาน คุณภาพองค์การ ด้วยความรับผิดชอบ รอบคอบ มีวินัยในการทำงานร่วมกัน			
รวม		๓๐	๑๕	๔๕

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

สอบกลางภาค	๒๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค	๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์	๒๐.....คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม	๓๐.....คะแนน
อื่น ๆ	-.....คะแนน
รวม	๑๐๐.....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 ๑/๒๕๖๔

ลักษณะรายวิชา

หลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด

ชื่อวิชา การตลาดพื้นฐาน รหัสวิชา ๓๐๒๐๐-๐๐๐๑ ทฤษฎี.....๓...ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ...-.....ชั่วโมง/สัปดาห์

จำนวน.....๓.....หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

เสนอขายสินค้าและบริการตามกระบวนการขายและใช้เทคโนโลยีทางการตลาดด้วยความรับผิดชอบ
ต่อสังคม

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

๑. รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการขายและการตลาดพื้นฐาน
๒. มีทักษะการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ
๓. สามารถประยุกต์ใช้หลักการ กระบวนการ แนวคิด และเทคโนโลยีทางการตลาดในปฏิบัติงาน พื้นฐานอาชีพงานด้านการขายและการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม
๔. มีเจตคติและกิริยาสำนึกที่ดี มีความซื่อสัตย์ สุจริต ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กล้าแสดงออก มีความรับผิดชอบต่อความสนใจใฝ่รู้ ในการปฏิบัติงานขายและการตลาด

สมรรถนะรายวิชา

๑. ประมวลความรู้เกี่ยวกับการขาย การตลาดพื้นฐานและส่วนประสมการตลาด
๒. จัดทำเอกสารสำหรับเสนอขายสินค้าและบริการตามแผนที่กำหนด
๓. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาดในปฏิบัติงานพื้นฐานอาชีพงานด้านการขายและการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับการขายและการตลาด จรรยาบรรณนักขายและนักการตลาด บุคลิกภาพนักขาย ความรู้เกี่ยวกับการเป็นนักขาย เอกสารการขาย ส่วนประสมทางการตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางแผนการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า กระบวนการขาย และเทคโนโลยีทางการตลาด

ตารางวิเคราะห์หน่วยการเรียนรู้

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา(Job) เสนอขายสินค้าและบริการตามกระบวนการขายและใช้เทคโนโลยีทางการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม				
งานหลัก (Duty)	งานย่อย (Task)	สมรรถนะย่อย (มาตรฐานอาชีพ)	ความรู้ ในการปฏิบัติงาน	ทักษะ ในการปฏิบัติงาน
๑. งานศึกษาและวิเคราะห์การตลาด	๑.๑ งานศึกษาความหมาย บทบาท และความสำคัญของการตลาด	-	๑. ศึกษาหลักการตลาดเบื้องต้น ๒. บทบาทการตลาดต่อเศรษฐกิจ	๑. อธิบายหลักการตลาดได้ ๒. ยกตัวอย่างบทบาทการตลาด
	๑.๒ งานวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (ภายใน-ภายนอก)		๑. ศึกษาปัจจัยภายในกิจการ ๒. ศึกษาปัจจัยภายนอกกิจการ	๑. แยกแยะปัจจัยภายใน-ภายนอกที่มีผลต่อการตลาดได้
๒. งานศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	๒.๑ งานระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ		๑. ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ๒. ศึกษาการแบ่งส่วนทางการตลาด	๑. แบ่งส่วนทางการตลาด ๒. กำหนดตลาดเป้าหมาย ๓. วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
	๒.๒ งานวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อ		๑. ศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	๑. อธิบายขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้
๓. งานแบ่งส่วนตลาด กำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓.๑ งานศึกษาส่วนแบ่งทางการตลาด		๑. ความรู้เกี่ยวกับส่วนแบ่งทางการตลาด ๒. ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาด	๑. อธิบายส่วนแบ่งทางการตลาด ๒. แบ่งส่วนตลาดได้ตามเกณฑ์
	๓.๒ งานกำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์		๑. ความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย ๒. ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๑. บอกตลาดเป้าหมาย ๒. กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
๔. งานศึกษาส่วนประสมและกลยุทธ์ทางการตลาด	๔.๒ งานศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 4P's		๑. ความรู้เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's	๑. บอกส่วนประสมทางการตลาด

			๒. ความรู้เกี่ยวกับ วางแผนการใช้กล ยุทธ์ทางการตลาด	๒.เลือกใช้กลยุทธ์ การตลาดที่เหมาะสม ได้
๕. ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีใน การสื่อสารทาง การตลาด	๕.๑ งานใช้ เทคโนโลยีในการ สื่อสารทาง การตลาด		๑. ศึกษาข้อมูล ประเภทเทคโนโลยี ทางการตลาด ๒. ศึกษาขั้นตอนใน การจัดทำข้อมูลทาง การตลาด	๑. บอกประเภท เทคโนโลยีทาง การตลาด ๒. ประยุกต์เทคโนโลยี จัดทำข้อมูลทาง การตลาด

ชื่อวิชา การตลาดพื้นฐาน รหัสวิชา ๓๐๒๐๐-๐๐๐๑ (๓-๐-๓) เวลาเรียน ๓ ชั่วโมง/สัปดาห์รวม ๔๕ ชั่วโมง/ภาคเรียน

[illegible]

หน่วยการเรียนรู้

หน่วยที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
๑	ความรู้เบื้องต้นด้านการตลาด	๖		๖
๒	พฤติกรรมผู้บริโภค	๙		๙
๓	การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๙		๙
๔	ส่วนประสมและกลยุทธ์ทางการตลาด	๓		๓
	- ผลิตภัณฑ์และราคา	๓		๓
	- การจัดจำหน่าย	๓		๓
	- การส่งเสริมการตลาด	๖		๖
๕	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารทางการตลาด	๓		๓
	ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา เสนอขายสินค้าและบริการตามกระบวนการขายและใช้เทคโนโลยีทางการตลาดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม			
รวม		๔๕		๔๕

กิจกรรมการเรียนการสอน

๑. นักเรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
๒. นักเรียนทำใบงาน กิจกรรมกลุ่ม

การวัดผลประเมินผล/ระดับคะแนน

รายละเอียดการวัดผล

การสอบย่อย	๒๐.....คะแนน
การสอบปลายภาค	๓๐.....คะแนน
บูรณาการคุณธรรม จริยธรรม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์	๒๐คะแนน
งานมอบหมาย/ รายงาน/กิจกรรม	๓๐.....คะแนน
อื่น ๆ	-.....คะแนน
รวม	๑๐๐.....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

๓. หนังสือเรียนการขาย, การตลาด
๔. ใบความรู้ประจำหน่วยการเรียนรู้

แหล่งเรียนรู้เพิ่มเติม

๑. ห้องสมุดวิทยาลัยเทคนิคบ้านค่าย
๒. อินเทอร์เน็ต