

รายละเอียดรายวิชาการสื่อสารการตลาด

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
 คณะ/สาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ (การตลาด)

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

3542401 การสื่อสารการตลาด
 Marketing Communications

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 : 57/66,57/67

5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1/2558 ชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

3541101 หลักการตลาด (Principles of Marketing)
 3543101 การบริหารการตลาด (Marketing Management)

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

27 กรกฎาคม 2558

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

นักศึกษา มีความรู้ความเข้าใจลักษณะทั่วไป และความสำคัญของการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารทางการตลาด รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด กระบวนการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เทคนิคและเครื่องมือในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การสื่อสารกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับตาม มคอ. 5 ของภาคเรียนก่อนหน้าและปรับให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารการตลาด การวางแผน กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้วยสื่อร่วมสมัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าและสังคม

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 3 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
- สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจทั้งต่อบุคคล องค์กร และสังคม

1.2 วิธีการสอน

- สอดแทรกประเด็นทางจริยธรรมที่เกิดขึ้นในแวดวงธุรกิจพร้อมทั้งให้ช่วยกันวิเคราะห์ผลกระทบ
- ชี้แจงและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความเคารพในกฎ ระเบียบ หรือข้อบังคับของมหาวิทยาลัย เช่น การเข้าชั้นเรียน

การตรงเวลา การแต่งกายตามระเบียบที่มหาวิทยาลัยกำหนด และ ยกย่องชื่นชมผู้ที่มีความเสียสละหรือให้รางวัลตามโอกาสที่เหมาะสม

- ให้ศึกษารณศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากแนวคิดในการวิเคราะห์ประเด็นทางจริยธรรม
- ประเมินพฤติกรรมของผู้เรียน
- ประเมินจากแนวคิด/ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความสามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ และอธิบายสถานการณ์ทางการตลาดได้ รวมทั้งสามารถประยุกต์ความรู้ทางทฤษฎีมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนาการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- สามารถบูรณาการความรู้การตลาดกับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การบริหารจัดการธุรกิจให้มีศักยภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.2 วิธีการสอน

- ให้อตอบคำถามตามกรณีศึกษาที่กำหนด
- ใช้ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้
- มอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการ/รายงานการตลาด

<p>2.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการพิจารณาแนวการวิเคราะห์ - ประเมินจากคำตอบ - ประเมินจากความสำเร็จของโครงการ/ รายงานการตลาด
<p>3. ทักษะทางปัญญา</p> <p>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> - คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ - สามารถแสวงหาและรวบรวมความรู้ทางการตลาดเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ - สามารถศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม <p>3.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ให้นักศึกษาตอบคำถามปัญหาการตลาดที่เกิดจากสถานการณ์ต่างๆ <p>3.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากแนวคิดและเหตุผลในการตอบคำถาม
<p>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> - เข้าใจความแตกต่างระหว่างบุคคลและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น - มีทักษะกระบวนการกลุ่มในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ <p>4.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มอบหมายรายงานกลุ่ม - ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน <p>4.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> - สังเกตพฤติกรรมกลุ่ม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถประยุกต์ใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์และสถิติในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม
- สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร และนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 วิธีการสอน

- ฝึกการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลตามหลักคณิตศาสตร์
- ให้นักศึกษาทำรายงาน/ สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินความถูกต้องและเหตุผล
- ประเมินคุณภาพรายงาน

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
1	แนะนำการเรียนการสอน - ภาพรวมวิชาการสื่อสารการตลาด	3	แจกแนวการจัดการเรียนรู้ อธิบายแนะนำรายวิชา ทำความ รู้จักผู้สอนและผู้เรียน	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
2	แนวคิดพื้นฐานด้านการสื่อสาร การตลาด - ส่วนประสมการตลาดและการสื่อสารการตลาด - การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ตัวอย่างการทำกรณีศึกษา - PPT	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
3	ทฤษฎีการสื่อสาร - ความหมายของการสื่อสาร - แบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษากรณีศึกษาที่เกี่ยวกับ กระบวนการสื่อสารของธุรกิจ ในปัจจุบัน - PPT	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
4	การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรม ผู้บริโภค - ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของ ผู้บริโภค	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจ ปัจจุบัน - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
5	การสื่อสารการโฆษณา - ความหมายของการโฆษณา - ลักษณะของการสื่อสารทางการโฆษณา - ประเภทของการโฆษณา - หน้าที่ของการโฆษณา - การพัฒนาและการจัดการโปรแกรมการ โฆษณา	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ การสื่อสารการโฆษณาในธุรกิจ ปัจจุบัน - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
6	สื่อโฆษณากับการวางแผนการใช้สื่อ - ประเภทของสื่อโฆษณา - คุณลักษณะสำคัญของสื่อแต่ละประเภท - การวางแผนการใช้สื่อ	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ การวางแผนสื่อโฆษณา - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
7	ความคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์การ สร้างสรรค์งานโฆษณา - ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ - คุณลักษณะของบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ - กระบวนการสร้างสรรค์ความคิดโฆษณา - การพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรค์งาน โฆษณา - แบบฉบับของแนวความคิดในการสร้าง งานโฆษณา	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ความคิดสร้างสรรค์งานโฆษณา - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
(ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งดึงดูดใจในการโฆษณา - การเขียนข้อความโฆษณา - โครงสร้างของข้อความโฆษณา - คำขวัญ - การใช้ภาพประกอบ <ul style="list-style-type: none"> - การตรวจสอบข้อความโฆษณา 			
8	สอบกลางภาค	1	ข้อสอบ	คณะกรรมการกำกับการสอบ
9	การส่งเสริมการขาย <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - ปัญหาการใช้การส่งเสริมการขาย 	3		อาจารย์ภavana บำรุงสุข
10	การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว - เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว 	3	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการทำประชาสัมพันธ์และ/หรือการเผยแพร่ข่าวของธุรกิจ - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา 	อาจารย์ภavana บำรุงสุข
11	การขายโดยบุคคล <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการขายโดยบุคคล - บทบาทและความสำคัญของการขายโดยบุคคล - งานในหน้าที่ของการขายโดยบุคคล - กระบวนการขายโดยบุคคล - ข้อดีข้อเสียของการขายโดยบุคคล 		<ul style="list-style-type: none"> - บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษากกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ใช้การขายโดยบุคคล - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา 	อาจารย์ภavana บำรุงสุข

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ ที่ใช้	ผู้สอน
12	การตลาดทางตรง - ความหมายและความสำคัญของการตลาด เจาะตรง - ลักษณะเด่นเป็นพิเศษของการตลาดเจาะตรง - ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การตลาดเจาะตรง เจริญเติบโต - ฐานข้อมูลลูกค้ากับการตลาดเจาะตรง - ช่องทางสำคัญของการตลาดเจาะตรง - การวางแผนการตลาดเจาะตรง	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - ให้ศึกษากิจกรรมศึกษาที่เกี่ยวกับ การตลาดทางตรงในปัจจุบัน - PPT - อภิปรายกรณีศึกษา	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
13	การบรรจุภัณฑ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ และการเป็นผู้อุปถัมภ์ และการบริการ ลูกค้า - ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ - โครงสร้างของการบรรจุภัณฑ์ - ข้อดีและข้อเสียของการบรรจุภัณฑ์	3	- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - PPT	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
14	การบรรจุภัณฑ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ และการเป็นผู้อุปถัมภ์ และการบริการ ลูกค้า (ต่อ) - การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ - ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษ - แนวทางการจัดกิจกรรมพิเศษ - การบริการลูกค้า		- บรรยาย - ยกตัวอย่าง - PPT	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
15	สรุปเนื้อหาวิชาเรียน	3	- นำเสนอรายงานกลุ่ม - ส่งรายงานการสื่อสาร การตลาด - อธิบายระเบียบปฏิบัติในการ สอบปลายภาค	อาจารย์ภาวนา บำรุงสุข
16	สอบปลายภาค	1	ข้อสอบ	คณะกรรมการกำกับการสอบ

2. แผนการประเมินการเรียนรู้

การประเมิน	งานที่จะใช้ประเมินผลผู้เรียน	สัปดาห์ที่กำหนด	สัดส่วนของการประเมินผล
(1)	การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	10%
(2)	การทำงานกลุ่มและผลงาน	สัปดาห์ที่ 15	20%
(3)	สอบ - สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	สัปดาห์ที่ 8	35 %
		สัปดาห์ที่ 16	35 %
(4)	อื่นๆ-.....	-

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

1. เอกสารและตำราหลัก รองศาสตราจารย์พิบูล ทีปะปาล ,กลยุทธ์การตลาด, พิมพ์ที่อมรรการพิมพ์ 2547
2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ web page iGoogle และ e-mail address: student-npru@hotmail.com (Password: Marketing56)
3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ นิตยสาร วารสาร บทความ ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดทั้งหมด ทั้งในลักษณะของสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ Positioning BrandAge Marketeer American Management Association (AMA) Monash University รายการวิทยุและวิทยุโทรทัศน์

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