

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะ/สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อวิชา

3613105 การบริหารช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน
(Marketing Channel and Supply Chain Management)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบ : อาจารย์ณัฐวรรณ สมรรถจันทร์
หมู่เรียน : 56/92, 56/93, 56/97

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2558 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

พฤษภาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและเทคนิคของการบริหารช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน
- 2) สามารถอธิบายแนวคิดและหลักการของการบริหารช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน
- 3) สามารถวางแผนการจัดการระบบการบริหารช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน
- 4) สามารถนำความรู้การบริหารช่องทางการตลาดและโซ่อุปทาน ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน การจัดหาทั้งวัตถุดิบ วัสดุ และสินค้าสำเร็จรูป การคัดเลือกแหล่งจัดซื้อจัดหา การตรวจสอบ การควบคุมคุณภาพ การจัดซื้อจัดหาให้ได้ในราคา ปริมาณและเวลาที่เหมาะสม การตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตและการจัดซื้อเพื่อจำหน่าย การจัดการการจัดจำหน่าย การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการคัดเลือกคนกลาง

การวางแผนและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดการสินค้าคงคลังและการขนถ่าย การจัดส่ง การขนส่ง การจัดการสินค้าคงคลัง เพื่อบริการและสนองความต้องการให้ได้ตามความต้องการของตลาด และนำมาให้เป็นกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

เปิดโอกาสให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

ผลการเรียนรู้ กลุ่ม รหัส และชื่อรายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทางปัญญา				ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ					ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
กลุ่มวิชาเฉพาะด้านบังคับ																						
3613105 การบริหารช่องทาง การตลาดและโซ่อุปทาน	○	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	○

ผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวังจะพัฒนานักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
1.1 มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม	1.1 สอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการสอน 1.2 วางตัวเป็นแบบอย่างที่ดี 1.3 จัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม เช่น ยกย่องนักศึกษาที่กระทำความดีและมีความเสียสละ	1.1 การตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน 1.2 การส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา 1.3 การมีวินัยและความพร้อมเพียงในการเข้าร่วมกิจกรรม 1.4 ความซื่อสัตย์โดยไม่ทุจริตในการสอบ

2. ความรู้

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
2.1 มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎี และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้ 2.2 สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการความรู้ให้เชื่อมโยงกับหลักการในศาสตร์อื่นได้	2.1 ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ ทั้งทฤษฎีปฏิบัติ และกรณีศึกษา 2.2 เน้นหลักการทางทฤษฎีและประยุกต์ทางปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริงและทันต่อการเปลี่ยนแปลง	ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาได้แก่ 2.1 การทดสอบย่อย 2.2 การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน 2.3 รายงานที่นักศึกษาจัดทำ 2.4 แผนหรือโครงการที่ศึกษานำเสนอ 2.5 การนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
3.1 สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.1 สอนโดยใช้กรณีศึกษาเพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์	ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาได้แก่ 3.1 การนำเสนอรายงานในชั้นเรียน 3.2 การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบ

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
4.1 มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมาย	4.1 กำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม และการทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น 4.2 ค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่นหรือผู้มีประสบการณ์ เช่น การทำวิจัยทางธุรกิจ	4.1 สังเกตจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน 4.2 สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอน	กลยุทธ์การประเมินผล
5.1 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการฟัง พูด เขียน	5.1 จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา ให้นักศึกษาได้วิเคราะห์เชิงตัวเลขตามเนื้อหาวิชา การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในหลากหลายสถานการณ์	5.1 สังเกตจากเทคนิคการนำเสนอ การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ 5.2 สังเกตจากความสามารถในการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆ 5.3 สังเกตจากการทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูล โดยข้อสอบการทำรายงาน กรณีศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาวิจัย

คำนิยาม 12 ประการ

1. ชื่อสัตย์ เสียสละ อดทน
2. ใฝ่หาความรู้ หมั่นศึกษาเล่าเรียนทั้งทางตรง และทางอ้อม
3. เข้าใจเรียนรู้การเป็นประชาธิปไตย
4. มีระเบียบ วินัย เคารพกฎหมาย ผู้น้อยรู้จักการเคารพผู้ใหญ่
5. คำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนคาบ	กิจกรรมการเรียนรู้
1	แจกแผนการสอน ทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ และกำหนดกติกาในการเรียน-สอน	3	อธิบายเกี่ยวกับเค้าโครงการสอน การวัดผลการเรียน การแบ่งคะแนนเก็บ
2	บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับช่องทางการตลาด	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
3	บทที่ 2 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
4	บทที่ 3 โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
5	บทที่ 4 พันธมิตรธุรกิจ		- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
6	บทที่ 5 การจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบและการจัดการซัพพลายเออร์	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
7	บทที่ 6 การจัดการค้าส่ง-ปลีก	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
8	สอบกลางภาค		
9	บทที่ 7 การจัดการโลจิสติกส์และการกระจายสินค้า	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
10	บทที่ 8 การจัดการศูนย์กระจายสินค้า	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนคาบ	กิจกรรมการเรียนรู้
11	บทที่ 10 การขนส่ง	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
12	บทที่ 11 การตอบสนองลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
13	บทที่ 12 การจัดการบริการ	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบโดยสรุปใส่กระดาษรายงานส่งงานในชั้นเรียน (งานเดี่ยว)
14	บทที่ 13 การประเมินผลการจัดจำหน่าย	3	- บรรยายและยกตัวอย่างโดยใช้ PowerPoint - ตั้งคำถามให้ตอบเป็นกรณีศึกษาโดยค้นคว้าและนำเสนอหน้าชั้นเรียน (งานกลุ่ม)
15	สรุปเนื้อหาและการนำเสนอรายงานกลุ่มหน้าชั้นเรียน	3	
16	สอบปลายภาค		

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัปดาห์ที่กำหนด	TQF	สัดส่วนของการประเมินผล (100%)
(1)	การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	1: 100%	5 %
(2)	การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ถ้าม-ตอบ	ตลอดภาคเรียน	1: 25% 2: 25% 3: 25% 4: 25%	5 %
(3)	คะแนนเก็บ (การทดสอบย่อยและการบ้าน)	ตลอดภาคเรียน	1: 20% 2: 30% 3: 30% 4: 20%	10 %
(4)	สอบกลางภาค	สัปดาห์ที่ 8	2: 70% 3: 30%	30 %
(5)	การค้นคว้าและนำเสนอรายงาน	สัปดาห์ที่ 15	1: 10% 2: 25% 3: 35% 4: 10% 5: 20%	10 %
(6)	สอบปลายภาค	สัปดาห์ที่ 16	2: 30% 3: 70%	40 %

เกณฑ์การประเมินผล

80 % ขึ้นไป ระดับคะแนน A	60 - 64 % ระดับคะแนน C
75 - 79 % ระดับคะแนน B+	55 - 59 % ระดับคะแนน D+
70 - 74 % ระดับคะแนน B	50 - 54 % ระดับคะแนน D
65 - 69 % ระดับคะแนน C+	ต่ำกว่า 50 % ระดับคะแนน E

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

เอกสารการสอนชุดวิชา การจัดการช่องทางการตลาดและห่วงโซ่อุปทาน สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พิมพ์ครั้งที่ 1,2554

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับหัวข้อในประมวลรายวิชา เช่น www.google.co.th

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้
- แบบประเมินผู้สอนโดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการ

3. การปรับปรุงการสอน

ผู้สอนนำผลการประเมินและความเห็นของนักศึกษามาวิเคราะห์ ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษาเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละรายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐาน
-