

รายละเอียดรายวิชากลยุทธ์การตลาด

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
คณะ/สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3543105 กลยุทธ์การตลาด
Marketing Strategy

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตร การบริหารธุรกิจบัณฑิต
3.2 ประเภทของรายวิชาแกน

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบและผู้สอน : อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
4.2 กลุ่มเรียน : 55/86

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2/2558 ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

27 ธันวาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารการตลาด, การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด
- 1.2 เรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และการบริหารความพยายามทางการตลาด

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาถึงความหมาย และความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนกลยุทธ์ การตลาด กลยุทธ์ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด กลยุทธ์การแข่งขัน กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้แนวทาง เพื่อนำไปประยุกต์กับธุรกิจในอนาคต

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ตามวันเวลาที่นักศึกษาลงทะเบียน และแจ้งให้นักศึกษาทราบตั้งแต่ชั่วโมงแรกของการสอน บางกรณีอาจจัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามนัดหมายของนักศึกษา
- ถ้านักศึกษาต้องการ เอกสารที่เป็น MS PowerPoint นักศึกษาสามารถ Download ได้ที่ E-mail address: student-npru@hotmail.com (Password: Marketing56) หรือมีปัญหาคือถามได้ใน facebook กลุ่ม

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม จริยธรรม ความเสียสละความซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- มีภาวะผู้นำ สามารถทำงานเป็นทีมเคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจทั้งต่อบุคคล องค์กร และสังคม

1.2 วิธีการสอน

- สอดแทรกประเด็นทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นในแวดวงธุรกิจพร้อมทั้งให้ช่วยกันวิเคราะห์ผลกระทบ
- ชี้แจงและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเคารพในกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัย เช่น การเข้าชั้นเรียน การตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด และ ยกย่องชื่นชมผู้ที่มีความเสียสละหรือให้รางวัลตามโอกาสที่เหมาะสม

- มอบหมายให้ผู้เรียนทำงานเป็นทีม และฝึกการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี
- ให้นักศึกษาดูตัวอย่างจากสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรม
- ให้ศึกษารณศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดในการวิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรม
- ประเมินพฤติกรรมของผู้เรียน
- ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติตนในการทำงานร่วมกัน
- ประเมินจากแนวคิด/ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหาเข้าใจ และอธิบายสถานการณ์ทางการตลาดได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ความรู้ทางทฤษฎีมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- มีความสามารถในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดเพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัยเห็นการเปลี่ยนแปลง และเข้าใจถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความรู้ใหม่ๆ ทางการตลาด
- สามารถบูรณาการความรู้การตลาดกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2 วิธีการสอน

- ให้อตอบคำถามตามกรณีศึกษาที่กำหนด
- ใ้ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้
- ใ้ค้นคว้าบทความและข้อมูลความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดตามหัวข้อที่มอบหมาย
- มอบหมายใ้ นักศึกษาทำโครงการ/รายงานการตลาด

2.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากการพิจารณาแนวการวิเคราะห์
- ประเมินจากคำตอบ
- ประเมินจากผลการศึกษาค้นคว้า และการตอบคำถาม
- ประเมินจากความสำเร็จของโครงการ/ รายงานการตลาด

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถแสวงหาและรวบรวมความรู้ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- สามารถศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

- ใ้ นักศึกษาตอบคำถามปัญหาการตลาดที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ

3.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดและเหตุผลในการตอบคำถาม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่ม ทั้งในบทบาทผู้นำหรือผู้ร่วมทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายรายงานกลุ่ม
- ใ้ นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน

4.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 วิธีการสอน

- ให้นักศึกษาทำรายงาน/ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินคุณภาพรายงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล**1. แผนการสอน**

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน ที่ใช้	ผู้สอน
1	แนะนำการเรียนการสอน	3	แจกแนวการจัดการเรียนรู้อธิบาย แนะนำรายวิชา ทำความรู้จักผู้สอน และผู้เรียน	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
2	บทที่ 1 ภาพรวมของกลยุทธ์การตลาด - แนวความคิดการตลาดพื้นฐาน - องค์ประกอบของแนวความคิด หลักการตลาด - ลักษณะของอุปสงค์ทางการตลาด - แนวความคิดการตลาดยุคใหม่	3	- บรรยาย - ใบงานที่ 1 ให้นักวิเคราะห์ อัตราประโยชน์ทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ในตลาด	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
3	บทที่ 2 การวางแผนการตลาดเชิงยุทธ์ - ความหมายของกลยุทธ์ - ความหมายของกลยุทธ์การตลาด - กระบวนการกลยุทธ์การตลาด	3	- บรรยาย - ใบงานที่ 2 ให้นัก คำนวณการ วางแผนการตลาดในธุรกิจที่สนใจ - อภิปรายใบงานที่ 1	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
4	บทที่ 3 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน และภายนอกธุรกิจ - ลักษณะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน องค์กร - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	3	- บรรยาย - ให้นักศึกษาอภิปรายใบงานที่ 2 การ วางแผนของธุรกิจที่ได้ค้นคว้ามา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
5	บทที่ 3 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและ ภายนอกธุรกิจ (ต่อ) - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้าน อุตสาหกรรม - การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้าน การแข่งขัน	3	- ใบงานที่ 3 ให้นักศึกษาวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจจากธุรกิจ - ใบงานที่ 4 ให้นักศึกษาวิเคราะห์ กรณีศึกษาโดยใช้ five force model	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
6	บทที่ 4 วิธีการประเมินสถานการณ์ทาง การตลาด - ภาพรวมของการวิเคราะห์ สถานการณ์ทางการตลาด - การประเมินสถานการณ์โดยใช้ TOWS Matrix - การประเมินสถานการณ์โดยใช้ BCG Matrix - การประเมินสถานการณ์โดยใช้วงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์	3	- บรรยาย - ให้นักศึกษาอภิปรายใบงานที่ 3 - ให้นักศึกษาอภิปรายใบงานที่ 4 - ใบงานที่ 5 กรณีศึกษาเกี่ยวกับ การประเมินสถานการณ์ทาง การตลาด	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
7	บทที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร - การกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และ วัตถุประสงค์ขององค์กร - การกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร - กลยุทธ์การเจริญเติบโต กลยุทธ์ คงที่และกลยุทธ์ถดถอย	3	- บรรยาย - ให้นักศึกษาอภิปรายใบงานที่ 5 - ใบงานที่ 6 กรณีศึกษาเรื่องการ วิเคราะห์วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ - ใบงานที่ 7 กรณีศึกษาเรื่องกล ยุทธ์การเจริญเติบโตของธุรกิจ	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
8	สอบกลางภาค	3	สอบปลายภาคบทที่ 1-5	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
9	บทที่ 6 การตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับ หน่วยธุรกิจ - ภาพรวมกลยุทธ์ความได้เปรียบ ทางการแข่งขันระดับหน่วยธุรกิจ - กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน - กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง - กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะ	3	- บรรยาย - อภิปรายใบงานที่ 6 และ 7 - ใบงานที่ 8 กรณีศึกษากลยุทธ์ ระดับธุรกิจ	
10	บทที่ 7 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ / กลยุทธ์ การตลาดมุ่งเป้าหมาย - ภาพรวมของกลยุทธ์ระดับหน้าที่ - การแบ่งส่วนตลาด - การกำหนดตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3	- บรรยาย - อภิปรายใบงานที่ 8	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
11	บทที่ 8 กลยุทธ์การได้เปรียบทางการแข่งขัน - ยุทธวิธีการแข่งขันเพื่อสร้างความ ได้เปรียบ - กลยุทธ์การแข่งขันของผู้นำทาง การตลาด	3	- บรรยาย - ใบงานที่ 9 กรณีศึกษากลยุทธ์ ผู้นำ	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
12	บทที่ 8 กลยุทธ์การได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ) - กลยุทธ์การแข่งขันของผู้ท้าชิง - กลยุทธ์ของผู้ตาม - กลยุทธ์การตลาดส่วนเล็ก	3	- บรรยาย - อภิปรายใบงานที่ 9 - ใบงานที่ 10 กรณีศึกษากลยุทธ์ผู้ ท้าชิง ผู้ตาม และคู่แข่งชั้นรายย่อย	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
13	บทที่ 9 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ - รูปแบบของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	3	- บรรยาย - มอบหมายรายงานภาพรวมของ วิชา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
14	บทที่ 10 การควบคุมกลยุทธ์ - แนวความคิดของการควบคุมกล ยุทธ์ - กระบวนการควบคุมกลยุทธ์	3	- บรรยาย - ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับรายงาน	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
15	นำเสนอรายงาน	3	- นักศึกษานำเสนอรายงานประจำวิชา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
16	สอบปลายภาค	3	สอบปลายภาคบทที่ 6-10	คณะกรรมการกำกับการสอบ

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	ลำดับที่ที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	การเข้าชั้นเรียน	1-15	10%
(2)	การทำงานกลุ่มและผลงาน	2-15	30 %
(3)	สอบกลางภาค	8	30 %
(4)	สอบปลายภาค	16	30%

เกณฑ์การประเมินผล

80 % ขึ้นไป	ระดับคะแนน A	60 - 64.9 %	ระดับคะแนน C
75 - 79.9 %	ระดับคะแนน B ⁺	55 - 59.9 %	ระดับคะแนน D ⁺
70 - 74.9 %	ระดับคะแนน B	50 - 54.9 %	ระดับคะแนน D
65 - 69.9 %	ระดับคะแนน C ⁺	ต่ำกว่า 50 %	ระดับคะแนน E

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

<p>1. เอกสารและตำราหลัก</p> <p>เอกสารประกอบการสอน โดยอาจารย์ภาวนา บำรุงสุข</p>
<p>2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ</p> <p>e-mail address: student-npru@hotmail.com (Password: Marketing56)</p>
<p>3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ</p> <p>นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ Positioning BrandAge Marketeer American Management Association (AMA) Monash University รายการวิทยุและวิทยุโทรทัศน์</p>

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

<p>1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสนทนาระหว่างผู้สอนและผู้เรียน - การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน - แบบประเมินผู้สอน จาก http://reg2.npru.ac.th/registrar/home.asp
<p>2. กลยุทธ์การประเมินการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบประเมินผู้สอนโดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการ - ผลการสอบ - การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้
<p>3. การปรับปรุงการสอน</p> <p>ผู้สอนนำผลการประเมินและความเห็นของนักศึกษามาวิเคราะห์ ทั้งนี้อาจมีการประชุมกลุ่มย่อยกับนักศึกษาเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน</p>
<p>4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์แต่ละรายหัวข้อ จากการตอบคำถามนักศึกษา การตรวจงานค้นคว้า และรายงาน</p>
<p>5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</p> <p>จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกิจกรรมหรืองานที่มอบหมายให้นักศึกษา