รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไปของรายวิชา

1. รหัสและชื่อรายวิชา 3413303 กลยุทธ์การตลาด
2 .จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0-6)
3 .หลักสูตรและประเภทของรายวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
4 .อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน อาจารย์ภูธร กอดแก้ว
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
8. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 30 ตุลาคม 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน การประกอบธุรกิจได้
2.วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา เพื่อให้นักศึกษามีความรู้พื้นฐาน เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนในวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ควรมีการเปลี่ยนตัวอย่างอ้างอิง ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

กลยุทธ์การตลาด ในรูปแบบต่างๆ การเลือกใช้กลยุทธ์ให้เหมาะกับนโยบายขององค์กรและสถานการณ์ทางการแข่งขัน กรณีศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันระหว่างองค์กร

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	**สอนเสริม**	**การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน**	**การศึกษาด้วยตนเอง**
บรรยาย 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3 .จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล :

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์คณะ
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1 .คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้ความความรับผิดชอบ มีวิจัย มีจรรยาบรรณทางธุรกิจโดยมีคุณธรรม จริยธรรมตามคุณสมบัติหลักสูตร ดังนี้

- ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง หน้าที่และสังคม
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ และสังคม
- สามารถวิเคราะห์ผลกระทบความผิดด้านจรรยาบรรณต่อบุคคล องค์กร และสังคม

1.2 วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด
- อภิปรายกลุ่ม นำเสนอ
- กำหนดให้นักศึกษานำเสนอตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง/วิเคราะห์
- สอดแทรกจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

1.3 วิธีการประเมินผล

- พฤติกรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

- มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม
- ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

2 .ความรู้

2.1 ความรู้ที่จะได้รับ

อธิบาย แนวคิด หลักการพื้นฐานที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดได้ มีความรู้ความเข้าใจบทบาท ความแตกต่างระหว่างแผนและการบริหารทั่วไป และเข้าใจถึงกระบวนการและเทคนิคการวางแผน และทราบถึงโครงสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของธุรกิจได้ สามารถตัดสินใจเลือกและประยุกต์กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจได้

2.2 วิธีการสอน

บรรยาย อภิปราย การทำใบงาน การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และหมายหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาวิเคราะห์สรุปและนำเสนอ การศึกษาโดยใช้ปัญหา และโครงงาน Problem- based Learning และเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

2.3 วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาค สอบปลายภาค โดยใช้แบบทดสอบที่เน้นการวัดหลักการทฤษฎีและการนำไปใช้
- ประเมินจากการนำเสนอรายงาน และกรณีศึกษา หรือโจทย์จาก Problem- based Learning

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

พัฒนาความสามารถในการคิดต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์ เพื่อป้องกันและแก้ให้ปัญหาทางธุรกิจ

3.2 วิธีการสอน

- การบรรยาย/อภิปราย/ซักถาม
- การสอนแบบ Co-operative Learning
- วิเคราะห์กรณีศึกษา การนำเสนอผลงาน

3.3 วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์ แนวคิดในการประยุกต์
- วัดผลจากการประเมินโครงการ การนำเสนอผลงาน
- สังเกตพฤติกรรมการแก้ไขปัญหา

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน

- พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม
- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมายให้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- ปฏิบัติกิจกรรมเป็นรายบุคคลและกลุ่ม
- การนำเสนอผลงาน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินตนเอง และเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด
- ประเมินจากรายการที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นกลุ่ม
- ประเมินจากรายงานการศึกษาด้วยตนเอง

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์ การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- ทักษะการคิดคำนวณ เช่น การวางแผน การจัดเวลาเรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตร
- พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การเขียน โดยการทำรายงาน และนำเสนอในชั้นเรียน
- พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา
- พัฒนาทักษะในการสืบค้น ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต
- ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล์
- ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นความด้วยตนเอง และทำรายงานโดยเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิง จากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ
- นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินจากรายงานโครงงาน และรูปแบบการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีและรูปเล่ม
- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1 .แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	ผลการเรียนรู้	สื่อการสอน	วิธีการประเมินพฤติกรรม
1	แนวคิดพื้นฐานของนโยบายธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด -ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ -ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด -กระบวนการเชิงกลยุทธ์	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
2	วิธีการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ขั้นตอนการวิเคราะห์กรณีศึกษา -การจัดเตรียมกรณีศึกษาและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์กรณีศึกษา	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
3	การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและการแข่งขัน - การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก - การกำหนดโอกาสและอุปสรรค	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
4	การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน -เครือข่ายการสร้างคุณค่า - การพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อน	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและประเมินสภาพแวดล้อมภายใน	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	ผลการเรียนรู้	สื่อการสอน	วิธีการประเมินพฤติกรรม
5	การกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท - การวิเคราะห์กลยุทธ์ในระดับบริษัท ขั้นที่ 1 ขั้นตอนปัจจัยนำเข้า ขั้นที่ 2 ขั้นตอนการจับคู่	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ระดับบริษัท	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
6	กลยุทธ์หลัก ขั้นที่ 3 ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์หลัก	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
7	กลยุทธ์การตลาดในระดับธุรกิจ	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
8	**สอบกลางภาค**	3				
9	การบริหารเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน - กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง - กลยุทธ์เป็นผู้นำทางด้านต้นทุน - กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
10	การบริหารเชิงกลยุทธ์ในระดับหน้าที่ -การพัฒนากลยุทธ์ 6 หน้าที่ที่สำคัญของธุรกิจ	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	ผลการเรียนรู้	สื่อการสอน	วิธีการประเมินพฤติกรรม
						คะแนนพฤติกรรม
11	การเปลี่ยนกลยุทธ์เป็นการปฏิบัติการ -โครงร่าง 7s ของ McKinsey -บทบาทของนโยบายในกลยุทธ์แนวทางปฏิบัติ	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำกลยุทธ์เปลี่ยนเป็นการปฏิบัติการ	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
12	การปฏิบัติตามกลยุทธ์ : บทบาทของโครงสร้างองค์การ - ชนิดของโครงสร้าง : ความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจในบทบาท และชนิดของโครงสร้างองค์การ สู่ความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
13	การควบคุมกลยุทธ์การตลาดและการตรวจสอบเชิงกลยุทธ์ของบริษัท - การควบคุมกลยุทธ์การตลาดแบบใหม่ - การตรวจสอบกลยุทธ์การตลาดของบริษัท	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการควบคุม และการตรวจสอบกลยุทธ์	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
14	ความเป็นผู้นำ วัฒนธรรม และจรรยาบรรณ -ความเป็นผู้นำที่ประสบความสำเร็จ : ความเป็นเลิศในกิจกรรมที่เกี่ยวพันกันสามกิจกรรม	3	- การบรรยาย - การวิเคราะห์ - การอภิปราย	นักศึกษามีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ วัฒนธรรม และจรรยาบรรณ	- power point - ตำราหลัก - case study	ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
15	**สอบปลายภาค**	3				

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1		- สอบกลางภาค - สอบปลายภาค	8 15	30 % 40 %
2		-ตรวจผลงานศึกษาค้นคว้าและนำเสนอ (ปฏิบัติกิจกรรมกลุ่ม)	ตลอดภาคเรียน	20 %
3		- ประเมินจากการมีส่วนร่วมกิจกรรมกลุ่มในชั้นเรียน - ประเมินความรับผิดชอบความตรงต่อเวลาในงานที่ได้รับมอบหมาย - การเข้าเรียน จิตพิสัย	ตลอดภาคเรียน	10 %

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1.เอกสารหลักและตำราหลัก :

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. **การจัดการเชิงกลยุทธ์**, 2550. กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์ม และไซเทกซ์ จำกัด.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ :

ไม่มี

3.เอกสารและข้อมูลแนะนำ :

เว็บไซต์ ที่เกี่ยวกับหัวข้อในประมวลรายวิชา เช่น Wikipedia กลยุทธ์การตลาด

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความคิดเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ผลการเรียนของนักศึกษา
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

4. กระบวนการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังจากออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- มีการตั้งคณะกรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก 3 ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4
- เปลี่ยนสลับอาจารย์ผู้สอน หรือเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงเพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้นี้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ชำนาญการต่างๆ