

## รายวิชา 1552617 ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด 2

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
วิทยาเขต/คณะ/สาขาวิชา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ (ศศ.บ.)

## หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา 1552617 (ชื่อวิชาภาษาไทย) ภาษาอังกฤษเพื่อการตลาด 2  
(ชื่อวิชาภาษาอังกฤษ) English for Marketing 2
- จำนวนหน่วยกิต  
3 หน่วยกิต
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ วิชาเฉพาะด้านเลือก
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อ.นารีมา แสงวิมาน
- ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1/2558 ชั้นปีที่ 4 หมู่เรียน 55/68
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
1551608 English for Marketing 1
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี)  
-
- สถานที่เรียน  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
วันที่ 26 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2554

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้ทักษะภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับการตลาดดังต่อไปนี้

- 1) คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 2) บทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 3) การอ่านบทความที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 4) การนำเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้เพิ่มเติมด้านคำศัพท์และบทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาดไปประยุกต์ใช้กับรายวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเชื่อมโยงกับบริบทอาเซียน และบริบทสากลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดในภาวะการณ์ปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

Pre-requisite: 1551608 English for Marketing 1

In-depth English terminology and expressions in the field of marketing.

Applying this terminology in a marketing context and reading printed materials taken from business review magazines, English newspapers and business documents.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	-	-	การศึกษาด้วยตนเอง 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

รายบุคคล

- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยวิธีการสัมภาษณ์ สอบถาม

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

(ข้อที่ 2) มีวินัย ตรงต่อเวลา เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม (ตรงกับค่านิยม 12 ประการ ข้อ 2)

(ข้อที่ 3) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### 1.2 วิธีการสอน

- (1) อภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับบุคคลต้นแบบด้านธุรกิจทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก
- (2) กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง
- (3) ทำแบบฝึกหัดการอ่าน
- (4) ทำแบบทดสอบ

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (2) ประเมินจากการความซื่อสัตย์ในการสอบ
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบการงานที่ได้รับมอบหมาย

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

(ข้อที่ 1) มีความรู้และความเข้าใจสาระสำคัญของหลักการและทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานชีวิตในเนื้อหาวิชาเฉพาะด้าน (ตรงกับค่านิยม 12 ประการ ข้อ 4)

- 1) คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 2) บทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

(ข้อที่ 2) มีความรอบรู้ กว้างไกลและติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการในวิชาที่ศึกษา รวมทั้งเข้าใจหลักการและประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

- 3) การอ่านบทความที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- 4) การนำเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

#### 2.2 วิธีการสอน

- (1) บรรยาย และอภิปราย
- (2) การฝึกบทสนทนาด้านการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- (3) การทำแบบฝึกการอ่าน และการเขียนรายงาน

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การทดสอบย่อย
- (2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (3) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย
- (4) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา (ตรงกับค่านิยม 12 ประการข้อที่ 4 ทั้ง 3 ข้อ)

- (ข้อที่ 1) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
- (ข้อที่ 2) ตระหนักถึงศักยภาพของตนเพื่อพัฒนาตนเองให้มีความสามารถเพิ่มมากขึ้น
- (ข้อที่ 3) สามารถสืบค้น วิเคราะห์ ประมวลผลและประเมินสารสนเทศเพื่อใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

### 3.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานส่วนบุคคลและงานกลุ่ม
- (2) ทำแบบฝึกการอ่าน
- (3) ค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาด

### 3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินผลจากความสามารถในการสืบค้นข้อมูล
- (2) ทดสอบย่อย
- (3) ประเมินผลรายงานเดี่ยวและรายงานกลุ่ม

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ที่ต้องพัฒนา

- (ข้อที่ 2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทผู้นำหรือผู้ร่วมทีมงาน (ตรงกับค่านิยม 12 ประการ ข้อที่ 2)
- (ข้อที่ 3) มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ

### 4.2 วิธีการสอน

- (1) บรรยายและทำแบบฝึกหัดระหว่างบท แบ่งกลุ่มทำกิจกรรม และนำเสนอในชั้นเรียน
- (2) มอบหมายงานรายกลุ่ม และรายบุคคล
- (3) ระดมความคิดด้านเทคนิคการนำเสนอเพื่อการจัดทำโครงการ “Mini B.E. SME”

### 4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินตนเองและเพื่อนด้วยวิธีการสรุปผลที่ได้จากการนำเสนอของแต่ละกลุ่ม
  - (2) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ
  - (3) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- การมีส่วนร่วมในโครงการ

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องได้รับการพัฒนา (ตรงกับค่านิยม 12 ประการข้อที่ 4 ข้อ 2, 3)

(ข้อที่ 2) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมกับโอกาสและวาระ

(ข้อที่ 3) สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(ข้อที่ 5) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรม และสถานการณ์โลกปัจจุบัน

### 5.2 วิธีการสอน

(1) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning และทำรายงาน โดยเน้นแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(2) นำเสนอโดยใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสม

### 5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอ

(2) ประเมินจากความสามารถในการอธิบายแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ที่มาจากสื่อต่างๆ

(3) ประเมินจากความสามารถในการสืบค้นข้อมูลจาก website และสื่ออื่นๆ

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

Week	Contents	Activities	hours	Instructor
1	Introducing course Pre-Test	- Lecture - Discuss - Test (Pre-Test)	3	Nareema Sangwiman
2	Unit 1 Marketing and Advertising	- Talk about logos and branding - Discuss about Market reasearch terms - Do exercise and assignment	3	Nareema Sangwiman
3	Unit 2 The role of Marketing	Quiz (unit 1) - Discuss about marketing tasks - Explain and give example about marketing terms - Read Marketing Texts - Do exercise and assignment	3	Nareema Sangwiman
4	Unit 3 New Product Development and branding	- Quiz (unit 2) - Discuss about famous brand and successful business leader - Disscuss about creating a brand - Watch clip video about World Wide C.E.O and discuss in pair and group - Do exercise and assignment	6	Nareema Sangwiman
5-6	Unit 4 International customer communications	- Quiz (unit 3) - Watch clip video about how to present and give feedback on product - Practice the conversation about product. - Read the article about trends and shopping habbits. - Do the exercise.	3	Nareema Sangwiman

7	Unit 5 Product launch and promotion	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quiz (unit 4)</li> <li>- Read the marketing news and article.</li> <li>- Discuss and share the ideas.</li> <li>-Do exercise and assignment</li> </ul>	3	Nareema Sangwiman
8	Mid-term Examination and Project Presentation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Writing Test in Unit 1, 2, 3 and 5</li> <li>- Speaking Test in Unit 4</li> </ul>	2 1	
9	Unit 6 Presenting your public face	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brainstrom idea ‘how to promote company product’</li> <li>- Write and create advertisement</li> <li>- Present the product advertisement by using PowerPoint Presentation</li> </ul>	3	
10-11	Unit 7 Marketing Plan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quiz (Unit 6)</li> <li>- Brainstrom the marketing plan and budget</li> <li>- Read the article about marketing</li> <li>- Write marketing plan</li> <li>- Do exercise and assignment</li> </ul>	6	Nareema Sangwiman
12-13	Unit 8 Marketing Research	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quiz (Unit 7)</li> <li>- Read the abstract about marketing</li> <li>- Read the customer survey research.</li> <li>- Do the exercise.</li> <li>- Suft the interesting topic.</li> <li>- Present the interesting topic by using power points</li> </ul>	6	Nareema Sangwiman
14	Presentation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oral Presentation “Mini B.E. SME Project”</li> </ul>	3	Nareema Sangwiman

15-16	Unit 9 Marketing Trends and movements	- Watch video clip about Digital Marketing - Discuss the current trend of e-marketing or digital marketing. - Read the article and advertisement. - Do the exercise.	6	Nareema Sangwiman
17	Final Examination	- Writing Test unit 6, 7, 8, 9 - Speaking Test unit 9	2 3	

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัปดาห์ที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
1.3, 3.3, 4.3	- การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม และงานที่ได้รับมอบหมาย	ตลอดภาคการศึกษา	10%
1.3, 2.3	- สอบกลางภาค	8	20%
1.3, 2.3	- สอบปลายภาค	17	30%
1.3, 2.3	- ทดสอบย่อยบทที่ 1, 2, 3, 4, 6, 7	3,4, 6, 7, 11, 13	20%
1.3, 3.3, 4.3, 5.3	- รายงานเดี่ยว และรายงานกลุ่ม	11, 13	10%
2.3, 3.3, 4.3, 5.3	- การนำเสนอ	9,16	10%
			100%

### ข้อปฏิบัติในชั้นเรียน (Requirements)

### ข้อปฏิบัติในชั้นเรียน (Requirements)

1. การเข้าชั้นเรียนของผู้เรียนต้องไม่น้อยกว่า 80% หรือขาดได้ไม่เกิน 3 ครั้ง และต้องส่งใบลาทุกครั้งที่ขาดเรียน
2. การเข้าเรียน ผู้เรียนต้องเข้าเรียนตามกำหนดเวลาที่มหาวิทยาลัยกำหนด ถ้ามาสายถือว่าขาดเรียน หรือหักคะแนนจิตพิสัย
3. การแต่งกายของผู้เรียนเป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
4. การลอกเลียนและการคัดลอกผลงานที่เป็นลิขสิทธิ์ของผู้อื่นควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาทุกครั้ง
5. การทุจริตในขณะที่มีการทดสอบของผู้เรียนให้คะแนนที่ได้ในครั้งนั้นถือเป็นโมฆะ



หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารประกอบการสอน English for Marketing 2

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- Robinson Nick, Day Jeremy, editor. Cambridge English for Marketing. Cambridge University Press. 2012.

- Gorge Sylee. English for Marketing and Advertisement (Express Series). Oxford University Press. 2015.

- Cotton David, et. Market Leader (Pre-intermediate). 3<sup>rd</sup> edition. Pearson.

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

#### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

#### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

#### 3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน

#### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก

- การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา
- พิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา
- มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้
  - การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น และ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
  - การทวนสอบเกณฑ์การวัดและประเมินผลการเรียนในรายวิชาโดยคณะกรรมการประจำหลักสูตร และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหลักสูตร

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา/อาจารย์ผู้สอน อาจารย์นารีมา แสงวิมาน

ลงชื่อ.....

วันที่รายงาน.....

ชื่อประธานสาขาวิชา อาจารย์นารีมา แสงวิมาน

ลงชื่อ.....

วันที่รับรายงาน.....

