

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

The pattern of learning affecting on the learning achievement of the five standard criteria of MBA Students King Mongkut's Institute of Technology Lad Krabang Prince of Chumphon Campus

ดร.สุตาพร สาวม่วง

ผศ.ดร.พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก

ผศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

ผศ.จรรยา ลิมปภากุล

ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกุล

ดร.สมยศ ตีรณวัฒน์นันท์

ดร.บุญฤทธิ ผ่องเมฆินทร์

ดร.ภัทรศศิ์ พรประภา

ดร.ไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา

อาจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์

12759806

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 142080

รับเดือนปี 21 มิถุนายน 2559

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน
ของนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ชื่ออังกฤษ The pattern of learning affecting on the learning achievement of the five
standard criteria of MBA Students King Mongkut's Institute of Technology Lad
Krabang Prince of Chumphon Campus

แหล่งเงินได้ เงินรายได้

ประจำปีงบประมาณ จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 70,000 บาท

ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี ตั้งแต่ตุลาคม 2557 ถึง กันยายน 2558

หัวหน้าโครงการ อาจารย์ ดร. สุดาพร สาวม่วง หน่วยงานต้นสังกัด สาขาพื้นฐานทั่วไป

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทดลองใช้และประเมินผล ตลอดจนเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านซึ่งได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษา ในวิชาการจัดการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา 2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาจำนวน 31 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แผนการสอน แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนแบบสอบถามความพึงพอใจ แบบบันทึกการสอน แบบประเมินจากการนิเทศการสอนของผู้ทรงคุณวุฒิเครื่องมือวิจัยทำการหาคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการที่ใช้เช่น 1) วิธีสอนแบบบรรยาย 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด และ 5) วิธีใช้ PowerPoint อื่นๆที่ได้สร้างขึ้นตามแผนการสอน (Course Syllabus) และ ทดลองใช้ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีพัฒนาการ ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน โดยนักศึกษามีพัฒนาการเรียนรู้อย่างดี

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Title: The pattern of learning affecting on the learning achievement of the five standard criteria of MBA Students King Mongkut's Institute of Technology Lad Krabang Prince of Chumphon Campus

Researcher: Dr.sudaporn Sawmong

Faculty: Faculty of Social Sciences and Humanities KMITL PCC

Abstract

This research is a combination of qualitative and quantitative research. The purpose is to study, test, evaluate, and publish the models of learning that affect five student achievement aspects, namely, moral aspects of knowledge, intellectual skills, skills, interpersonal skills and responsibility and numerical analysis, communication and information technology skills of students in Marketing Management MBA code 11607101. Business Administration Year 1 Semester 1 Academic Year 2557 of the Institute of Technology Lad Krabang, Prince of Chumphon Campus. Population used in this study is a graduate student of 31 was used in the research. The measurement to include Lesson plans, Course syllabus, Pre-Post Achievement Testing, Questionair for measure Satisfaction, Note and Evaluation form supervision. The measurement were tested by the evaluator. The statistics used in this study were descriptive statistics consist of frequency, percentage, average and the standard deviation. The results showed that Form of teaching integrated using : 1) lecture 2) approach using a case study 3) VDO Utube 4) Contest , and 5) PowerPoint and etc. that were created by the plan (Course Syllabus) have positive affected five student achievement development.


Keywords: the models of learning, the five student achievement aspect

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ สจล.วิทยาเขต
ชุมพรผู้ให้เงินทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ ท่าน รศ.ดร.พิมพ์พันธุ์ เดชะ
คุปต์ ที่กรุณามาเป็นวิทยากรอบรมเทคนิคการทำวิจัยในชั้นเรียนในโครงการอบรมครูผู้สอน
สายสังคมศาสตร์และขอขอบพระคุณท่าน รศ.ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
ตัดสินการประกวดแผนการตลาดซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในบทเรียนที่ 13 และที่กรุณาเป็นผู้ทรง
เชี่ยวชาญนิเทศการสอนวิชาการจัดการตลาด

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบคุณ เพื่อนร่วมงาน บุคลากร สจล.วิทยาเขตชุมพรทุกท่านและที่
สำคัญคือนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทั้ง 31 ท่าน ที่กรุณาเป็นกรณีตัวอย่างของ
การวิจัยครั้งนี้



อาจารย์ดร. สุดาพร สาวม่วง
ผศ.ดร.พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก
ผศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ
ผศ.จรรยา ลิ้มปภากุล
ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกุล
ดร.สมยศ ติรณวิฒนานันท์
ดร.บุญฤทธิ์ ผ่องเมฆินทร์
ดร.ภัทรศศิ์ พรประภา
ดร.ไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา
อาจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 ระยะเวลาศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร	6
2.2 รูปแบบการสอนหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบต่างๆ	8
2.3 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร	9
2.4 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของวิชาการจัดการตลาด (รหัส11607101) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตแขนงบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร	20
2.5 การวิจัยในชั้นเรียนประเภทต่างๆและเครื่องมือที่ใช้ในวิจัย	22
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร	29
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ตอนที่ 1 รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐาน ผลการเรียนรู้ห้าด้าน	31
4.2 ตอนที่ 2 ผลการทดลองใช้ และการประเมินผลรูปแบบการจัดการเรียนรู้ใน วิชาการจัดการการตลาด	44
4.3 ตอนที่ 3 การเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ได้สร้างขึ้น โดยการนำเสนอ ประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติต้นบริหารธุรกิจสารสนเทศและการจัดการ (Business informatics and management : BIM2015)	52
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	55
5.1 สรุปผล	55
5.2 อภิปรายผล	57
5.7 ข้อเสนอแนะ	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แผนการสอนรายวิชา	61
ภาคผนวก ข บันทึกหลังการสอน	70
ภาคผนวก ค แบบประเมินการนิเทศน์การสอนโดยผู้เชี่ยวชาญ	116
ภาคผนวก ง รายชื่อนักศึกษาบทความวิจัยในแต่ละบท	118
ภาคผนวก จ แผนทดสอบก่อนเรียน	120
ภาคผนวก ฉ แบบฟอร์มประเมินการนำการนำเสนอแผนการตลาด	126
ภาคผนวก ช ภาพการประกวดแผนการตลาดของนักศึกษา 5 ทีม	127
ภาคผนวก ซ สรุปค่าใช้จ่ายการดำเนินโครงการวิจัย	129
ประวัตินักวิจัย	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ระยะเวลาการวิจัย	3
2.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐาน ผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)	12
4.1 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 1 ความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	31
4.2 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 2 แนวความคิดทางการจัดการตลาดและ ส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่	32
4.3 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 3 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	33
4.4 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 4 กลยุทธ์ราคา(Pricing Strategies)	34
4.5 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 5 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies) การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies)	35
4.6 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 6 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies)	36
4.7 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 7 กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packing strategies)ตารางที่	37
4.8 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 8 กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies)	38
4.9 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 9 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication : IMC strategies)	38
4.10 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 10 กลยุทธ์การตลาดโลก (Global marketing strategies)	39
4.11 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 11 การตลาดและสังคม : ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมทางการตลาด (Marketing and Society: Social Responsibility and Marketing Ethics)	40
4.12 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 12 ระบบสารสนเทศทางการตลาด และอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand	41
4.13 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 13/1 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)	42
4.14 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 13/2 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)	43
4.15 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนบทที่ 13/3 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)	44
4.16 ผลการนิเทศการสอนโดยผู้เชี่ยวชาญ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้านตามแบบ มคอ.2 ก่อน-หลังการเรียนรู้	49
4.18 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (achievement) ก่อนและหลังเรียน (Pre-Test and Post Test) รายวิชาการจัดการตลาดของนักศึกษา	50
4.18 รายงานประเมินการสอนของอาจารย์	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โลโก้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.	7
2.2 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร	7
2.3 ประเภทของการวิจัยเชิงบรรยาย	23
3.1 Proceeding BIM 2015	52
3.3 สารบัญ Code BIM 25	53
3.3 ภาพนำเสนอผลงาน	54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การวิจัยในชั้นเรียน คือ กระบวนการแสวงหาความรู้อันเป็นความจริงที่เชื่อถือได้ในเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน เพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนในบริบทของชั้นเรียน การวิจัยในชั้นเรียนมีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของครู ลักษณะของ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) คือ เป็นการวิจัยควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานจริง โดยมีครูเป็นทั้งผู้ผลิตงานวิจัย และผู้บริโภคผลการวิจัย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือครูเป็นนักวิจัยในชั้นเรียน ครูนักวิจัยจะตั้งคำถามที่มีความหมายในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน แล้วจะวางแผนการปฏิบัติงานและการวิจัย หลังจากนั้นครูจะดำเนินการจัดการเรียนการสอนไปพร้อมๆ กับทำการจัดเก็บข้อมูลตามระบบข้อมูลที่ได้ออกแบบการวิจัยไว้ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปผลการวิจัย นำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนแล้วจะพัฒนาข้อความรู้ที่ได้นั้นต่อไปให้มีความถูกต้องเป็นสากลและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นต่อการพัฒนาการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาการเรียนของครูให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นไป (พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์ : 2557)

เมื่อครูผู้สอนได้ทำการวิจัยในชั้นเรียนควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานสอนอย่าง เหมาะสมแล้วจะก่อให้เกิดผลดีต่อวงการศึกษ และวิชาชีพครูอย่างน้อย 3 ประการ คือ 1) นักเรียนจะมีการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 2) วงวิชาการการศึกษาจะมีข้อความรู้และนวัตกรรมทาง การจัดการเรียนการสอนที่ เป็นจริงเกิดมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อครูและเพื่อนครูในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน เป็นอย่างมาก และวิถีชีวิตของครู หรือวัฒนธรรมในการทำงานของครู และ 3) วิถีชีวิตของครู หรือ วัฒนธรรมในการทำงานของครู) จะพัฒนาไปสู่ความเป็นครูมืออาชีพอย่าง (Professional Teacher) มากยิ่งขึ้นทั้งนี้เพราะครูนักวิจัยจะมีคุณสมบัติของการเป็นผู้แสวงหาความรู้หรือผู้เรียน (Learner) ในศาสตร์แห่งการสอนอย่างต่อเนื่องและมีชีวิตชีวา จนในที่สุดก็จะเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจที่กว้างขวาง และลึกซึ้งในศาสตร์และศิลป์แห่งการสอนเป็นครูที่มีวิหยายุทธแกร่งกล้าในการสอนสามารถที่จะสอนนักเรียนให้พัฒนาก้าวหน้าในด้านต่างๆ ในหลายบริบทหรือที่เรียกว่าเป็นครูผู้รอบรู้ หรือครูปรมาจารย์ (Master Teacher) ซึ่งถ้ามีปริมาณครูนักวิจัยดังกล่าวมากขึ้นจะช่วยให้การพัฒนาวิชาชีพครูเป็นไปอย่างสร้างสรรค์และมั่นคง (สุวัฒนา สุวรรณเขตนิกม: 2538)

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่ใช้ในชั้นเรียนปัจจุบันมีหลากหลายมากมาย แต่การจัดการเรียนการสอนในระดับมหาดบัณฑิตขาดการพัฒนา ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบเดิมๆ คือการบรรยายและการสัมมนาเท่านั้น การจัดการเรียนรู้ในระดับมหาดบัณฑิต ในรายวิชาการจัดการตลาดของหลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ตามแบบ มคอ2 (2557) มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีพัฒนาการเรียนรู้ 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (สจล.วิทยาเขตชุมพร 2557)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้นครูจึงควรมีการวิจัยในชั้นเรียน เพื่อการใช้การวิจัยปฏิบัติการในการพัฒนาพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนและการสอนของตนเอง การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ ที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาทางด้านบริหารธุรกิจ5 ด้าน ตามแบบ มคอ2 (สจล.วิทยาเขตชุมพร: 2557) ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนง

บริหารธุรกิจชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 สจล. ชุมพร ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ ท้าด้าน ของนักศึกษา ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

2. เพื่อทดลองใช้ และ ประเมินผล รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 กับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา 2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

3. เพื่อเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัยไว้ ดังนี้

- ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษาคือนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 31 คน ที่เรียนรายวิชาจัดการการตลาด (รหัส 11607101) ในภาคการศึกษาที่ 1/2557 ปีการศึกษา2557

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

คณะผู้วิจัยศึกษาเฉพาะรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านตามแบบมคอ2 (2557) ซึ่งประกอบด้วยผลการเรียนรู้ด้าน 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รายวิชาจัดการการตลาด รหัส 11607101 โดยกำหนดใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการหลายวิธีเข้าด้วยกันเช่น 1) วิธีสอนแบบบรรยาย 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด 5) วิธีใช้ PowerPoint และ 6) อื่นๆ ที่ได้สร้างขึ้นตามแผนการสอน (Course Syllabus) รายวิชาการจัดการการตลาด (รหัส 11607101) ในภาคการศึกษาที่1/2557 ปีการศึกษา 2557

1.4 ระยะเวลาศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้เวลาดำเนินงานเป็นเวลา 1 ปี ในช่วงเดือน ตุลาคม 2557 - กันยายน 2558

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา 1 ปี (เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม – กันยายน)											
	ต.ค. 57	พ.ย. 57	ธ.ค. 57	ม.ค. 58	ก.พ. 58	มี.ค. 58	เม.ย. 58	พ.ค. 58	มิ.ย. 58	ก.ค. 58	ส.ค. 58	ก.ย. 58
1.การเขียนโครงการวิจัย	←→											
*2. การฝึกอบรมครูผู้สอน												
3.การสร้างเครื่องมือวิจัย		←→										
4. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย			←→									
5. การดำเนินการโครงการวิจัย	←											→
5.1 การทดสอบนักศึกษา ก่อนเรียน (Pre-test) **												
5.2 การจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน												
5.3 การติดตามผลการสอน (Follow-Up) จากผู้เชี่ยวชาญ					←→							
5.4 การทดสอบหลังเรียน (Post-test)							←→					
6. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล								←→				
7. การเขียนรูปเล่มรายงานวิจัย									←→			
8. การเขียนบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์										←→		→
9.การเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ เพื่อเผยแพร่ผลงาน										←→		→

หมายเหตุ

* หมายถึง รายการที่ ดำเนินการมาก่อนแล้ว ในปีงบประมาณ 2557

** หมายถึง รายการที่ ดำเนินการมาก่อนแล้ว ในโครงการอบรมความรู้ อย่างเข้มในศาสตร์บริหารธุรกิจ 5 ด้าน (โครงการ Micro MBA KMITL PCC รุ่นที่1) วันที่ 1-31 พฤษภาคม 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้ผลิตบทความตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ ในวารสารที่อยู่ในดัชนีของ TCI ได้แก่ วารสาร EAU HERITAGE ของมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับมนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์
- ได้ผลิตบทความตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติ ในเอกสารประชุมเชิงวิชาการ (Proceeding) ด้านบริหารธุรกิจ สารสนเทศ และการจัดการ (The National Conference on Business Informatics and Management: BIM 2015) ที่จัดโดย สจล. วิทยาเขตชุมพร เมื่อวันที่ 28-30 เมษายน 2558 ณ โรงแรมเอเชีย ถนนพญาไท กรุงเทพมหานคร
- ได้เอกสารประกอบการสอน วิชาการจัดการทางการตลาดไว้สำหรับรุ่นต่อไป และอาจพัฒนาเป็นหนังสือเรียนได้ในโอกาสต่อไป
- นักศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สจล.วิทยาเขตชุมพร ได้เกิดการเรียนรู้และมีพัฒนาการตามมาตรฐานการเรียนรู้ห้าด้านที่ประกอบด้วยผลการเรียนรู้ด้าน 1) คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รายวิชาจัดการจัดการตลาด รหัส 11607101
- นักวิชาการ นักการศึกษา ได้นำข้อค้นพบไปเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษาได้แก่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 31 คน ที่เรียนรายวิชา ด้านบริหารธุรกิจในชั้นปีที่1 ปีการศึกษา 2557 ขั้นตอนี่1ของการวิจัย เริ่มจากมีการฝึกอบรมความรู้เรื่องรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้แก่ครูผู้สอน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญ 1 ครั้ง โดยรองศาสตราจารย์พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ (การอบรมเกิดขึ้นใน เดือน เมษายน 2557) ขั้นตอนี่2 ทดสอบ (Pre-test) การเรียนรู้ของนักศึกษา ขั้นตอนี่3 ให้ครูผู้สอนทำการทดลองสอนตามรูปแบบการเรียนการสอนที่ได้ออกแบบไว้ ครั้งนี้เลือกรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการในวิชาการจัดการตลาดจำนวน 15 บท ขั้นตอนี่4 การติดตามผลการสอนโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นการนิเทศน์การสอน 1 ครั้ง ขั้นตอนี่ 5 ทำการประเมินผลการสอน (Post-test) โดยเครื่องมือวิจัยที่ผ่านการหาค่าคุณภาพด้านความตรงของเครื่องมือ (validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาว่ามีพัฒนาการผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 5 ด้าน เป็นอย่างไร โดยมีสมมุติฐานของการวิจัยว่าเมื่อนักศึกษาได้ผ่านรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการแล้วจะส่งผลให้มีพัฒนาการผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น หลังจากนั้นจึงทำการเผยแพร่ โดยการเขียนรูปเล่มรายงานการวิจัย การเข้าร่วมประชุมเชิงวิชาการ และการเผยแพร่ในรูปแบบ บทความวิจัย เพื่อตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ มคอ3รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification) แผนการสอนรายบท แบบสังเกต แบบบันทึก แบบสอบถาม และ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนและหลังการเรียน เพื่อวิเคราะห์ผลพัฒนาการด้านการเรียนรู้ 5 ด้าน ตามแบบมคอ 2 (2557) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่สถิติเชิงพรรณนา และ สถิติอ้างอิง สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การหาค่าร้อยละ การหาค่าความถี่ การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ หมายถึง รูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการที่ใช้สอนในวิชาการจัดการตลาด เช่น 1) วิธีสอนแบบบรรยาย 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด 5) วิธีใช้ PowerPoint และ 6) อื่นๆ ที่ได้สร้างขึ้นตามแผนการสอน และ ทดลองใช้ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีพัฒนาการ ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านตามที่ระบุไว้ในมคอ.2. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปี 2557 ซึ่งได้แก่ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ และ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หมายถึง หลักสูตรบริหารธุรกิจ ระดับปริญญาโท ปี พ.ศ. 2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของรายวิชาต่างๆในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยในชั้นเรียนที่มุ่งเน้นพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน ที่เกิดจากวิธีการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอน การวิจัยนี้จะได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature review) ในหัวข้อต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

2.2 รูปแบบการสอนหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบต่างๆ

2.3 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

2.4 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของวิชาการจัดการตลาด (รหัส11607101) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

2.5 การวิจัยในชั้นเรียนประเภทต่างๆและเครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวมีพอสังเขป ดังนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร เป็นสถานศึกษาที่เป็นวิทยาเขต เพียง 1 วิทยาเขต ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่ง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ตั้งอยู่ที่ภาคใต้ของประเทศไทยที่ ตำบล ชุมโค อำเภอบะทิว จังหวัดชุมพร เปิดการเรียนการสอน ทั้งในระดับปริญญาตรี และ ปริญญาโท มีเนื้อที่ประมาณ 3,500 ไร่ ปัจจุบัน มีบุคลากรทั้งสิ้น 166 คน แยกเป็น สายสนับสนุน จำนวน 83 คน อาจารย์ จำนวน 83 คน และ นักศึกษาจำนวน 1,624 คน



ภาพที่ 2.1 โลโก้สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร มีประวัติความเป็นมาในการจัดตั้ง วิทยาเขต โดยได้ขอจัดตั้ง สถานศึกษา และวิจัยชุมพร ขึ้นในปี พ.ศ. 2533 มีฐานะเทียบเท่ากอง สังกัดสำนักงาน อธิการบดีต่อทบวงมหาวิทยาลัย ต่อมา ทบวงมหาวิทยาลัยให้ความเห็นชอบแต่เห็นควรให้ปรับเปลี่ยนชื่อ เป็นสถานีวิจัยการเกษตรชุมพรฐานะเทียบเท่าภาควิชาสังกัด คณะเทคโนโลยีการเกษตร



ภาพที่ 2.2 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ต่อมาสถาบันฯ ขอทบวงการจัดตั้งหน่วยงานที่จังหวัดชุมพรใหม่ โดยขอจัดตั้งเป็นสำนักศึกษาและวิจัย ชุมพรมีฐานะเทียบเท่าคณะ ซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยเห็นชอบตามที่ สถาบันเสนอ เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2534 และอนุมัติให้บรรจุการจัดตั้งหน่วยงานสำนักศึกษาและวิจัย ชุมพรไว้ในแผนพัฒนาฉบับที่ 7 (พ.ศ.2538-2539) ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ทบวงมหาวิทยาลัยได้พิจารณาเห็นว่า การ ขยายวิทยาเขต สารสนเทศเป็นทางเลือกที่เหมาะสม ทบวงมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินการควบคุมกำกับ การพัฒนาระบบการเรียนการสอนทางไกล โดยใช้ระบบเครือข่าย สารสนเทศ เพื่อช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนอาจารย์ วิทยาเขตชุมพรได้เริ่มรับนักศึกษา และจัดการเรียนการสอนครั้งแรกในปีการศึกษา 2539 โดยเริ่ม เปิดสอน นักศึกษา ปริญญาตรีสาขาเทคโนโลยีการผลิตพืชหลักสูตร 2 ปี ต่อเนื่องปี 2541 เปิดรับนักศึกษา ปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ได้แก่สาขา พืชสวนวิทยาศาสตร์ การประมง และสัตวศาสตร์โดยให้ นักศึกษา เรียน 2 ปีแรกที่สถาบันฯ กรุงเทพฯ และ 2 ปี หลังที่วิทยาเขตชุมพร ปีการศึกษา 2543 เปิดสอนสาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ หลักสูตร 2 ปี ต่อเนื่อง

ในปีการศึกษา 2544 เปิดสอนนักศึกษาสาขา วิศวกรรมเครื่องกล และวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หลักสูตรเทียบโอน 3 ปี วิทยาเขตชุมพร ได้เริ่มรับนักศึกษา และจัดการเรียนการสอนครั้งแรกในปีการศึกษา 2539 โดยเริ่ม เปิดสอน นักศึกษา ปริญญาตรีสาขาเทคโนโลยีการผลิตพืชหลักสูตร 2 ปี ต่อเนื่องปี 2541 เปิดรับนักศึกษา ปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ได้แก่สาขา พืชสวนวิทยาศาสตร์การประมง และสัตวศาสตร์โดยให้ นักศึกษา เรียน 2 ปี แรกที่สถาบันฯ กรุงเทพฯ และ 2 ปี หลังที่ วิทยาเขตชุมพรปี การศึกษา 2543 เปิดสอนสาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ หลักสูตร 2 ปีต่อเนื่อง และปีการศึกษา 2544 เปิดสอนนักศึกษาสาขา วิศวกรรมเครื่องกล และวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หลักสูตรเทียบโอน 3 ปี ต่อมาในปีการศึกษา 2556 ได้เปิดสอน นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ และ ลำสุดในปีการศึกษา 2557 ได้ เปิดสอนนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ รวม ณ.ปีการศึกษา 2557 มีหลักสูตร ที่ เปิดสอนทั้งหมดจำนวน 12 หลักสูตร แยกเป็น ระดับปริญญาตรี ที่เปิดสอนจำนวน 9 หลักสูตร และ ระดับปริญญาโทจำนวน 3 หลักสูตร

2.2 รูปแบบการสอนหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบต่าง

การจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และหลักสูตรการศึกษาขั้น พื้นฐานต้องยึดหลักการว่าผู้เรียนทุกคนมีความรู้ความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียน สำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมผู้เรียนให้สามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตาม ศักยภาพ ดังนั้น การจัดการกระบวนการเรียนรู้จึงต้องจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ และความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ฝึกทักษะกระบวนการคิด การเผชิญ สถานการณ์และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา จัดการเรียนรู้โดยผสมผสานสาระ ความรู้ด้านต่างๆอย่างได้สัดส่วนสมดุลกันและปลูกฝังคุณธรรมค่านิยมที่ดีงามและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ครูผู้สอนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการจัดการเรียนรู้และนวัตกรรมการเรียน การสอนแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ เทคนิคการจัดการเรียนรู้เพื่อ ตอบสนองหลักการที่กล่าวข้างต้น สามารถทำได้หลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็น สำคัญ เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะ เพื่อพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม เพื่อพัฒนากระบวนการคิดและ แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

รูปแบบการจัดการเรียนรู้หรือเทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปเช่น 1. การจัดการ เรียนรู้แบบสืบสวนสอบสวน (Inquiry Method) 2. การจัดการเรียนรู้แบบแบ่งกลุ่มทำงาน (Committee Work Method) 3. การจัดการเรียนรู้แบบหน่วย (Unit Teaching Method) 4. การจัดการเรียนรู้แบบ อุปนัย (Inductive Method) 5. การจัดการเรียนรู้แบบนิรนัย (Deductive Method) 6. การจัดการเรียนรู้ แบบอภิปราย (Discussion Method) 7. การจัดการเรียนรู้แบบแสดงบทบาท (Role Playing Method) 8. การจัดการเรียนรู้แบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Method) 9. การจัดการเรียนรู้แบบปฏิบัติการหรือการ ทดลอง (Laboratory Method) 10. การจัดการเรียนรู้แบบศึกษาด้วยตนเอง (Self Study Method)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. การจัดการเรียนรู้แบบทีม (Team Teaching Method) 13. การจัดการเรียนรู้แบบเอ็กซ์พลิต (Explicit Teaching Method) 14. การจัดการเรียนรู้โดยใช้กระบวนการคิดแก้ปัญหาอนาคตตามแนวคิดของทอร์แรนซ์ 15. การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ (Integrated) และอื่นๆ

จะเห็นว่ารูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่ใช้อยู่ปัจจุบันมีหลากหลายมากแต่ด้วย การจัดการเรียนรู้ในระดับมหาดบัณฑิต ในรายวิชาต่างๆ ของหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ (2557) มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีพัฒนาการเรียนรู้ 5 ด้านตามมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ตามแบบ มคอ.2 (2557) การจัดการเรียนการสอนในวิชาการจัดการทางการตลาด 5 แบบ ได้แก่ 1.วิธีสอนแบบบรรยาย 2.วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3.แบบใช้สื่อ VDO Youtube 4.การประกวด 5.วิธีใช้ PowerPoint

2.3 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สจล. ชุมพร ได้ระบุไว้ในเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจะประกอบด้วย 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ
- (2) มีคุณธรรม จริยธรรม และซื่อสัตย์สุจริต
- (3) เคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับ ขององค์กรและสังคม
- (4) มีวินัยตรงต่อเวลารับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (5) เคารพสิทธิ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอน
- (2) สอดแทรกกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน
- (2) การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มีอบหมาย
- (3) การทำงานร่วมกันของนักศึกษา การแต่งกาย ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- (4) การให้เกียรติในการอ้างอิงผลงานในการทำวิจัย

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านความรู้

ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ปรึกษา
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ที่ได้อีกกับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง
- (3) สามารถวิเคราะห์ปัญหา และปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการให้ตรงตามข้อกำหนด
- (4) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ
- (5) รู้ เข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์จริง มีการฝึกฝนและทำวิจัย ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ คือ

- (1) การทดสอบย่อยการสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำและจากโจทย์การบ้าน
- (3) ประเมินจากโครงการวิจัยที่นำเสนอ

3. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

(1) สามารถสืบค้นตีความและประเมินปัญหาทางธุรกิจเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

- (2) คิดอย่างมีวิจารณ์ญาณและอย่างมีระบบ
- (3) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- (4) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้หลักการบริหารจัดการต่อบุคคล องค์กร และสังคม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) กำหนดกรณีศึกษาให้นักศึกษาจัดทำในรายบุคคลหรือรายงานกลุ่ม
- (2) การมอบหมายงานในลักษณะให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาโดยใช้โจทย์จาก

สถานประกอบการจริง

- (3) การออกข้อสอบที่ให้นักศึกษาแก้ปัญหา อธิบายแนวความคิดการแก้ปัญหาและแนวทางการ

ประยุกต์ความรู้ที่เรียนมา

- (4) มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง แล่นำมาวิพากษ์ร่วมกับอาจารย์

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการ

นำเสนอรายงานในชั้นเรียน เป็นต้น

4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

- (1) มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และงานที่ได้รับมอบหมาย
- (2) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเมินในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม
- (3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- (4) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตามสามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง
- (5) มีความรับผิดชอบการพัฒนาด้านการเรียนรู้ และด้านวิชาชีพ

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น งานนำเสนอ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียนและสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงจากการประเมินด้วยตนเองของนักศึกษา

5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาต้องมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นต่ำ ดังนี้

(1) มีวิจรณ์ญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูลแปลความหมายและสื่อสารข้อมูล

(2) สามารถระบุและประยุกต์เทคนิคการสถิติและคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม

(3) สามารถสรุปประเด็นและสื่อสารทั้งการพูดและการเขียนเลือกใช้รูปแบบการนำเสนออย่างเหมาะสม

(4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานได้อย่างเหมาะสม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์สามารถทำได้ในระหว่างการสอน โดยให้นักศึกษาแก้ปัญหา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิธีแก้ปัญหา และให้นำเสนอแนวคิดของการแก้ปัญหาโดยวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจ

(2) การมอบหมายงาน โดยประยุกต์ใช้การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศในการแก้ปัญหา

(3) การกำหนดให้นำเสนอผลงานของตนเองหรือผู้อื่น

(4) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) ประเมินจากเทคนิคการใช้เครื่องมือการคำนวณและเครื่องมือทางบริหารจัดการ

(2) ประเมินจากเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติ

ประยุกต์ในการแก้ปัญหาโจทย์การคำนวณ

(3) ประเมินจากผลงานที่มอบหมาย

ตารางที่ 2.1 แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

✘ ไม่มี

<p>1. คุณธรรม จริยธรรม</p> <p>(1) มีจิตสำนึกและตระหนักในการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ</p> <p>(2) มีคุณธรรม จริยธรรม และซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>(3) เคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับ ขององค์กรและสังคม</p> <p>(4) มีวินัยตรงต่อเวลา รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม</p> <p>(5) เคารพสิทธิ และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น</p>	<p>2. ความรู้</p> <p>(1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา</p> <p>(2) สามารถบูรณาการความรู้ที่ ได้ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>(3) สามารถวิเคราะห์ปัญหา และปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการให้ตรงตามข้อกำหนด</p> <p>(4) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการ และสนใจ และสนใจพัฒนาความรู้ในแนวกว้างของสาขาวิชาที่ศึกษาอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>3. ทักษะทางปัญญา</p> <p>(1) สามารถสืบค้น ตีความและประเมินปัญหาทางธุรกิจ เพื่อใช้ในทางธุรกิจอย่างสร้างสรรค์</p> <p>(2) คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ</p> <p>(3) สามารถประยุกต์ความรู้ และทักษะกับการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม</p> <p>(4) สามารถวิเคราะห์ผลกระทบ จากการใช้หลักการบริหารจัดการต่อการบุคคล องค์กร และสังคม</p>	<p>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>(1) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>(2) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม</p> <p>(3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม</p> <p>(4) มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้ง</p> <p>(5) มีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาตัวภากรเรียนรู้ และด้านวิชาชีพ</p>	<p>5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>(1) มีวิจารณญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวมข้อมูลและสื่อสารข้อมูล</p> <p>(2) สามารถระบุและประยุกต์เทคนิคการสถิติและคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม</p> <p>(3) สามารถสรุปประเด็นและสื่อสารทั้งการพูดและการเขียนเลือกใช้รูปแบบการนำเสนออย่างเหมาะสม</p> <p>(4) สามารถใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในงานได้อย่างเหมาะสม</p>
---	---	--	--	---

ภาพ 2.1 (ต่อ)

รหัสวิชา	รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้					3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ									
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
วิชาปรับปรุงฐาน (ทั้งหมด 2 วิชา)																															
11607000	หลักการบัญชี	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607001	หลักเศรษฐศาสตร์	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิชานำดับ - วิชาแกน (ทั้งหมด 3 วิชา)																															
11607101	การจัดการตลาด	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607102	การจัดการเชิงปฏิบัติการ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607103	การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิชานำดับ-วิชาเฉพาะ (แบ่งมหาวิทยาลัย)																															
11607104	การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607105	วิจัยทางธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607106	การบัญชีบริหาร	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607107	การจัดการการเงิน	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607108	การจัดการเชิงกลยุทธ์	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

ภาพ 2.1 (ต่อ)

รหัสวิชา	รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้					3. ทักษะทางปัญญา					4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ									
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
11607219	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607220	หัวข้อร่วมสมัยทางการบริหารธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607216	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในภาพ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607217	การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607218	องค์ความรู้และการเรียนรู้และการจัดการองค์กร ความรู้	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607219	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607220	หัวข้อร่วมสมัยทางการบริหารธุรกิจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607221	การจัดการผู้มีความสามารถสูง	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607222	การจัดการผลการปฏิบัติงาน	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
วิสัยทัศน์-วิสัยเฉพาะ (แขนงบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม)																															
11607109	สถิติและระเบียบวิธีวิจัย	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607110	การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607111	การจัดการการเงินและบัญชีสำหรับผู้บริหาร	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607112	การจัดการเชิงปฏิบัติการขั้นสูง	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

ภาพ 2.1 (ต่อ)

รหัสวิชา	รายวิชา	1. คุณธรรม จริยธรรม					2. ความรู้					3. ทักษะทางปัญญา				4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ					5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ								
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4						
11607229	ภาวะผู้นำและจริยธรรมทางธุรกิจ	●	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607230	นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607231	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607232	เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการอุตสาหกรรม	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607601	วิทยานิพนธ์ 1	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607602	วิทยานิพนธ์ 2	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607603	วิทยานิพนธ์ 3	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607604	วิทยานิพนธ์ 4	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11607701	การค้นคว้าอิสระ	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
หมวดวิทยานิพนธ์-วิชาเฉพาะ (แขนงการจัดการธุรกิจเกษตร)																													
11607114	การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระบบอาหาร	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

2.4 มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของวิชาการจัดการตลาด (รหัส 11607101) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ (2557) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สจล. ชุมพร วิชาการจัดการตลาด รหัส 11607101 ดังแสดงในตาราง 2.1 ได้ระบุไว้ในเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจะประกอบด้วย 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีวินัยตรงต่อเวลารับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอน
- (2) สอดแทรกกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน
- (2) การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มีมอบหมาย
- (3) การทำงานร่วมกันของนักศึกษา การแต่งกาย ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- (4) การให้เกียรติในการอ้างอิงผลงานในการทำวิจัย

2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านความรู้

ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ปรึกษา

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์จริง มีการฝึกฝนและทำวิจัย ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ คือ

- (1) การทดสอบย่อยการสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำและจากโจทย์การบ้าน
- (3) ประเมินจากโครงการวิจัยที่นำเสนอ

3. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) สามารถสืบค้นตีความและประเมินปัญหาทางธุรกิจเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่าง

สร้างสรรค์

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) กำหนดกรณีศึกษาให้นักศึกษาจัดทำในรายบุคคลหรือรายงานกลุ่ม

- (2) การมอบหมายงานในลักษณะให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาโดยใช้โจทย์จากสถานประกอบการจริง
- (3) การออกข้อสอบที่ให้นักศึกษาแก้ปัญหา อธิบายแนวความคิดการแก้ปัญหาและแนวทางการประยุกต์ความรู้ที่เรียนมา
- (4) มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง แล้วนำมาวิพากษ์ร่วมกับอาจารย์ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา
ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน เป็นต้น

4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

- (1) มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และงานที่ได้รับมอบหมาย

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น งานนำเสนอ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงจากการประเมินด้วยตนเองของนักศึกษา

5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาต้องมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นต่ำ ดังนี้

- (1) มีวิจาร์ณญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูลแปลความหมายและสื่อสารข้อมูล

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์สามารถทำได้ในระหว่างการสอน โดยให้นักศึกษาแก้ปัญหา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิธีแก้ปัญหา และให้นำเสนอแนวคิดของการแก้ปัญหาโดยวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจ

(2) การมอบหมายงาน โดยประยุกต์ใช้การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศในการแก้ปัญหา

- (3) การกำหนดให้นำเสนอผลงานของตนเองหรือผู้อื่น

(4) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) ประเมินจากเทคนิคการใช้เครื่องมือการคำนวณและเครื่องมือทางบริหารจัดการ
- (2) ประเมินจากเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ในการแก้ปัญหาโจทย์การคำนวณ
- (3) ประเมินจากผลงานที่มอบหมาย

2.5 การวิจัยในชั้นเรียนประเภทต่างๆและเครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนในเรื่อง

1) ประเภทของการวิจัยในชั้นเรียน และ 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในชั้นเรียนดังต่อไปนี้ พิมพันธ์ เดชะคุปต์ (2544) ได้กล่าวว่าการวิจัยในชั้นเรียนมักพบว่า ใช้การวิจัยเชิงบรรยายและวิจัยเชิงทดลอง รายละเอียดเป็นดังนี้

1) การวิจัยเชิงบรรยายเป็นการศึกษาค้นคว้าในลักษณะต่อไปนี้

1) ศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ค้นหาข้อเท็จจริงต่างๆ ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว 2) ไม่มีการสร้างสถานการณ์ใดๆ 3) ไม่มีการกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามใดๆ

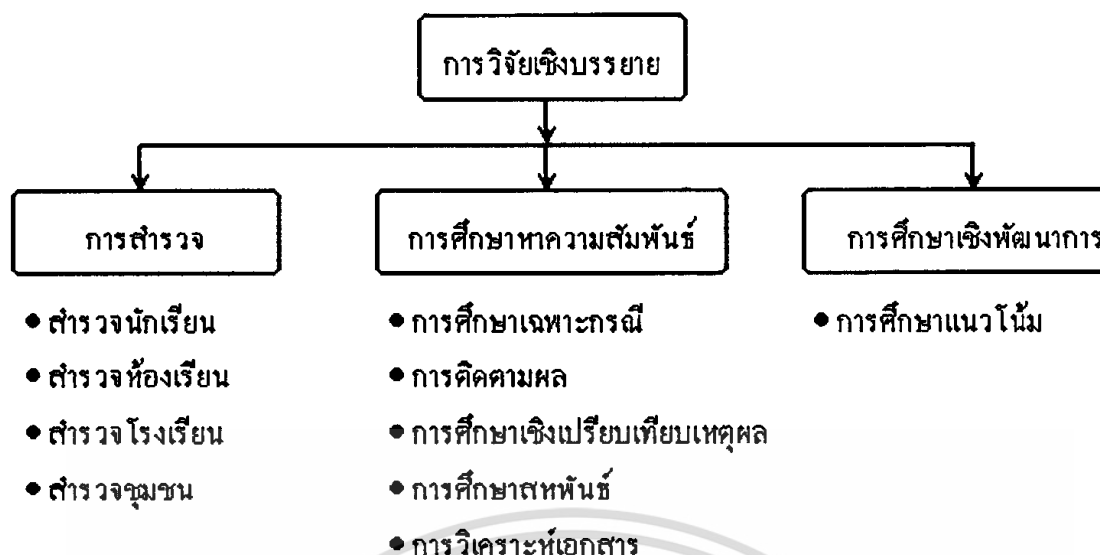
1.1 ลักษณะของปัญหาหรือเรื่องที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยเชิงบรรยาย เป็นดังนี้

- (1) ลักษณะเป็นความสัมพันธ์ในปัจจุบัน
- (2) เป็นสิ่งที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ
- (3) ความเชื่อ แนวคิด หรือทัศนคติ
- (4) กระบวนการที่กำลังดำเนินอยู่
- (5) เป็นการทำนายลักษณะของผลที่จะเกิดขึ้น
- (6) แนวโน้มหรือความเปลี่ยนแปลงที่กำลังพัฒนาอยู่

1.2 ประเภทของการวิจัยเชิงบรรยาย

ประเภทของการวิจัยเชิงบรรยายและตัวอย่างของการวิจัยเชิงบรรยายแต่ละประเภท

ปรากฏดังแผนภาพ 2.3 ต่อไปนี้



ภาพ 2.3 ประเภทของการวิจัยเชิงบรรยาย

สำหรับการวิจัยในชั้นเรียนแบบการสำรวจ เป็นแบบที่ควรใช้อย่างมาก ก่อนที่จะทำการวิจัยเชิงทดลอง เพราะการวิจัยแบบสำรวจจะทำให้ผู้วิจัยได้รู้จักเด็ก รู้จักนักเรียนอย่างแท้จริง รู้ปัญหาของการเรียนการสอนที่แท้จริง รู้สาเหตุของปัญหาที่แท้จริง ทำให้รู้ว่ามีนักเรียนจำนวนเท่าใดที่เป็นปัญหา มีปัญหาเรื่องใด เพื่อครูจะสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ตรงจุดและแก้ปัญหาให้กับกลุ่มนักเรียนที่เป็นปัญหาจริงๆ เมื่อครูวิจัยในชั้นเรียนรู้จักเด็กอย่างดีแล้ว ครูจึงต้องคิดต่อไปว่า จะแก้ไขอย่างไร แล้วจึงลงมือแก้ไข ซึ่งเป็นการวิจัยในชั้นเรียนเชิงทดลอง

1.2 การวิจัยเชิงทดลอง เป็นการศึกษาโดยจงใจเปลี่ยนแปลงส่วนใดส่วนหนึ่งของสถานการณ์ที่ทำอยู่ สร้างสถานการณ์ขึ้นเอง เพื่อศึกษาผลการเปลี่ยนแปลง การวิจัยในชั้นเรียนก็คือทดลองใช้นวัตกรรมการศึกษาที่สร้างขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในห้อง ตัวอย่างเช่น "ผลของการสอนโดยวิธีเกมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยและความพอใจต่อการเรียนการสอนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6/2 โรงเรียนปิยะวิทยาคม" จากตัวอย่างผู้สอนจงใจเปลี่ยนแปลงวิธีสอนจากแบบเดิมมาเป็นสอนด้วยวิธีเกม เพื่อศึกษาว่าจะเกิดอะไรขึ้น คือผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาไทยและความพอใจต่อการเรียนการสอนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6/2 จะเป็นอย่างไร

2) เครื่องมือวิจัยในชั้นเรียน

เครื่องมือวิจัยในชั้นเรียนมีหลากหลายชนิดดังต่อไปนี้

2.1 เครื่องมือทดลอง คือ นวัตกรรมการเรียนรู้ที่ใช้ในการแก้ปัญหา หรือใช้ทดลองเพื่อแก้ไขปัญหาการเรียนการสอน อาทิเช่น การใช้วิธีการสอน เทคนิคการสอน รูปแบบการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน รวมทั้งแบบฝึกหัด ซึ่งครูนักวิจัยจะใช้นวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้ข้างต้นเพื่อแก้ปัญหานั้นจะต้องมีการวางแผนการสอนเพื่อแก้ปัญหาโดยการเขียนแผนการสอน ดังนั้นแผนการสอนเป็นเครื่องมือทดลองนั่นเอง

2.2 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล เครื่องมือรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบปัญหาการวิจัย เช่น ตอบคำถามวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและสาเหตุของปัญหา ผลการนำนวัตกรรมไปทดลองแก้ไขเป็นต้น จำเป็นต้องมีเครื่องมือวัดเป็นเครื่องช่วยในการรวบรวมข้อมูล เครื่องมือวัดมีหลายประเภท แต่ละประเภทมีลักษณะการ

ใช้ต่างกัน ขึ้นอยู่กับข้อมูลหรือตัวแปรที่ต้องการศึกษา เช่น

แบบสอบถาม ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

- (1) ความคิดเห็น
- (2) ความจริง
- (3) ความรู้สึก เป็นต้น

แบบสังเกต ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

- (1) พฤติกรรมต่างๆ
- (2) ลักษณะการปฏิบัติ
- (3) สภาพแวดล้อม
- (4) บรรยากาศการเรียนการสอนทางกายภาพ
- (5) บรรยากาศการเรียนการสอนทางจิตใจ
- (6) ทักษะต่างๆ แบบสังเกตมี 2 ประเภท คือ

ก. แบบมีโครงสร้าง

ข. แบบไม่มีโครงสร้าง

แบบสังเกต ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

- (1) ระดับสติปัญญา
- (2) เจตคติ
- (3) ความรู้สึก
- (4) ความสนใจ
- (5) ความรับผิดชอบ
- (6)นิสัย เป็นต้น

แบบสำรวจรายการ ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลประเภทสถิติ พัสต วัสดุ สื่อ หนังสือ อุปกรณ์
สื่อการเรียนการสอนต่างๆ ที่สามารถตรวจสอบได้

แบบสัมภาษณ์ ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

- (1) ความจริง
- (2) ความคิดเห็น ปัญหา สาเหตุ ข้อเสนอแนะ
- (3) ความรู้สึก
- (4) เจตคติ แบบสัมภาษณ์ มี 2 ประเภท คือ

ก. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ข. แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

แบบทดสอบ ช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการเรียนรู้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านวิชาการ

แบบทดสอบมีหลายประเภท เช่น (1) แบบเลือกตอบ (2) แบบถูกผิด (3) แบบจับคู่ (4) แบบเติมคำ
และ (5) แบบอัตนัย

จากข้อมูลดังเสนอมาย่างต้น การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้เครื่องมือวิจัยหลากหลายชนิด เพื่อให้บรรลุ
วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ตามมาตรฐาน 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย แบบทดสอบก่อน-หลังเรียน แบบ
บันทึก แบบสอบถาม แบบประเมินความพึงพอใจ แผนการสอนแบบประเมินนิเทศการสอน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในชั้นเรียนระดับอุดมศึกษาในรายวิชาการจัดการการตลาด ซึ่งแทบไม่มีการวิจัยประเภทนี้ ในประเทศไทยเลย คงมีแต่ การวิจัยในชั้นเรียน ระดับมัธยมศึกษาและ ระดับประถมศึกษา และรายวิชาอื่นๆ ด้านบริหารธุรกิจ เท่านั้น จึงได้ นำมาเพื่อเป็นแนวทาง ดังนี้

สุรียพงษ์ ท้าววิทย์ (2555) ได้ทำการวิจัยในชั้นเรียนเรื่อง “ความต้องการครูที่พึงประสงค์ของนักเรียน” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาระดับและจัดลำดับที่ของคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ ทั้ง 8 ด้าน ตาม ทศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และ เพื่อศึกษาระดับและจัดลำดับที่ของคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ เป็นรายชื่อในแต่ละด้านทั้ง 8 ด้าน ตามทศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนกระเทียมวิทยา ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึง ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2548 ทำการสุ่มตัวอย่างมา จำนวน 120 คน เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ จำนวน 50 ข้อ ถามความต้องการของนักเรียนต่อคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยมีเกณฑ์ให้น้ำหนักคะแนนดังนี้ 3 คะแนน หมายถึง ต้องการมาก 2 คะแนน หมายถึง ต้องการปานกลาง 1 คะแนน หมายถึง ต้องการน้อย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระดับของคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ ตามทศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ของโรงเรียนกระเทียมวิทยา ตามคุณลักษณะทั้ง 8 ด้าน พบว่า อยู่ในระดับ ปานกลาง และลำดับที่ของคุณลักษณะของครูที่พึงประสงค์ นับจากค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังต่ำสุด เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ลำดับ 1 ด้านการเป็นพลเมืองดีในสังคมประชาธิปไตย ลำดับ 2 ด้านคุณธรรมและความประพฤติลำดับ 3 ด้านสุขภาพกายและจิต ลำดับ 4 ด้านมนุษยสัมพันธ์ ลำดับ 5 ด้านการสอน ลำดับ 6 ด้านบุคลิกลักษณะลำดับ 7 ด้านการอบรมและการปกครอง ลำดับ 8 ด้านวิชาการ

จรีพร ศรีทอง (2556) ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ MGT 1001 เรื่องการบริหารธุรกิจทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง” โดยการใช้เทคนิคแบบร่วมมือ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (MGT 1001) ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือในวิธีกลุ่มร่วมมือช่วยเหลือ (Team Assisted Individualization : TAT) 2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนกับหลังเรียน ของนักศึกษาจากการเรียน โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือในวิธีกลุ่มร่วมมือช่วยเหลือ (Team Assisted Individualization : TAT) 3. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือระดมสมองในการแก้ปัญหา โจทย์คำตอบ และ 4. เพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้การปรับตัวและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นการเตรียมความพร้อม เพื่อทำงานในสังคมต่อไป ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนและเข้าฟังบรรยายในกระบวนการความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ ในภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2556 จำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามและแบบทดสอบเพื่อใช้วัดความรู้ความเข้าใจของ นักศึกษาจากการฟังบรรยาย ทำการการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ร้อยละ สถิติที่ทดสอบ t-test F-test และ ANOVA ผลการวิจัยพบว่า (1) หลังการบรรยาย นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (MGT 1001) เรื่องการบริหารธุรกิจ

ทั่วไป ดีขึ้นเล็กน้อย (2) ปัจจัยด้านเพศ อายุ จำนวนครั้งที่เข้าเรียน การเตรียมตัวล่วงหน้าและการทบทวน/ทำแบบฝึกหัดของนักศึกษาไม่มีผลต่อคะแนนการทดสอบ (3) หลังการบรรยายโดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือในวิธีกลุ่มร่วมมือช่วยเหลือ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ประเด็นคำถามได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น (4) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก เพราะทุก ๆ คน ร่วมมือในการทำงานกลุ่ม ทุกๆ คนมีส่วนร่วมเท่าเทียมกัน (5) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยสมาชิกทุกคนมีโอกาสคิด พูด แสดงออก แสดงความคิดเห็น ลงมือกระทำอย่างเท่าเทียมกัน (6) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยเสริมให้ความช่วยเหลือกัน เช่น เด็กเก่งช่วยเด็กที่ เรียนไม่เก่ง ทำให้เด็กเก่ง ภาคภูมิใจ รู้จักใช้เวลา ส่วนเด็กที่ไม่เก่งเกิดความ ซาบซึ้งในน้ำใจของเพื่อนสมาชิกด้วยกัน (7) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยร่วมกันคิดทุกคน ทำให้เกิดการระดมความคิด นำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อประเมินคำตอบที่เหมาะสมที่สุด เป็นการส่งเสริมให้ช่วยกันคิดหาข้อมูลให้มาก และวิเคราะห์และตัดสินใจเลือก (8) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยส่งเสริมทักษะทางสังคม เช่น การอยู่ร่วมกันด้วยมนุษย์ -สัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เข้าใจกันและกัน อีกทั้งเสริมทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานเป็นกลุ่ม สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น

วันชัย ปานจันทร์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง “ผลของการจัดการเรียนรู้กระบวนการวิชา HRD ๔๔๐๕ ภาวะผู้นำในองค์กรโดยใช้กรณีศึกษา” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลการจัดการเรียนรู้กระบวนการวิชา HRD 4405 ภาวะผู้นำในองค์กรโดยใช้กรณีศึกษา 2) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้กระบวนการวิชา HRD 4405 ภาวะผู้นำในองค์กรโดยใช้กรณีศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนเรียน ในกระบวนการวิชา HRD 4405 ภาวะผู้นำในองค์กรประจำภาคเรียนที่ 2/2556 จำนวน 28 คน (ข้อมูลจาก LIST 150 ภาคการศึกษาที่ 2/2556) และได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจงสำหรับนักศึกษาที่เข้าชั้นเรียนสม่ำเสมอจาก ประชากรทั้งหมด ซึ่งได้จำนวน กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 15 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ผลการวิจัย พบว่า 1. ผลการจัดการเรียนรู้กระบวนการวิชา HRD 4405 ภาวะผู้นำในองค์กรโดยใช้ กรณีศึกษาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ย น้อยในระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจในกรณีศึกษา อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้ และด้านพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้ 2. ผลการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ มีผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้ 1)ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่มีความดีสูงสุดคือควร จัดให้มีการอภิปรายกลุ่มมากขึ้นเพื่อให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน 2)ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านพฤติกรรมกรรมการเรียนรู้ที่มีความดีสูงสุดคือลักษณะการจัดการ เรียนการสอนเป็นส่วนช่วยสนับสนุน การเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการฟังบรรยายเพียง อย่างเดียว 3)ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านความรู้ความเข้าใจในกรณีศึกษาที่มีความดี (3) สูงสุดคือการใช้กรณีศึกษามีส่วนช่วยให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการเรียนรู้ในเชิง พฤติกรรม มุมมองและแนวคิดของความเป็นผู้นำได้มากขึ้น 4) ความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ เพิ่มเติมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือช่วยให้เกิดทักษะในการคิดวิเคราะห์ ให้กับผู้เรียน

ณัฐศิลป์ ธรรมวิฑูรศักดิ์ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการบัญชี ชั้นกลาง ๑ (ACC) ๒๒๐๑ เรื่องเงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อ

พัฒนาการจัดการเรียนรู้ในวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 (ACC2201) เรื่อง เงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ (LT) 2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนกับหลังเรียน ของ นักศึกษาจากการเรียนโดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ (LT) 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของแผนการเรียนรู้ในวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 (ACC2201) เรื่องเงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงโดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ (LT) 4. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือระดมสมองในการแก้ปัญหาโจทย์คำตอบ 5. เพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้การปรับตัวและสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อทำงานในสังคมต่อไป

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการบัญชี ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 ในภาคฤดูร้อน ปีการศึกษา 2556 จำนวน 729 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับนักศึกษาจำนวน 30 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) การหา ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ t-test ผลการวิจัย ค้นพบดังนี้ 1. ประสิทธิภาพของการเรียนโดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ ในการ พัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 (ACC2201) เรื่องเงินลงทุนในตรา สารหนี้และตราสารทุนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง มี ประสิทธิภาพคิดเป็นร้อยละ 79.3 2. ดัชนีประสิทธิผลประสิทธิผลของการพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 เรื่องเงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุน ของนักศึกษาสาขาวิชาการ บัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT มีค่าเท่ากับ 0.63529 แสดงว่าผู้เรียนมีความก้าวหน้าในการเรียนคิดเป็นร้อยละ 63.53 3. การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1 เรื่องเงินลงทุนใน ตราสารหนี้และตราสารทุน ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดย ใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT มีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างก่อนเรียน และหลังเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน หลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ข้อ 1. 4. ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนและเข้าเรียนวิชาการ บัญชีชั้นกลาง 1 เรื่องเงินลงทุนในตราสารหนี้และตราสารทุน ในภาคฤดูร้อน ปี การศึกษา 2556 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ข้อ 2.

พรมนัส สิริธรรังศรี (2556) ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการการเงินระหว่างประเทศ (Fin) ๓๒๐๔ เรื่องการบริหารความเสี่ยงทางการเงินของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ” วัตถุประสงค์การวิจัย :1. เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ในวิชาการจัดการการเงินระหว่างประเทศ (FIN 3204) เรื่องการ บริหารความเสี่ยงทางการเงินของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามค าแหง โดยใช้เทคนิคการเรียนรู้แบบ ร่วมมือในวิธีกลุ่มสี่คน 2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนกับหลังเรียน ของนักศึกษาจากการเรียน โดยใช้ เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือในวิธีกลุ่มสี่คน 3. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นหรือระดมสมองในการแก้ปัญหา โจทย์คำตอบ 4. เพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้การปรับตัวและสามารถ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นการเตรียมความพร้อม เพื่อทำงานในสังคมต่อไป 5. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของ นักศึกษาระบบวนวิชา การจัดการการเงินระหว่างประเทศ (FIN3204) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนระบบวนวิชาการจัดการการเงินระหว่างประเทศ ในภาค เรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2556 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาที่ลงทะเบียนและเข้าฟังบรรยายในระบบวนวิชาการจัดการการเงิน ระหว่างประเทศ ในภาคเรียนฤดูร้อน ปีการศึกษา 2556 จำนวน 37 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ

แบบสอบถามและแบบทดสอบเพื่อใช้วัดความรู้ความเข้าใจของ นักศึกษาจากการฟังบรรยายและ แบบทดสอบความพึงพอใจของนักศึกษาหลังเรียนซึ่งเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ คะแนนเฉลี่ย สถิติที่ทดสอบ ได้แก่ t-test, F-test และ ANOVA ผลการวิจัย สรุปได้ว่า (1) หลังการบรรยายนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการเงินระหว่าง ประเทศ ในหัวข้อการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ตีขึ้นเล็กน้อย (2) ปัจจัยด้านเพศ อายุ คณะ/สาขาที่นักศึกษา สังกัด จำนวนครั้งที่เข้าเรียน การเตรียม ตัวล่วงหน้าและการทบทวน/ทำแบบฝึกหัดของนักศึกษาไม่มีผลต่อ คะแนนการ ทดสอบ (3) หลังการบรรยายโดยใช้เทคนิคกลุ่มสืบค้นนักศึกษาสามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบ ของโจทย์ปัญหาได้ แต่ในส่วนของ การคำนวณตัวเลขนักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่ สามารถคำนวณได้ถูกต้อง (4) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิก เพราะทุก ๆ คน ร่วมมือในการทำงาน กลุ่ม ทุกๆ คนมีส่วนร่วมเท่าเทียมกัน (5) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยสมาชิกทุกคนมีโอกาสคิด พูดแสดงออก แสดงความคิดเห็น ลงมือกระทำอย่างเท่าเทียมกัน 40 (6) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยเสริมให้มีความ ช่วยเหลือกัน เช่น เด็กเก่งช่วยเด็กที่ เรียนไม่เก่ง ทำให้เด็กเก่ง ภาคภูมิใจ รู้จักใช้เวลา ส่วนเด็กที่ไม่เก่งเกิดความ ซาบซึ้งในน้ำใจของเพื่อนสมาชิกด้วยกัน (7) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยร่วมกันคิดทุกคน ทำให้เกิด การระดมความคิด นำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อประเมินคำตอบที่เหมาะสมที่สุด เป็นการ ส่งเสริม ให้ช่วยกันคิดหาข้อมูลให้มาก และวิเคราะห์และตัดสินใจเลือก (8) การเรียนแบบร่วมมือ ช่วยส่งเสริมทักษะ ทางสังคม เช่น การอยู่ร่วมกันด้วยมนุษย์ สัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เข้าใจกันและกัน อีกทั้งเสริมทักษะการสื่อสาร ทักษะการ ทำงานเป็นกลุ่ม สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษาได้แก่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 31 คน ที่เรียนรายวิชาด้านบริหารธุรกิจในชั้นปีที่1 ปีการศึกษา 2557 ขั้นตอน1ของการวิจัย เริ่มจากมีการฝึกรอบรรวมความรู้เรื่องรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้แก่ครูผู้สอน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญ 1 ครั้ง โดยรองศาสตราจารย์พิมพ์พันธ์ เฉชะคุปต์ (การอบรมเกิดขึ้นใน เดือน เมษายน 2557) ขั้นตอน2 ทดสอบ (Pre-test) โดยการเรียนรู้ของนักศึกษา ขั้นตอน3 ให้ครูผู้สอนทำการทดลองสอนตามรูปแบบการเรียนการสอนที่ได้ออกแบบไว้ ครั้งนี้เลือกรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการในวิชาการจัดการตลาดจำนวน 15 บท ขั้นตอน4 การติดตามผลการสอนโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นการนิเทศน์ การสอน 1 ครั้ง ขั้นตอน5 ทำการประเมินผลการสอน (Post-test) ทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษาว่ามีพัฒนาการผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 5 ด้าน เพิ่มขึ้น เป็นอย่างไร หลังจากนั้นจึงทำการเผยแพร่ โดยการเขียนรูปเล่มรายงานการวิจัย บทความวิจัย และ การเข้าร่วมประชุมเชิงวิชาการ และการเผยแพร่ในรูปแบบ บทความวิจัย เพื่อตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ มคอ3 รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification) แผนการสอนรายบท แบบสังเกต แบบบันทึก แบบสอบถาม และ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนและหลังการเรียน เพื่อวิเคราะห์ผล พัฒนาการด้านการเรียนรู้ 5 ด้าน ตามแบบมคอ 2 (2557)

ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และเชื่อถือได้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดระเบียบวิธีวิจัยเชิง ปริมาณ ไว้ให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ ซึ่งจะทำให้ผลจากการศึกษาเกิดความน่าเชื่อถือ และเกิดประโยชน์ ในทางวิชาการ ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

- 3.1 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร
- 3.2 การกำหนดประชากรที่ศึกษา
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 การศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร

โดยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ วารสาร เอกสารรายงาน รายงานวิจัย บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ รวมทั้งเอกสารต่าง ๆ ทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ ทั้ง ข้อมูลในเชิงปฐมภูมิ (Primary Source) และข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Source) จากห้องสมุดสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ห้องสมุดประชาชนจังหวัดชุมพร ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ และฐานข้อมูลในเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการวิจัย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 6 ชนิด ประกอบด้วย แผนการสอน แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบบันทึกการสอน แบบประเมินจากกรณีศึกษาการสอนของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแสดงในภาคผนวก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในภาคการศึกษาที่ 1/2557 (สิงหาคม-พฤศจิกายน 2557) เฉพาะแบบสอบถามความพึงพอใจ เท่านั้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีให้นักศึกษาตอบแบบสอบถาม ออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ของ สจล. ที่ www.kmitl.ac.th

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การหาค่าร้อยละ การหาค่าความถี่ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)



บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เรื่อง รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้ ได้แก่

ตอนที่ 1 รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้าน ของนักศึกษา ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 2 ผลการทดลองใช้/ผลการประเมิน รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ในวิชาการจัดการการตลาด (รหัส 11607101) กับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 3 การเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ได้สร้างขึ้น โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละตอน มี ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้าน ของนักศึกษา ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ตามเนื้อหาการสอนทั้ง 13 บทเรียน เป็นรูปแบบที่ใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการหลายๆวิธีเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย 1) วิธีสอนแบบบรรยาย 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด และ5) PowerPoint และอื่นๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.1-4.15

ตารางที่ 4.1 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่1.ความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา2557

หัวเรื่อง/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	1.แนะนำ course syllabus และ	1. course syllabus
เป้าหมายสำคัญของการเป็น AEC	งานเดี่ยว งานกลุ่มที่มอบหมาย จำนวน 3 ชิ้น (assignment 1-2-3) และ การแบ่งกลุ่มไวล่องหน้า	2. VDO you-tube เพลงอาเซียน The ASEAN Way วิถีของอาเซียน
ผลผูกพันต่อประเทศไทยในการรวมตัวเป็น AEC	เพื่อทำงานกลุ่มที่มอบหมาย เช่น	3.PowerPointประกอบการสอน บทที่1
ความเกี่ยวข้องและบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรมในบริษัท	การเขียนแผนการตลาดเพื่อเข้าประกวดในโครงการ The First	4. กรณีศึกษาที่1 บทความวิจัยของ อาจารย์ เรื่อง รูปแบบการดำเนินงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>ความเกี่ยวข้องและบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรมในบริษัทของ AEC</p>	<p>การเขียนแผนการตลาดเพื่อเข้าประกวดในโครงการ The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” สัปดาห์ที่ 14-15 ของการเรียน</p>	<p>4. กรณีศึกษาที่1 บทความวิจัยของอาจารย์ เรื่อง รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศ กัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรีเพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)</p>
<p>ผลกระทบของ AEC และการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทย</p>	<p>2.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับอาเซียน</p>	<p>กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของการเกษตรเพื่อการค้าและการเกษตรเพื่อการส่งออกกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ</p>
<p>การปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย</p>	<p>3.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์</p>	<p>5.คำถามทบทวนท้ายบท</p>
<p>จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และวิกฤตของแต่ละประเทศ</p>	<p>4.ให้นักศึกษาจับคู่และอ่านกรณีศึกษาที่1บทความวิจัยของอาจารย์ 1 เรื่อง แล้ว ตอบคำถามลงในกระดาษคำตอบหลังจากนั้นให้ออกมานำเสนอที่หน้าชั้นเรียนด้วยวาจาทีละกลุ่มเกี่ยวกับความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economics Community: AEC)</p> <p>5. ให้ตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน</p> <p>6.กำหนดให้นักศึกษาค้นคว้าบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชาในบทที่1-13 แล้วทำการสรุปย่อ นำเสนอหน้าชั้นเรียนคนละ 1 เรื่องเรื่องละ 5 นาที ในทุกครั้งที่มีการเรียนการสอนครั้งละประมาณ 3 คน</p>	<p>6. ฐานข้อมูลออนไลน์ที่ระบุไว้ในเอกสารประกอบการสอน</p>

ตารางที่ 4.2 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 2 แนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่.จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
<p>ความหมายและแนวคิดทางการตลาด</p>	<p>1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับแนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่</p>	<p>1. VDO you-tube เรื่อง.Marketing Strategy with Philip Kotler at the London Business Forum</p>
<p>การจัดการตลาดกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด</p>	<p>2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2</p>	<p>2.</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

.....อี.....าล้อมและ ตาราง 4.2 (ต่อ) T	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	3. กรณีศึกษาที่2 เกี่ยวกับ ส่วนประสม ทางการตลาด 4P VS 4C
ปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจระบบ แข่งขัน	3.ให้นักศึกษาอ่านกรณีศึกษาที่2 เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด 4P VS 4C แล้วตอบคำถาม	4. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอ
ส่วนประสมการตลาด	4.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่าน กรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่ สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับ แนวความคิดทางการจัดการตลาด และส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่	เรื่องที่ 1 ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้น ตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาใน องค์การเภสัชกรรม
	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวน ท้ายบทจากเอกสารประกอบการ สอน	เรื่องที่ 2 การตลาดและการสร้างชื่อ ได้เปรียบทางด้านตราแข่งขันของ ผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา
		เรื่องที่ 3 การสื่อสารทางการตลาดที่มี ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐาน สากลของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด

ตารางที่ 4.3 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 3 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)
จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายของผลิตภัณฑ์	1.การให้นักศึกษาดูVDO you- tube แล้วตอบคำถามความรู้ เกี่ยวกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	1. VDO you-tube เรื่องการเพิ่ม ประสิทธิภาพผลผลิตสินค้าOTOP จังหวัดชุมพร ด้านการเขียนแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และอายุน้อยร้อยล้าน ตอน น้ำปลาตรา Megachef
แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์		
คุณสมบัติผลิตภัณฑ์		
ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์		
ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์		
การแบ่งชนิดของผลและประโยชน์ทาง ด้านผลิตภัณฑ์	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ผลิตภัณฑ์และลักษณะการใช้งาน ของผลิตภัณฑ์	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่าน กรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่ สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ สาย ผลิตภัณฑ์ และรายการสินค้า	4. ให้นักศึกษาออกมาเทียบบรรจุ	เรื่องที่ 1 องค์ประกอบการรณรงค์ การตลาดเชิงการกุศลที่มีผลต่อความ ตั้งใจสนับสนุนของผู้บริโภคไทย
กลยุทธ์ของสายผลิตภัณฑ์		
การขยายสายผลิตภัณฑ์		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวัดผลสัมฤทธิ์ของ ตาราง 4.3 (ต่อ) เติบโต	ภักดิ์สินค้าที่นำมาเป็นตัวอย่งคน ละ1ชิ้นและให้พิจารณาว่าที่บรรจุ	เรื่องที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อ ปริมาณการส่งออกคู่แข่งของไทยไป
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในชั้นเติบโต เต็มที่	ภักดิ์ประกอบด้วยอะไรบ้าง 5. การให้นักศึกษาอ่านบทความ วิชาการเรื่อง แมทริกซ์บีซีจีจาก วารสารMBA	เรื่องที่ 3 การบริหารจัดการกลยุทธ์เพื่อ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
กลยุทธ์การตลาดในชั้นเติบโต เต็มที่	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวน ท้ายบทจากเอกสารประกอบการ สอน	4. ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จำนวน 31 ชิ้น ที่ ทำจากแก้ว กระดาษ พลาสติก และ อื่นๆ 5.บทความวิชาการเรื่อง แมทริกซ์บีซีจี จากวารสารMBA 6.คำถามทบทวนท้ายบท 7. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด 8. google search engine

ตารางที่ 4.4 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 4 กลยุทธ์ราคา(Pricing Strategies)
จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายของราคา ขั้นตอนในการกำหนดราคา	1.การให้นักศึกษาดูVDO you- tube แล้วตอบคำถามความรู้ เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา(Pricing Strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่าน กรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่ สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวน ท้ายบทจากเอกสารประกอบการ สอน	1. VDO you-tube เรื่อง -กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และ9 Pricing Rules for Entrepreneurs 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า นำมาเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร เรื่องที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เรื่องที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ รถยนต์สปอร์ตเอกชนประสงค์ (เอส ยู วี) 4.คำถามทบทวนท้ายบท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด
--	--	--

ตารางที่ 4.5 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 5 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies) การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การโฆษณา	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies)การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง....
การประชาสัมพันธ์		-Public Relations Strategy in Our World Today!
การส่งเสริมการขาย		-Case Study- Toyota Crisis 2010
		2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
		3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
		เรื่องที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์
		เรื่องที่ 2 การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากของธนาคารพาณิชย์และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐในเขตอำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร
		เรื่องที่ 3 การประยุกต์แบบจำลองโซอุปทานเพื่อการประเมินสมรรถนะของโซอุปทานในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 6 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายของช่องทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง... -The Marketing Mix Place/Distribution Strategy -Marketing Mix: Place Strategies 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและ ด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เรื่องที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกความงามในเขต กรุงเทพมหานคร 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด
ความสำคัญของการใช้คนกลางทางการตลาด		
ระดับช่องทางการตลาด		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 7 กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packing strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การบรรจุภัณฑ์	<p>1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packing strategies)</p> <p>2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2</p> <p>3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ 1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน</p> <p>4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน</p> <p>5.การนำนักศึกษาและคณาจารย์สาขาบริหารธุรกิจออกไปให้บริการทางวิชาการแก่สังคมด้านการให้คำปรึกษาการบรรจุภัณฑ์ การจัดทำโลโก้สินค้าและอื่นๆ ที่กลุ่มแก้วสมุนไพร ตำบลชุมโค อำเภอปะทิว พร้อมพัฒนาการอำเภอปะทิว นอกเวลาเรียน ในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2557</p> <p><u>สื่อการสอน</u></p>	<p>1. VDO you-tube เรื่อง -Package design - ตอนที่ 1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น</p> <p>-น้อกออกแบบบรรจุภัณฑ์แถวหน้าของ ไทย1</p> <p>- SCG 100th EXPO: บรรจุภัณฑ์เพื่ออนาคต</p> <p>2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2</p> <p>3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint</p> <p>เรื่องที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายหลังวิกฤติอุทกภัยปี 2554</p> <p>เรื่องที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทมราเวล เอเจนซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล</p> <p>เรื่องที่ 3 การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อมือถือหน้าจอสัมผัสและการแบ่งส่วนตลาดตามการรับรู้</p> <p>4.คำถามทบทวนท้ายบท</p> <p>5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด</p> <p>6.กลุ่มแก้วสมุนไพร ตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร</p>
กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์		
กลยุทธ์การทำโลโก้		
กลยุทธ์การทำฉลาก		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 8 กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ 1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง -What is Positioning or Brand Positioning? (Part 1)- Online Marketing Mastermind (Series 4) -What is Positioning?(Part 2): How To Get Into Consumer's Mind By Being First?
ขั้นตอนในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์		2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์		3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
หลักของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์		เรื่องที่ 1 การส่งออกของประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
สู่ทางในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์		เรื่องที่ 2 คุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสาขาม่านเมฆ เรื่องที่ 3 กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจเบเกอรี่ 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

ตารางที่ 4.9 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 9 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication : IMC strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การสื่อสารทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication :	1. VDO you-tube เรื่อง -Integrated Marketing Communications -What is Integrated Marketing? -Nike 'She Runs' Case Study - MFA Awards 2012 (Best Integrated Media Campaign)
กระบวนการการสื่อสาร		
องค์ประกอบของการสื่อสาร		
ส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด		
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของกาสื่อสาร		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.9 (ต่อ)

ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมการติดต่อสื่อสาร	<p>IMC strategies)</p> <p>2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2</p> <p>3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ 1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน</p>	<p>2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2</p> <p>3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint</p> <p>เรื่องที่ 1 องค์ประกอบของธุรกิจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดใจซื้อของผู้บริโภค ในจังหวัดชุมพร</p> <p>เรื่องที่ 2 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท feacbook ในด้านปัจจัยทางการตลาด ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี</p> <p>เรื่องที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร</p> <p>4.คำถามทบทวนท้ายบท</p> <p>5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด</p>
--	---	--

ตารางที่ 4.10 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 10 กลยุทธ์การตลาดโลก (Global marketing strategies)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวเรื่อง/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วอภิปรายความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดโลก	1. VDO you-tube เรื่อง -McDonalds Global and Local Strategy.flv
การตัดสินใจเกี่ยวกับโปรแกรมทางการตลาด	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	-Blue Ocean Strategy and the World
กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของผู้นำ ผู้ชิง ผู้ตามและธุรกิจรายย่อย	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ 1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
แรงกดดันทางการแข่งขัน	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการ	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
ตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ		เรื่องที่ 1 ปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการผลิตกุ้งขาว (Litopenaeus vanamei) เกษตรกรใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.10 (ต่อ)

	สอน	อำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา เรื่องที่ 2 ความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทยและความสามารถของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เรื่องที่ 3 การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อ พัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมยนต์ในเขต เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด
--	-----	---

ตารางที่ 4.11 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่11 การตลาดและสังคม : ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมทางการตลาด (Marketing and Society: Social Responsibility and Marketing Ethics)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การตลาดเพื่อสังคม	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-	1. VDO you-tube เรื่อง....
วิชาชีพด้านการตลาด	tube แล้วอภิปรายความรู้เกี่ยวกับ	-Business Ethics Corporate Social
จริยธรรมด้านการตลาด	การตลาดและสังคม : ความ	Responsibility
ความรับผิดชอบต่อสังคม	รับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรม	-CSR: Apple vs Microsoft
	ทางการตลาด (Marketing and	- Green Marketing
	Society: Social Responsibility	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่
	and Marketing Ethics)	2
	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า
	ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่	มานำเสนอด้วยบทความและด้วย
	2	PowerPoint
	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่าน	เรื่องที่ 1 ตัวแบบความสัมพันธ์ของกล
	กรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่	ยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรม
	สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา	ทางการตลาดและความตระหนักถึงการ
	แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป	เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการ
	นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	ตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการ
	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวน	ดำเนินงานการตลาดในโรงแรมระดับสี่
	ท้ายบทจากเอกสารประกอบการ	และห้าดาวในประเทศไทย
	สอน	เรื่องที่ 2 ตัวแบบความสัมพันธ์ของกล
		ยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรม
		ทางการตลาดและความตระหนักถึงการ
		เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการ ตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		ดำเนินงานการตลาดในโรงแรมระดับสี่ และห้าดาวในประเทศไทย 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด
--	--	--

ตารางที่ 4.12 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 12 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ระบบสารสนเทศทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง...อายุน้อย 100 ล้าน และ เสื้อผ้าออนไลน์ การตลาดเสมือน (virtual marketing) 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 12 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาแปรรูปจากสมุนไพร เรื่องที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุทางการศึกษาในร้านศึกษาภัณฑ์พาณิชย์ สาขาราชดำเนิน 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด
องค์ประกอบของสารสนเทศทางการตลาด		
การวิจัยการตลาด		
การพยากรณ์อุปสงค์ในอนาคต		
การพยากรณ์การขาย		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 13/1 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
<p>ความหมายและแนวคิดทางการตลาด</p> <p>ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด</p> <p>1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร</p> <p>2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค</p> <p>3. การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)</p> <p>4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)</p> <p>5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting)</p> <p>6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน</p> <p>7.การควบคุม (Control)</p>	<p>1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube/ภาพเกี่ยวกับขั้นตอนและแนวทางการวางแผนทางการตลาด แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการตลาด</p> <p>2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 13</p> <p>3.มอบหมายงานให้นักศึกษาแบ่งออกเป็น5 กลุ่ม เลือกทำแผนการตลาด กลุ่มละ 1 แผน และ จัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยทำการประกวดแผนการตลาด“The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อคณะกรรมการจำนวน 10 คน พร้อม จัด บูท เพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียน เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชมสินค้าของกลุ่ม</p> <p>4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน</p>	<p>1. VDO you-tube/ภาพ เรื่อง ขั้นตอนและแนวทางการวางแผนทางการตลาด</p> <p>Marketing Plan: How to Get Started</p> <p>2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่13</p> <p>3. ข้อมูลของบริษัท 5 กลุ่มที่จะนำไปเขียนแผนการตลาด</p> <p>3.1 หจก.ทักษิณมารีน</p> <p>3.2 บริษัทดิอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด</p> <p>3.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์</p> <p>3.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์ชุมพร</p> <p>3.5 ร้านแห่งปลาหมึกแห้ง</p> <p>4.คำถามทบทวนท้ายบท</p> <p>5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่ 13/2 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
<p>ความหมายและแนวคิดทางการตลาด</p> <p>ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด</p> <p>1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร</p> <p>2. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค</p> <p>3. การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)</p> <p>4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)</p> <p>5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting)</p> <p>6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน</p> <p>7.การควบคุม (Control)</p>	<p>1.ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม5 กลุ่ม จัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยการประกวดการนำเสนอแผนการตลาด“The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อ คณะกรรมการจำนวน 6 คน พร้อมจัดบูทเพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียนเพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชมสินค้าของกลุ่ม</p> <p>2. การบรรยายสรุป ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 1-13</p>	<p>1.แผนการตลาดของกลุ่ม 5 กลุ่ม</p> <p>1.1 หจก.ทักษิณมารีน</p> <p>1.2 บริษัทอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด</p> <p>1.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์</p> <p>1.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์ ชุมพร</p> <p>1.5 ร้านเน่งปลาหมึกแห้ง</p> <p>2. บูทแสดงผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ผู้นำเสนอแผนการตลาด 5 บูท</p> <p>2. แบบประเมินการนำเสนอแผนการตลาด</p> <p>3. คณะกรรมการประเมินแผนการตลาดจำนวน 6 ท่าน ที่มาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รศ.ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ และคณาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ สจล. วิทยาเขตชุมพร</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 รูปแบบการจัดการเรียนการสอนเนื้อหาบทที่13/3 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายและแนวคิดทางการตลาด ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด 1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร 2. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 3. การวางแผนเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives) 4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) 5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting) 6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน 7.การควบคุม (Control)	1. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม5 กลุ่มจัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยการประกวดการนำเสนอแผนการตลาด “The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อคณะกรรมการจำนวน 6 คน พร้อม จัด บูทเพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียนเพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชมสินค้าของกลุ่ม 2. การบรรยายสรุป ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 1-13 3.การประเมินการสอนของนักศึกษาที่มีต่ออาจารย์ผู้สอนประจำวิชาการจัดการตลาด	1.แผนการตลาดของกลุ่ม 5 กลุ่ม 1.1 หจก.ทักษิณมารีน 1.2 บริษัทดิอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด 1.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์ 1.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์ชุมพร 1.5 ร้านแห่งปลาหมึกแห้ง 2. บูทแสดงผลภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ผู้นำเสนอแผนการตลาด 5 บูท 2. แบบประเมินการนำเสนอแผนการตลาด 3. คณะกรรมการประเมินแผนการตลาดจำนวน 10 ท่าน ที่มาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และคณาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ สจล. วิทยาเขตชุมพร 4.แบบประเมินการสอนวิชาการจัดการตลาด ออนไลน์

ตอนที่ 2

2.1 ผลการทดลองใช้/ผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญ

จากการนิเทศการสอน ผู้รับนิเทศ อาจารย์ ดร.สุดาพร สวม่วง วิชา การจัดการตลาด รหัสวิชา 11607101 ชั้นปี ที่1 หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินได้แก่ รองศาสตราจารย์ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ได้ผลการทดลองใช้ / ผลการประเมินดังแสดงในตาราง ที่ 4.16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ผลการนิเทศครูผู้สอนโดยผู้เชี่ยวชาญ

ที่	รายการนิเทศ	การปฏิบัติ		ผลการปฏิบัติ				หมายเหตุ
		มี	ไม่มี	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
1	แผนการจัดการเรียนรู้							
	1.1 มีแผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน	/	/					
	1.2 การกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ตามตัวชี้วัดตามหลักสูตร / ผลการเรียนรู้	/	/					
	1.3 กำหนดความรู้ที่คงทน/ผลของการจัดการเรียนการสอน	/	/					
	1.4 การดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับหลักสูตร และธรรมชาติของวิชา	/	/					
	1.5 การกำหนดสื่อประกอบการสอนและแหล่งเรียนรู้	/	/					
	1.6 กำหนดวิธีการวัดประเมินผล	/	/					
2	ลำดับขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน	/	/					
3	การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ /นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน	/	/					
4	กิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียนตามจุดเน้นของกระทรวง	/	/					
5	การใช้สื่อ ประกอบการเรียนการสอน	/	/					
6	การกำหนดเวลาในการทำกิจกรรมการเรียนรู้	/	/					
7	มีการวัดผลก่อนเรียน และหลังเรียนในแต่ละบทเรียน	/	/					
8	การวัดและประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลายและสอดคล้องกับหลักสูตร และประเมินความรู้ความสามารถของผู้เรียน	/	/					
9	มีการกำกับติดตาม นักเรียนที่มีปัญหาหรือไม่เข้าใจในบทเรียนของรายวิชาที่สอน ดำเนินการช่วยเหลือ/ แก้ไข	/	/					
10	การบันทึกหลังสอน และการนำผลการบันทึกหลังสอนมาแก้ไข / พัฒนา	/	/					

ข้อเสนอแนะของผู้นิเทศ

1. พฤติกรรมครู : ความเอาใจใส่ผู้เรียนของผู้สอนดีมาก คำถามของผู้สอนไม่ได้เป็นปัญหา แต่กลับเป็นตัวชี้วัดนักศึกษา ใส่ใจ เอาใจใส่นักศึกษา และนักศึกษามี Interaction กับผู้สอนเพราะผู้สอนมีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษามีส่วนร่วม

2. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน : เหมาะสมดีแล้ว

3. พฤติกรรมนักเรียน : ความเอาใจใส่ต่อพฤติกรรมผู้เรียนของผู้สอนเหมาะสมดีแล้วแต่อาจเพิ่มเติม การค้นคว้า หรือการอภิปราย บทเรียนให้นักเรียนสามารถออกความคิดเห็นโดยฉันทันที

ลงชื่อ รศ.ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ผู้นิเทศ
วันที่ 14./พฤศจิกายน/2557

ลงชื่อ ดร.สุดาพร สาวม่วง ผู้รับการนิเทศ
วันที่14/พฤศจิกายน/2557

2.2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านของนักศึกษา

มาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สจล. ชุมพร วิชาการจัดการตลาด รหัส 11607101 ได้ออกแบบไว้ในเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจะประกอบด้วย 5 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านคุณธรรม จริยธรรม

ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

ตัวชี้วัด มีวินัยตรงต่อเวลารับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอน
- (2) สอดแทรกกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน
- (2) การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (3) การทำงานร่วมกันของนักศึกษา การแต่งกาย ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- (4) การให้เกียรติในการอ้างอิงผลงานในการทำวิจัย

ด้านที่ 2. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านความรู้

ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ตัวชี้วัด มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ปรึกษา

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์จริง มีการฝึกฝนและทำวิจัย ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ นอกจากนี้ให้มีการศึกษาดูงาน หรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่างๆ คือ

- (1) การทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน (ปลายภาคเรียน)
- (2) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำและจากโจทย์การบ้าน
- (3) ประเมินจากโครงการวิจัยที่นำเสนอ

ด้านที่ 3. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะทางปัญญา

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ตัวชี้วัด สามารถสืบค้นตีความและประเมินปัญหาทางธุรกิจเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่าง

สร้างสรรค์

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) กำหนดกรณีศึกษาให้นักศึกษาจัดทำในรายบุคคลหรือรายงานกลุ่ม
- (2) การมอบหมายงานในลักษณะให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาโดยใช้โจทย์จากสถานประกอบการจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) การออกข้อสอบที่ให้นักศึกษาแก้ปัญหา อธิบายแนวความคิดการแก้ปัญหาและแนวทางการประยุกต์ความรู้ที่เรียนมา

(4) มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง แล้วนำมาวิพากษ์ร่วมกับอาจารย์ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน เป็นต้น

ด้านที่ 4. การพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ ตัวชี้วัด มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และงานที่ได้รับมอบหมาย

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น งานนำเสนอ หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์โดยมีความคาดหวังในผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคลและความสามารถในการรับผิดชอบ

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นในชั้นเรียนและสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงจากการประเมินด้วยตนเองของนักศึกษา

ด้านที่ 5. ทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาต้องมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นต่ำ ดังนี้ ตัวชี้วัด มีวิจาร์ณญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูลแปล

ความหมายและสื่อสารข้อมูล

กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

(1) กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะในการวิเคราะห์สามารถทำได้ ในระหว่างการสอน โดยให้นักศึกษาแก้ปัญหา วิเคราะห์ประสิทธิภาพของวิธีแก้ปัญหา และให้นำเสนอแนวคิดของการแก้ปัญหาโดยวิเคราะห์ทางเลือกในการตัดสินใจ

(2) การมอบหมายงาน โดยประยุกต์ใช้การบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศในการแก้ปัญหา

(3) การกำหนดให้นำเสนอผลงานของตนเองหรือผู้อื่น

(4) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชา โดยให้นักศึกษาได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม

กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) ประเมินจากเทคนิคการใช้เครื่องมือการคำนวณและเครื่องมือทางบริหารจัดการ
- (2) ประเมินจากเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ในการแก้ปัญหาโจทย์การคำนวณประเมินจากผลงานที่มอบหมาย

การวิจัยนี้ทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านตามแบบ มคอ.2 ก่อน-หลังการเรียน โดยในแต่ละด้านจะมีคะแนนเต็ม 5 คะแนนนักศึกษาแต่ละคนจะมีคะแนนเต็ม 25 คะแนน และเปอร์เซ็นต์ผลการพัฒนาแสดงดังตารางที่ 4.17 ที่ได้จากการประเมิน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 : ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้านตามแบบ มคอ.2 ก่อน - หลังการเรียนรู้

นักศึกษาคนที่	การเรียนรู้ก่อนเรียน						การเรียนรู้หลังเรียน						คะแนน ผลการ พัฒนา	% ผลการ พัฒนา
	1	2	3	4	5	รวม	1	2	3	4	5	รวม	คะแนน	
1	2	2	2	2	2	10	4	3	4	4	3	18	8	32
2	3	1	2	3	2	11	3	3	3	3	2	14	3	12
3	2	2	2	2	2	10	3	3	3	3	3	15	5	20
4	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5
5	2	2	3	4	2	13	4	4	4	4	4	20	7	28
6	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	3	18	3	4
7	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	5	12
8	2	2	2	3	3	12	3	4	4	4	4	19	7	28
9	2	2	2	2	3	11	3	4	4	4	4	19	8	32
10	1	3	3	3	3	13	1	4	4	3	3	15	2	2
11	4	2	2	3	2	13	4	3	3	4	3	17	4	16
12	3	1	1	4	3	12	3	4	4	4	3	18	6	24
13	3	2	2	3	2	12	3	3	3	4	4	14	2	20
14	3	2	3	3	3	14	4	3	3	4	4	18	4	16
15	3	2	2	3	3	13	3	3	3	3	3	15	2	8
16	2	1	2	2	3	10	3	4	3	3	4	17	7	28
17	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20	10	40
18	3	2	2	3	3	13	4	3	3	4	4	18	5	20
19	2	1	2	2	2	9	3	3	3	3	3	15	6	24
20	2	2	2	2	1	9	3	3	3	3	3	15	6	24
21	2	2	2	3	3	12	3	3	3	4	4	17	5	20
22	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20	10	40
23	1	1	1	1	1	5	4	4	4	4	4	20	15	1
24	1	1	1	2	2	7	4	3	3	3	4	17	10	40
25	4	3	3	4	3	13	4	3	3	4	3	17	4	2
26	3	2	3	3	2	13	4	3	4	4	3	17	4	20
27	2	1	2	2	3	10	3	3	3	3	3	15	5	20
28	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	16
29	4	3	3	4	2	16	4	3	4	4	3	18	2	8
30	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	3
31	3	2	2	2	2	11	4	3	3	4	4	18	7	28

จากตาราง 4.17 $\bar{X}_1=12$ $\bar{X}_2 = 18$

การวิจัยนี้ทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (Achievement) โดยแบบทดสอบ ก่อนเรียนและหลังเรียน (Pre -Test and Post- Test) กับนักศึกษา โดยการวัดผลก่อนเรียน (Pretest) มีคะแนนเต็ม 25 คะแนน และเปอร์เซ็นต์ผลการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 12 คะแนน และผลการทดสอบหลังเรียน (Post - Test) นักศึกษามีค่าเฉลี่ย (\bar{X}_2) = 18 คะแนน มีนักศึกษารวมจำนวน 31 คน ได้คะแนนวัดผลก่อนเรียนสูงหรือเท่ากับค่าเฉลี่ยและมีนักศึกษารวมจำนวน 17 คน ได้คะแนนวัดผลหลังเรียนสูงหรือเท่ากับค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (achievement) ก่อนและหลังการเรียน (Pre -Test and Post-Test) รายวิชาการจัดการตลาดของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตภาคการศึกษาที่ 1/2557

นักศึกษาคนที่	ผลก่อนเรียน คะแนนเต็ม 100คะแนน	ผลหลังเรียน คะแนนเต็ม 100คะแนน	ผลพัฒนาการเรียน 100%
1	50	86	36
2	45	82	37
3	57	92	35
4	50	78	28
5	27	66	39
6	50	90	40
7	37	76	39
8	55	94	39
9	40	80	40
10	59	70	11
11	45	82	37
12	30	90	60
13	45	78	33
14	52	90	38
15	37	82	45
16	45	58	13
17	25	88	63
18	46	80	34
19	36	94	58
20	40	90	50
21	41	45	4
22	57	68	11
23	45	68	23
24	43	94	51
25	47	70	23
26	47	50	3
27	47	98	51
28	39	82	43
29	27	90	63
30	39	94	55
31	47	88	41

$$\bar{X}_1 = 44, \bar{X}_2 = 80$$

จากตาราง 4.18 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษามีค่าเฉลี่ย (\bar{X}_1) เท่ากับ 44 คะแนน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}_2) เท่ากับ 80 คะแนน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนของครูผู้สอนจากแบบประเมินผู้สอนแบบออนไลน์ ตาราง 4.19 รายงานประเมินการสอนของอาจารย์ <http://www.pcc.kmitl.ac.th>

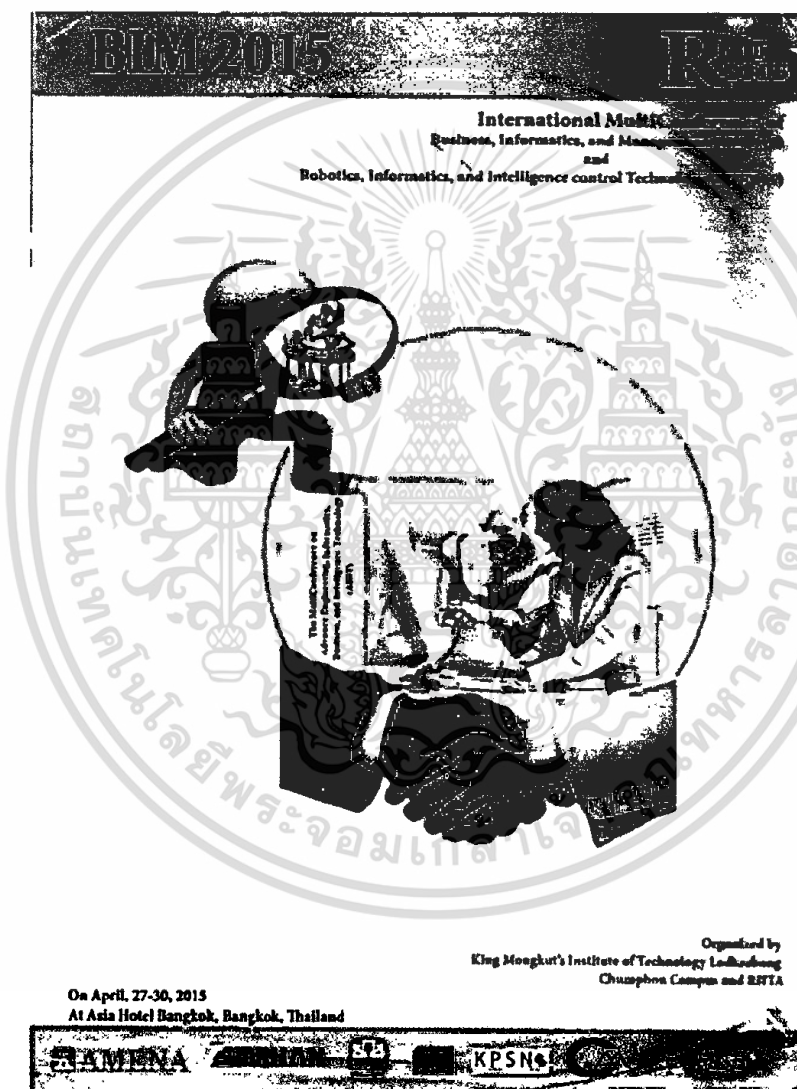
ตารางประเมินการสอนของอาจารย์ ประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557 คณะวิทยาลัยการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจ																		
ลำดับ ที่	ชื่ออาจารย์	รหัสวิชา	ชื่อวิชาที่สอน (กลุ่มวิชาพิเศษ)	กลุ่ม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	เฉลี่ย	ประเมิน	ลง ประเมิน	ชื่อ เสนอ แนะ
1	อ.สุภาพร สาวม่วง	11607101	MARKETING MANAGEMENT	1	4.4	4.7	4.7	3.8	3.8	3.3	3.8	3.9	4.2	4.3	4.08	24	51	ชื่อ เสนอ แนะ

หัวข้อการประเมินกลุ่มวิชาพิเศษ มีจำนวน 10 ข้อดังนี้

1. การแจ้งให้นักศึกษาทราบกฎเกณฑ์และวัตถุประสงค์ของรายวิชาอย่างชัดเจน
 2. ตรงต่อเวลาในการเข้าสอนตลอดช่วงระยะเวลาในการเรียน
 3. เข้าสอนครบตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ในแผนการเรียนการสอน
 4. ผู้สอนมีทักษะหรือเทคนิคในการสอน ให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหา
 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามใน - นอกเวลาเรียน
 6. มีการสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม หรือจรรยาบรรณทางวิชาชีพให้กับผู้เรียน
 7. มอบหมายงานในปริมาณที่เหมาะสมและตรงงาน ชี้แจงข้อบกพร่องให้นักศึกษาทราบ
 8. มีกิจกรรมหรือมอบหมายงานที่เปิดโอกาสให้นักศึกษา คิดวิเคราะห์แก้ปัญหาและสร้างสรรค์
 9. ใช้สื่อในการสอนเหมาะสมกับรายวิชาที่สอน
 10. นักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการเรียนวิชานี้
- จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการประเมินเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (อยู่ในระดับดีมาก)

ตอนที่ 3

การเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ได้สร้างขึ้น กระทำโดยการนำเสนอต่อที่ประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ สารสนเทศ และการจัดการ (Business Informatics and Management: BIM2015) ระหว่างวันที่ 27-30 เมษายน 2558 ณ โรงแรมเอเชีย ถนนพญาไท กรุงเทพมหานคร จัดโดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร และตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย EAU HERITAGE ฉบับมนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์ที่มีรายชื่ออยู่ในฐาน TCI ฉบับเดือน กันยายน – ธันวาคม 2558 ดังแสดงในภาพที่ 3.1-3.3



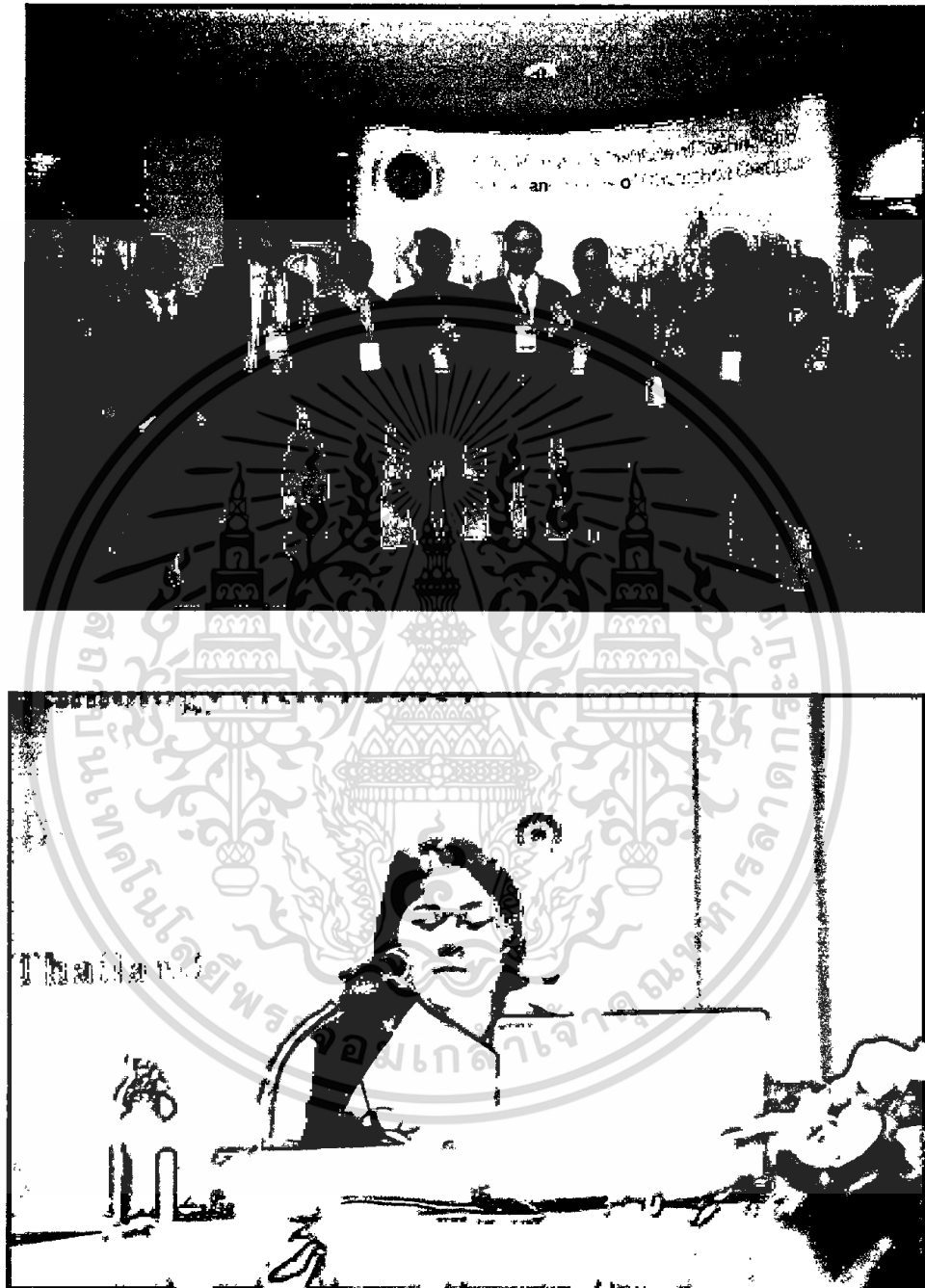
ภาพที่ 3.1 Proceeding BIM 2015

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

BIM 012	Trends to business established Securities companies in the PDR. Laos	134
BIM 013	Trends to coconut oil business in the PDR. Laos	147
BIM 014	INTEGRATED MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATION	159
BIM 015	A Proposal for Integrated BPM and SOA in an Open Source MDA Environment	175
BIM 016	The proposed study to the disbursement of money online	190
BIM 017	The Development of Information Management System for the Site Construction	203
BIM 018	Plan to prevent a repeat occurrence of high speed internet service	220
BIM 019	Operations of the bank loan products that affect their ability to compete for entry into the European Economic Community to enhance agricultural production value chain in the production of fruit in Chanthaburi Province	236
BIM 020	PATTERNS OF PRIVATE TRANSFERS IN THE PHILIPPINES: WHO GIVES AND RECEIVES MORE?	248
BIM 021	Classifying the Actives Ingredients Effects in the Facial Care Products Using Artificial Neural Networks	267
BIM 022	The Confirmatory Factor that affect effectiveness in the Catholic school	276
BIM 023	The Efficiency Model in the Business Management of the Kanchanaburi OTOP Products	295
BIM 025	The Model of learning affecting on the learning achievement of the five standard criteria of Master of Business Administration's Students, King Mongkut's Institute of Technology Lad Krabang, Prince of Chumphon Campus	316

ภาพที่ 3.2 สารบัญ code BIM 25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.3 ภาพนำเสนอผลงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรที่ศึกษาได้แก่นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร จำนวน 31 คน ที่เรียนรายวิชาด้านบริหารธุรกิจในชั้นปีที่1 ปีการศึกษา 2557 ขั้นตอนที่1ของการวิจัย เริ่มจากมีการฝึกรอบมความรู้เรื่องรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้แก่ครูผู้สอน โดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีผู้เชี่ยวชาญ 1 ครั้ง โดยรองศาสตราจารย์พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ (การอบรมเกิดขึ้นใน เดือน เมษายน 2557) ขั้นตอนที่2 ทดสอบ (Pre-test) การเรียนรู้ของนักศึกษา ขั้นตอนที่3 ให้ครูผู้สอนทำการทดลองสอนตามรูปแบบการเรียนการสอนที่ได้ออกแบบไว้ ครั้งนี้เลือกรูปแบบการเรียนการสอนแบบบูรณาการในวิชาการจัดการตลาดจำนวน 15 บท ขั้นตอนที่4 การติดตามผลการสอนโดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นการนิเทศการสอน 1 ครั้ง ขั้นตอนที่ 5 ทำการประเมินผลการสอน (Post-test) ทำการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาว่ามีพัฒนาการผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 5 ด้าน เพิ่มขึ้น เป็นอย่างไร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 6 ชนิด ประกอบด้วย แผนการสอน แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบบันทึกการสอน แบบประเมินจากกรณีการนิเทศการสอนของผู้ทรงคุณวุฒิ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านของนักศึกษา ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร เป็นรูปแบบที่ใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการหลายวิธีเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย 1) วิธีสอนแบบบรรยาย 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด และ5) PowerPoint และ อื่นๆ

2. ผลการทดลองใช้ รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ในวิชาการจัดการการตลาด (รหัส 11607101) กับ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร พบว่า มีผลผลการทดลองใช้และผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญจากการนิเทศการสอน อยู่ในระดับดีมาก พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้านของนักศึกษาอยู่ในระดับดี และ พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อครูผู้สอนในระดับดีมาก ดังรายละเอียดผลสรุปตามข้อ 2.1-2.3 ดังนี้

- 2.1 ผลการทดลองใช้และผลการประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้ โดยผู้เชี่ยวชาญจากการนิเทศการสอน ผู้รับการนิเทศ อาจารย์ ดร.สุดาพร สาวม่วง และคณะ วิชา การจัดการตลาด รหัสวิชา 11607101 ชั้นปี ที่1 หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดย รองศาสตราจารย์ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ ได้ผลในระดับดีมาก ทั้ง 10 ด้าน ดังนี้

- 1) แผนการจัดการเรียนรู้
- 2) มีแผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน
- 3) มีลำดับขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน
- 4) การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ /นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน
- 5) กิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียนตามจุดเน้นของสกอ.
- 6) การใช้สื่อ ประกอบการเรียนการสอน
- 7) การกำหนดเวลาในการทำกิจกรรมการเรียนรู้
- 8) มีการวัดผลก่อนเรียน และหลังเรียนในแต่ละบทเรียน
- 9) การวัดและประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลายและสอดคล้องกับหลักสูตร และประเมินความรู้ความสามารถของผู้เรียน มีการกำกับติดตาม นักเรียนที่มีปัญหาหรือไม่เข้าใจในบทเรียน ของรายวิชาที่สอน ดำเนินการช่วยเหลือแก้ไข /
- 10) การบันทึกหลังสอน และการนำผลการบันทึกหลังสอนมาแก้ไข พัฒนา /โดยอาจารย์ผู้นิเทศมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมไว้ดังนี้
- 11) พฤติกรรมครู : ความเอาใจใส่ผู้เรียนของผู้สอนดีมาก คำถามของผู้สอนไม่ได้เป็นปัญหา แต่กลับเป็นตัวชี้วัดนักศึกษา ใส่ใจ เอาใจใส่นักศึกษา และนักศึกษามี Interaction กับผู้สอนเพราะผู้สอนมีความสามารถในการกระตุ้นให้นักศึกษามีส่วนร่วม
- 12) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน : เหมาะสมดีแล้ว
- 13) พฤติกรรมนักเรียน : ความเอาใจใส่ต่อพฤติกรรมผู้เรียนของผู้สอนเหมาะสมดีแล้วแต่อาจเพิ่มเติม การค้นคว้า หรือการอภิปราย บทเรียนให้นักเรียนสามารถออกความคิดเห็นโดยถ้วนหน้า

2.3 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้าน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้าด้าน จากหลักสูตรสูรสุรายวิชา (Curriculum Mapping) ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ (2557) สจล. ชุมพร วิชาการจัดการตลาด รหัส 11607101 ที่ได้ออกแบบไว้ในเรื่อง การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจะประกอบด้วย 5 ด้าน พบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อน-หลังการเรียนที่ดีขึ้นทั้ง 5 ด้าน

ด้านที่1. ผลการพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านคุณธรรม จริยธรรม ตัวชี้วัด มีวินัยตรงต่อเวลา รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

ด้านที่2. ผลการพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านความรู้ ตัวชี้วัด มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ปรึกษา

ด้านที่3. ผลการพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด สามารถสืบค้นตีความ และประเมินปัญหาทางธุรกิจเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์

ด้านที่4. ผลการพัฒนาผลการเรียนรู้ในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ตัวชี้วัด มีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ และงานที่ได้รับมอบหมาย

ด้านที่ 5. ผลทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตัวชี้วัด มีวิจารณ์ญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูลแปลความหมายและสื่อสารข้อมูล

2.4 ผลการประเมินความพึงพอใจครูผู้สอนที่สอนตามรูปแบบการจัดการเรียนการสอนโดยนักศึกษา จำนวน 31 คน ทั้ง 10 ข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีมาก จำนวน 9 ข้อ อยู่ในระดับ ดี จำนวน 1 ข้อ ดังนี้

1. มีการแจ้งให้นักศึกษาทราบกฎเกณฑ์และวัตถุประสงค์ของรายวิชาอย่างชัดเจน
 2. ตรงต่อเวลาในการเข้าสอนตลอดช่วงระยะเวลาในการเรียน
 3. เข้าสอนครบตามเนื้อหาที่กำหนดไว้ในแผนการเรียนการสอน
 4. ผู้สอนมีทักษะหรือเทคนิคในการสอน ให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหา
 5. เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามใน – นอกเวลาเรียน
 6. มีการสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม หรือจรรยาบรรณทางวิชาชีพให้กับผู้เรียน
 7. มอบหมายงานในปริมาณที่เหมาะสมและตรวจงาน ชี้แจงข้อบกพร่องให้นักศึกษาทราบ
 8. มีกิจกรรมหรือมอบหมายงานที่เปิดโอกาสให้นักศึกษา คิดวิเคราะห์แก้ปัญหาและสร้างสรรค์
 9. ใช้สื่อในการสอนเหมาะสมกับรายวิชาที่สอน
 10. นักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากการเรียนวิชานี้
3. ผลการเผยแพร่รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ได้สร้างขึ้น
ได้มีการเผยแพร่ ผลการวิจัยจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

3.1 นำเสนอในรูปแบบปกเปล้า และ ตีพิมพ์บทความวิจัยลงในเอกสารการประชุมเชิงวิชาการ (Proceeding) ระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ สารสนเทศ และการจัดการ (Business Informatics and Management: BIM2015) ระหว่างวันที่ 27-30 เมษายน 2558 ณ โรงแรมเอเชีย ถนนพญาไท กรุงเทพมหานคร จัดโดย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร และสมาคม RITTA

3.2 นำเสนอในรูปแบบการตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิชาการฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (EAU HERITAGE) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 เดือน ก.ย.-ธ.ค. 2558 ที่เป็นวารสารที่มีรายชื่ออยู่ในฐาน TCI

การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีข้อการอภิปรายผลดังนี้

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ห้า ด้าน ของนักศึกษา ในวิชาการจัดการการตลาด รหัส 11607101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงบริหารธุรกิจ ชั้นปีที่1 ภาคการศึกษาที่1 ปีการศึกษา2557 ของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร เป็นรูปแบบที่ใช้วิธีการสอนแบบบูรณาการหลายวิธีเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย 1) วิธีสอนแบบบรรยาย (Lecture) 2) วิธีสอนแบบใช้กรณีตัวอย่าง (Case study) 3) แบบใช้สื่อ VDO Utube 4) การประกวด (Contest) และ 5) PowerPoint และ อื่นๆ ซึ่งการจัดรูปแบบการสอนที่หลากหลายเพื่อใช้สอนในแต่ละบทของเนื้อหา เช่น การจัดการประกวด (Contest) โดยการใช้เนื้อหาในบางบทเรียนเช่น การจัดทำแผนการตลาด (Marketing Plan) ที่ผู้สอนได้ออกแบบให้นักศึกษาได้จัด Event marketing ทำให้ ผู้เรียนเกิดความตื่นตัว เกิดความไม่เบื่อหน่ายในการเรียน การเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทรรษา นิลวิเชียร (2551) และ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2553) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียน

เป็นสำคัญเป็นแนวทางการจัดการศึกษา ที่สอดคล้องกับนโยบายยกระดับคุณภาพการศึกษาตามกรอบแผน อุดมศึกษา ระยะยาว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2565) ซึ่งมุ่งสู่เป้าหมายที่จะผลิต และพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพสามารถปรับตัวสำหรับงานที่เกิดขึ้นตลอดชีวิต พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพอุดมศึกษาในการสร้าง ความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศภายใต้ภาวะโลกาภิวัตน์ แต่ การจัดการ เรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญย่อมไม่สามารถดำเนินไปภายใต้กระบวนทัศน์ และ ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้เรียนผู้สอนในรูปแบบที่อิงอยู่กับการบรรยายในชั้นเรียนเพียงอย่างเดียวสถาบันการศึกษา จำเป็นต้องสรรหาวิธีการจัดการเรียนการสอนใหม่ๆ เพื่อช่วยให้ ผู้เรียนพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ และคิดวิเคราะห์อย่างมีบูรณาการ มีวุฒิภาวะ และความรู้เหมาะกับการดำเนินชีวิตตามศักยภาพของตน (มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (2553) และจรัพร ศรีธธา 2556)

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

1. ในครั้งนี้มีการวิจัยเฉพาะวิชาการจัดการตลาด ในระดับมหาดบัณฑิต ซึ่งโดยทั่วไป มีการวิจัยกัน น้อยมาก หรือ แทบ ไม่พบ เลย ส่วนใหญ่ จะเป็นการวิจัยในชั้นเรียน ระดับประถมศึกษา และ มัธยมศึกษา เท่านั้น ดังนั้น ข้อเสนอแนะที่สำคัญจัดการเรียนการสอนในหลากหลายสาขาวิชา หลากหลายของหลักสูตร ในระดับอุดมศึกษา ซึ่งมีความแตกต่างในด้านธรรมชาติของรายวิชา ดังนั้น จึงควรมีการวิจัยในชั้นเรียน ใน รายวิชาอื่นๆ และ ควรมีการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานกระบวนกรจัดการเรียน การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จะเป็นแนวทางการสร้างความเข้าใจในแนวทางเดียวกันและเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ถือเป็น เครื่องมือในการนำนักศึกษาไปสู่การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยควรเล็งเห็นความสำคัญใน การพัฒนาศักยภาพของนักศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดของ มหาวิทยาลัย หรือ ตามหลักการประกัน คุณภาพการศึกษา ควรแต่งตั้งตัวแทนจากทุกหลักสูตรเข้าร่วมเป็นกรรมการดำเนินการพัฒนาและเพิ่ม ประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอน เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการจัดการเรียนการสอนใน ระดับอุดมศึกษา ของมหาวิทยาลัยและกำหนดแนวปฏิบัติต่อไป

2. ในกาสอนนั้นไม่สามารถสรุปได้ว่าวิธีการสอนวิธีใดวิธีหนึ่งจะใช้ได้ผลในการถ่ายทอด ความรู้ จด คติ และทักษะได้ดีที่สุด การเลือกวิธีสอนนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบหลายประการด้วยกัน เช่น เนื้อหา วิธีที่สอน วัตถุประสงค์ของบทเรียน ธรรมชาติของผู้เรียน และเวลาที่ใช้ในการสอน จากเหตุผลดังกล่าว ข้างต้นจึงเห็นว่าการสอนบทเรียนพึงควรประกอบด้วยวิธีสอนหลายๆ แบบ ส่วนจะใช้แบบหรือวิธีใด นั้นย่อมขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้สอน เช่น อาจจะเริ่มจากการอภิปราย บรรยาย ฝึกปฏิบัติหรือเริ่มจากการ บรรยายฝึกปฏิบัติและอภิปรายก็ได้เหตุผลของการผสมผสานการสอนแบบต่างๆ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาการจัดการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบหรือ เทคนิคการเรียนรู้แบบอื่นๆ เปรียบเทียบกัน ในเนื้อหาวิชาเดียวกันและกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน เพื่อจะได้แนวทางในการปรับปรุงพัฒนา จัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ

2. ควรมีการศึกษาการจัดการเรียนการสอนโดยใช้รูปแบบหรือเทคนิคการเรียนรู้แบบอื่นๆ ในการ เรียนการอนเนื้อหาวิชาอื่นๆ

3. ควรมีการนำเสนอสื่อการสอนอย่างอื่นๆ เช่น เกมสำหรับบริหารจัดการทางการตลาดเพื่อกระตุ้น ความสนใจให้กับนักศึกษา

บรรณานุกรม

- จิรพร ศรีทอง (2556). “การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ MGT 1001 เรื่อง การบริหารธุรกิจทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง”. รายงานวิจัยในชั้นเรียน. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2558 จาก <http://www3.ru.ac.th/km-research/kmdata/2556>
- ณัฐชลลีย์ ตระกรวิฑูรศักดิ์ (2556). “การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการบัญชีกลาง๑ (ACC) ๒๒๐๑”. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2558 จาก <http://www3.ru.ac.th/km-research/index.php/viewindex/43>
- นันทสารี สุขโต และคณะ หลักการตลาด (แปลจาก Marketing an Introduction ของ Armstrong and Kotler). (2009). สำนักพิมพ์ เพียร์สันเอ็ดดูเคชัน อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ
- นิเวศน์ ธรรมะ และคณะ. (2009). การจัดการตลาด (แปลจาก Marketing: The Core ของ Roger A.Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius. สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล กรุงเทพฯ
- พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์ และ เพยาว์ ยินดีสุข. (2555) คู่มือปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลการเรียนรู้สู่ห้องเรียนแห่งคุณภาพ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์ และ เพยาว์ ยินดีสุข. (2550). ทักษะ 5C เพื่อการพัฒนาหน่วยการเรียนรู้และการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์ และคณะ (2554) สร้างปฏิบัติการในชั้นเรียนนวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยการวิจัย. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์ และ เพยาว์ ยินดีสุข. (2557) สอนเขียนแผนบูรณาการบนฐานเด็กเป็นสำคัญ, พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์พันธุ์ เดชะคุปต์, เพยาว์ ยินดีสุข, ราเชน มีศรี (2551) การสอนคิดด้วยโครงงาน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรมนัส สิริธรรังศรี (2556). “การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในวิชาการเงิน ระหว่างประเทศ (Fin) ๓๒๐๕” เรื่องการบริหารความเสี่ยงทางการเงินของ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน.มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2558 จาก http://www3.ru.ac.th/km-research/index?KmModel_sort=year.desc
- วันชัย ปานจันทร์ (2556) “ผลของการจัดการเรียนรู้กระบวนการวิชา HRD ๔๔๐๕ ภาวะผู้นำในองค์กร โดยใช้กรณีศึกษา”. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน.มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2558 จาก <http://www3.ru.ac.th/km-research/index.php/viewindex/45>
- วารุณี ดันติวังศ์วานิช และคณะ หลักการตลาด (แปลจาก Principal of Marketing Management ของ Kotler and Armstrong), (2009). พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์ เพียร์สันเอ็ดดูเคชัน

อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ

สรชัย พิศาลบุตร. (2555). การทำวิจัยในชั้นเรียน. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพร เขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร.

(2557) มคอ.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สุดาพร สาวม่วง . (2557) .เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตร Micro MBA สจล.วิทยาเขตชุมพร

สุวัฒนา สุวรรณเขตนิคม. (2538). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2553). แนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนการสอนแบบ Case Method ที่ได้มาตรฐาน. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุริยพงษ์ ท้าววิทย์. (2555). “ความต้องการครูที่พึงประสงค์ของนักเรียน”. รายงานการวิจัยในชั้นเรียน โรงเรียนกระเทียมวิทยาคม จังหวัดมหาสารคาม ค้นเมื่อ 5 กันยายน 2558, จาก <http://siter.google.com/site/noppawanmoon/>

สุวิมล แม้นจริง . (2552) การจัดการตลาด. บริษัท เอช. เอ็น. กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพฯ

พรรษา นิลวิเชียร. (2551) . ข่าวสารวิชาการประจำเดือนมกราคม 2551. หน่วยส่งเสริมและพัฒนา วิชาการ งานบริการการศึกษา คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Kotler P. and Keller. (2012) Marketing Management 14th , Pearson Education Limited, England

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แผนการสอนรายวิชา (Course Syllabus)
ภาควิชาวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร
หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2557

1. รหัสวิชา (Course Number) : 11607101
2. ชื่อวิชา (Course Title) : (ภาษาไทย) การจัดการการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) MARKETING MANAGEMENT
3. จำนวนหน่วยกิต (Course Credit) : 3(3-0-6) หน่วยกิต
4. ชื่อผู้สอน (Instructor) :
 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา
 อาจารย์ ดร.สุดาพร สาวม่วง sudaporn_40@yahoo.co.uk, kssudapo@kmitl.ac.th 081-1787305
 อาจารย์ผู้สอนร่วม
 อาจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ ผ่องเมฆินทร์
 อาจารย์ ดร.สมยศ ตีรณพัฒนานันท์
5. เงื่อนไขรายวิชา (Condition)
 - วิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Prerequisite) : ไม่มี
 - วิชาบังคับร่วม (Corequisite) : ไม่มี
 - วิชาควบ (Concurrent) : ไม่มี
 - สถานภาพของวิชา (วิชาบังคับ/วิชาเลือก) Status (Required/Elective): เป็นวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาแกน
6. จำนวนชั่วโมงที่สอน/สัปดาห์ (Hours / Week) : 3 ชั่วโมง/สัปดาห์
7. เนื้อหารายวิชา (Course Description)

การศึกษาแนวคิดและกระบวนการจัดการทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดและวิจัย การตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายนอกและภายในองค์การ การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์การแข่งขันและพฤติกรรมลูกค้า การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจในส่วนประสมทางการตลาด การปฏิบัติตามแผน การควบคุมและประเมินผลทางการตลาด รวมถึงกรณีศึกษาเพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและมีคุณธรรมจริยธรรม
8. ประมวลการเรียนรู้รายวิชา (Course Outline)
 - 8.1 วัตถุประสงค์ทั่วไป และ/หรือวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม (Learning Objectives /Behavioral Objectives) (จุดมุ่งหมายของรายวิชา เป็นการระบุผลการเรียนรู้เมื่อผู้เรียนได้เรียนรายวิชาเสร็จสิ้นแล้ว โดยเน้นพฤติกรรมที่เป็นผลจากการเรียนรู้)

วิชาการจัดการตลาดมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้นักศึกษา ได้ศึกษาแนวคิดและกระบวนการจัดการทางการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ระบบสารสนเทศทางการตลาดและวิจัยทางการตลาด
2. เพื่อให้นักศึกษา สามารถ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายนอกและภายในองค์กรได้
3. เพื่อให้นักศึกษา สามารถ เขียนแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ โดย การวิเคราะห์การแข่งขันและพฤติกรรมลูกค้า การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจในส่วนประสมทางการตลาด การปฏิบัติตามแผน การควบคุมและประเมินผลทางการตลาดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมและมีคุณธรรม จริยธรรม

8.2 เนื้อหารายวิชาต่อสัปดาห์ (Learning Contents)

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/ สื่อการสอน	อาจารย์ผู้สอน
1. 16 สค 57	ความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economics Community: AEC)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์ เรื่อง การวิจัยเรื่องการค้าในฐานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแรงงานต่างชาติ และกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
2. 23 สค 57	แนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่	3	การบรรยาย การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
3. 30 สค 57	กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	3	การบรรยาย การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
4. 6 กย 57	กลยุทธ์ราคา(Pricing Strategies)	3	การบรรยาย การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. 13 กย 57	กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies) การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies)	3	การบรรยาย การยกตัวอย่าง ประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
6. 20 กย. 57	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies)	3	การบรรยาย หรือ การทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
7. 27 กย 57	กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packing strategies)	3	การบรรยาย หรือ การสาธิต หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
8. 4 ตค 57	กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
9. 18 ตค. 57	การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication : IMC strategies)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
10. 25 ตค. 57	กลยุทธ์การตลาดโลก (Global marketing strategies) และการวิจัยตลาด (Marketing research)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
11. 1 พย. 57	การตลาดและสังคม : ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมทางการตลาด (Marketing and Society: Social Responsibility and Marketing Ethics)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
12. 8 พย 57	ระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง
13. 15. พย 57	การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)	3	การบรรยาย หรือ การยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายจากกรณีศึกษาหรือ งานวิจัยของอาจารย์	อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. 22. พย 57	การนำเสนองานกลุ่มของนักศึกษา ครั้งที่1	3	-การนำเสนองานกลุ่มของ นักศึกษา -การวิพากษ์งานกลุ่มของ นักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอนและ เพื่อนร่วมชั้นเรียน	อ.ดร.สุตาพร สาวม่วง อาจารย์ ดร.สมยศ อาจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ อาจารย์ ดร.ภัทรศศิริ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก อาจารย์ดร.ธนนนท์ อาจารย์ดร.นวลอนงค์ รศ.ศิริโสภาคย์
15. 29 พย. 57	การนำเสนองานกลุ่มของนักศึกษา ครั้งที่2	3	-การนำเสนองานกลุ่มของ นักศึกษา -การวิพากษ์งานกลุ่มของ นักศึกษาโดยอาจารย์ผู้สอนและ เพื่อนร่วมชั้นเรียน	อ.ดร.สุตาพร สาวม่วง อาจารย์ ดร.สมยศ อาจารย์ ดร.บุญฤทธิ์ อาจารย์ ดร.ภัทรศศิริ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก อาจารย์ดร.ธนนนท์ อาจารย์ดร.นวลอนงค์ รศ.ศิริโสภาคย์

8.3 วิธีการจัดการเรียนการสอน (Method) มีการจัดการเรียนการสอนโดยบูรณาการวิธีการสอนดังต่อไปนี้ ตามที่ได้ระบุไว้ในกรวิจัยในชั้นเรียนเรื่องรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

- แบบในห้องปฏิบัติการ แบบกรณีศึกษา
 แบบ Problem Based Learning แบบ Tutorial Group
 แบบสาธิต แบบ Brain Storming Group
 แบบบรรยาย แบบอื่น ๆ (ระบุ) แบบบันทึก แบบสังเกต

8.4 สื่อการสอน (Media)

- แผ่นใส
 สไลด์
 วิดีโอเทป
 สื่อนำเสนอในรูปแบบ (Powerpoint media)
 อื่น ๆ (ระบุ) กรณีศึกษา รายงานวิจัย แผนการตลาด program software การออกแบบผลิตภัณฑ์

8.5 การวัดผลการเรียน (Evaluation) 100% แบ่งออกเป็น

1. คะแนนเก็บตลอดภาค 50 %
 - 1.1 การเข้าชั้นเรียน 5 % (แบบบันทึกเวลาเรียน)
 - 1.2 การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความเห็นในชั้นเรียน 5 % (แบบสังเกตพฤติกรรม)
 - 1.3 การวิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำเสนอรายงานกรณีศึกษา 10 %
Assignment 1: แบบประเมินการเขียนรายงานและการนำเสนอด้วยปากเปล่า ประกอบ power point)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.4 การอ่านและสรุปบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์/ตำรา 10 %
Assignment 2: (แบบประเมินการเขียนรายงานและรูปเล่ม)
- 1.5 การนำเสนอแผนการตลาด และรายงานกลุ่ม 20 %
Assignment 3: (แบบประเมินรายงานและการนำเสนอด้วยปากเปล่าประกอบ power point)
2. การประเมินความรู้ทางวิชาการ (Assessment of Academic Knowledge) 50%
- สอบกลางภาค –ไม่มี- 0 %
- สอบปลายภาค -50 %

9. รายชื่อหนังสืออ่านประกอบ (Reading List)

9.1 หนังสือบังคับ (Required Text)

ตำราและเอกสารหลักที่ใช้ในการเรียนการสอน

ภาษาอังกฤษ

1. Kotler P. and Keller. (2012) Marketing Management 14th , Pearson Education Limited, England
2. Kotler P. and etc. (2007) Marketing Management An Asian Perspective, Pearson Education Indochaina Limited.

ภาษาไทย

1. ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2550). การจัดการการตลาด (แปลจาก Marketing Management ของ Kotler and Keller), พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ
2. นิเวศน์ ธรรมะ และคณะ. (2009). การจัดการตลาด (แปลจาก Marketing: The Core ของ Roger A.Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius. สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล กรุงเทพฯ
3. สุวิมล แม่นจริง . (2552) การจัดการตลาด. บริษัท เอช. เอ็น. กรุ๊ป จำกัด กรุงเทพฯ

- เอกสารประกอบการสอน

1. สุดาพร สาวม่วง. (2557) เอกสารประกอบการสอน วิชาการจัดการตลาด. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. สุดาพร สาวม่วง. (2556) เอกสารประกอบการสอน เรื่อง การจัดการธุรกิจขนาดย่อมและการค้าปลีก หน่วยที่ ๙-๑๕ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. สุดาพร สาวม่วง. (2557) เอกสารประกอบการสอน หลักสูตร Micro M.B.A. วิชาการจัดการตลาด. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

9.2 หนังสืออ่านเพิ่มเติม (Supplementary Texts)

หนังสือ วารสาร รายงาน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ภาวะเบียบต่างๆ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแหล่งอ้างอิงที่สำคัญอื่นๆ ซึ่งนักศึกษาจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. วารสาร ในฐานะ TCI, SCOPUS, ISI, SCIENCE DIRECT
2. รายงานการวิจัยของ อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง และ คณะ เช่น เรื่อง การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ
3. เว็บไซต์ ASBBS, IABPAD

9.3 บทความวิจัย/บทความวิชาการ (ถ้ามี) Research Articles / Academic Articles (If any)

- บทความวิจัยของ อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง และ คณะ เช่น บทความวิจัยเรื่อง การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ
- บทความวิจัยของ อ.ดร.สุดาพร สาวม่วง และ คณะในวารสารออนไลน์ ฐาน TCI

9.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง (Electronic Media or Websites)

หนังสือ วารสาร รายงาน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ฎุระเบียบต่างๆ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแหล่งอ้างอิงที่สำคัญอื่นๆ ซึ่งนักศึกษาควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

-หนังสือภาษาอังกฤษ

1. Kotabe, Masaaki &Helsen, Kristiaan. (2010). *Global Marketing Management*. (5 th ed.) International Student Version.
2. Kotler P. and Keller. (2010) *Principle of Marketing*, 13th , Pearson Prentice Hall. London.
3. Kotler P. and Keller. (2012) *Marketing Management* 14th , Pearson Education Limited, England
4. Lovelock, C. and Wirtz, J. 2007. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. 6th Edition. New Jersey, USA: Pearson International - Pearson/Prentice Hall.
5. Schiffman L, and Kanuk, Leslie. (2010) *Consumer Behavior*, 10th Pearson Education ,Inc., Publishing as Prentice-Hall New Jersey, USA.
6. Tom Duncan. (2005) *Principial of Advertising and IMC*. 2th . McGraw-Hill Companies,Inc USA
7. Thomas C.O Guin, Chris T.Allen and Richard J. Semenik. (2006). *Advertising and Integrated Brand Promotion*,4th , Thomson South-Western.USA

-หนังสือภาษาไทย

1. หนังสือการจัดการตลาด และ หลักการตลาด ทุกเล่ม
2. วารุณี ต้นติวศ์วานิช และคณะ *หลักการตลาด* (แปลจาก Principial of Marketing Management ของ Kotler and Armstrong), (2009). พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์ เทียร์สันเอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ

3. นันทสารี สุขโต และคณะ หลักการตลาด (แปลจาก Marketing an Introduction ของ Armstrong and Kotler), (2009). สำนักพิมพ์ เพียร์สันเอดดูเคชั่น อินโดไชน่า. กรุงเทพฯ

-เว็บไซต์

- 1) www.brandage.com
- 2) www.mbamagazine.net
- 3) www.emeraldinsight.com

-ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์หนังสือและวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักหอสมุดกลาง สจล. ด้านบริหารธุรกิจ

1. Business Source Premier ขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมสาขาวิชาทางด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ การตลาด การค้าระหว่างประเทศ
2. Emerald Management E-Journal www.emeraldinsight.com ขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมสาขาวิชาทางการจัดการ
3. ProQuest ABI/INFORM Complete ขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมด้านธุรกิจ สภาพเศรษฐกิจ กลยุทธ์องค์กร ทฤษฎีการจัดการ เทคนิคการจัดการ
4. ProQuest Asian Business and References ขอบเขตเนื้อหาครอบคลุมด้านเศรษฐกิจ การตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทและธุรกิจโดยรวมทั่วทั้งซีกโลกตะวันออก
5. E-Thesis/Research
 - KMITL Undergrad Thesis Online (ฐานข้อมูลฐานข้อมูลปริญญาานิพนธ์ออนไลน์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)
 - KMITL Graduate Thesis Online (TDC) (ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ของสถาบัน link to: TDC หรือDdigital Collection)
 - ProQuest Dissertation and Theses (A&i) (ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ระดับ ป.โท-เอกของสถาบันการศึกษาต่างประเทศ)
 - ProQuest Dissertation and Theses (Full-text) (ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ระดับ ป.โท-เอกของสถาบันการศึกษาต่างประเทศรูปแบบเอกสารฉบับเต็ม)
 - ProQuest Research Library
 - TDC หรือ Thai Digital Collection (ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์รายงานการวิจัยและบทความจากมหาวิทยาลัยต่างๆในประเทศ)
 - Thailis,ThaiJo (ฐานข้อมูลเอกสารเต็มฉบับและฐานข้อมูลบทความวารสาร online)
6. e-Library (TRF) (ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ สำนักหอสมุดกองทุนสนับสนุนการวิจัยรวบรวมผลงานวิจัยของนักวิชาการไทย)
7. ฐานข้อมูล Science Direct

ระบบสืบค้นบทความวารสาร สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการแพทย์ จำนวนกว่า 1,800 ชื่อ ของสำนักพิมพ์ Elsevier Science, Academic Press และสำนักพิมพ์อื่นๆ รวมทั้งวารสาร Reviews (Trends & Current Opinion) จำนวนกว่า 6.2 ล้านระเบียน สามารถเข้าใช้บทความฉบับเต็มได้เกือบทุกชื่อ เรียกใช้ full-text ย้อนหลังได้ตั้งแต่ปี 1995-ปัจจุบัน
8. ฐานข้อมูล H.W. Wilson Company

ฐานข้อมูลบทความวารสารของบริษัท H.W. Wilson Company ครอบคลุมสารสนเทศทุก

สาขาวิชา ได้แก่ วิทยาศาสตร์ประยุกต์และเทคโนโลยี ชีววิทยาและการเกษตร ศิลปะ ธุรกิจ การศึกษา มนุษยศาสตร์ กฎหมาย บรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์ และสาขาวิชาอื่นๆ เช่น เคมี ชีวะ ฟิสิกส์ ดาราศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สัตวศาสตร์ และสันตนาการ เป็นต้น ให้ข้อมูลบรรณานุกรม สารระสังเขปและเอกสารฉบับเต็ม (โดยฐานข้อมูลส่วนใหญ่ให้เอกสารฉบับเต็มบทความวารสาร ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1995 – ปัจจุบัน)

9. ฐานข้อมูล ProQuest Digital Dissertation

เป็นฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทและปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วโลก ให้ข้อมูลบรรณานุกรมตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1861 ข้อมูลบรรณานุกรมและสารระสังเขปตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1981 และให้ข้อมูล 4 หน้า ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1997 – ปัจจุบัน

10. ฐานข้อมูล ISI WEB Of Science

ชุดฐานข้อมูลบรรณานุกรมและสารระสังเขป ประกอบด้วยฐานข้อมูลย่อยด้าน Science Citation, Social Science citation และ Arts & Humanities Citation จากวารสารไม่น้อยกว่า 8,500 ชื่อ (Titles) มีข้อมูลไม่น้อยกว่า 1.1 ล้านระเบียน (Records) แสดงผลในรูปแบบ text html

11. ฐานข้อมูล ACM Digital Library

ฐานข้อมูลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและวิทยาการคอมพิวเตอร์ของ Association for Computing Machinery (ACM) ครอบคลุมสารสนเทศจากบทความวารสาร นิตยสาร รายงาน เอกสารการประชุมและข่าวสาร ให้ข้อมูลบรรณานุกรม สารระสังเขป และเอกสารฉบับเต็ม ตั้งแต่ ปี 1974 – ปัจจุบัน

12. GOOGLE

10. การประเมินผลการสอน (Teacher Evaluation)

10.1 การประเมินผลการสอน ใช้วิธีการใด

- แบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-Test)
- ทิมผู้สอน
- แบบทดสอบหลังเรียนปลายภาค (Post-Test)
- ผลการเรียนของนักศึกษา
- จากผู้สังเกตการณ์
- อื่น ๆ (ระบุ)
 - i. การเข้าชั้นเรียน
 - ii. การมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความเห็นในชั้นเรียน
 - iii. การวิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำเสนอรายงานกรณีศึกษา
 - iv. การอ่านและสรุปบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์/ตำรา
 - v. การนำเสนอแผนการตลาด และรายงานกลุ่ม

10.2 มีวิธีการปรับปรุงการสอนจากผลการประเมินการสอนครั้งที่ผ่านมาอย่างไร (ระบุว่าได้ดำเนินการในเรื่องใดบ้าง เช่น ปรับปรุงเนื้อหา สื่อการสอน วิธีการสอน การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

- จากแบบประเมินการสอน โดยนักศึกษา ประมวลความเห็นและสรุปปัญหาเพื่อเป็นแนวทางในครั้งต่อไป
- ทำการวิจัยในชั้นเรียนเรื่องรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน วิชาการจัดการการตลาด ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดย อาจารย์ ดร.สุดาพร และคณะ
- การนิเทศการสอนของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการจัดการเรียนการสอน รศ.ดร.พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์

- มีวิธีการประเมินผลที่มีความละเอียดมากขึ้นนอกเหนือจากการสอบปลายภาคและการเข้าชั้นเรียน เช่นการมีส่วนร่วมอภิปราย แสดงความเห็นในชั้นเรียน การวิเคราะห์กรณีศึกษาและการนำเสนอรายงานกรณีศึกษาการอ่านและสรุปบทความวิจัย/วิทยานิพนธ์/ตำรา และ การนำเสนอแผนการตลาด การรายงานกลุ่ม การเชิญวิทยากรเข้ามาช่วยให้ความรู้กับนักศึกษาอีกด้วยเพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการทำงานกับเนื้อหาวิชาที่เรียนรวมถึงการร่วมกิจกรรมภายนอกกับสังคม

11. การให้คำปรึกษาด้านวิชาการ และอื่น ๆ แก่นักศึกษา

(อธิบายถึงการจัดการที่ได้ดำเนินการในการให้คำปรึกษาแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา รวมถึงตารางการทำงานของอาจารย์และการแนะนำแผนการเรียนในหลักสูตร การเลือกและวางแผนสำหรับอาชีพ)

-มีการจัดชั่วโมงการให้คำปรึกษานักศึกษาในแต่ละสัปดาห์ตามความต้องการของนักศึกษาเป็นรายคนโดยทางตรงที่สำนักงานชั้น3 อาคารสมเด็จพระเทพ และผ่านทางสื่อออนไลน์

12. อาจารย์ผู้สอนแจกรายละเอียดของรายวิชาและแผนการสอนให้นักศึกษาในคาบแรกที่พบนักศึกษา

-ดำเนินการสอนวันแรก วันเสาร์ที่16 สิงหาคม 2557 (เอกสารแนบใบเซ็นชื่อของนักศึกษาที่รับแผนการสอน พร้อมการลงลายเซ็นชื่ออาจารย์ผู้สอน และลงวันที่ในใบเซ็นชื่อ) หมายเหตุ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 1
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอนวันที่ 16 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557 บทที่ 1
4. จำนวนนักเรียน(เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31 คน ขาดเรียน - คน
5. ชื่อบทความเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economics Community: AEC) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	1.แนะนำ course syllabus และงานเดี่ยว งานกลุ่มที่มอบหมายจำนวน 3 ชิ้น (assignment 1-2-3) และ การแบ่งกลุ่มไว้ล่วงหน้าเพื่อทำงานกลุ่มที่มอบหมาย เช่นการเขียนแผนการตลาดเพื่อเข้าประกวดในโครงการ	1. course syllabus 2. VDO you-tube เพลงอาเซียน The ASEAN Way วิธีของอาเซียน 3.PowerPointประกอบการสอน บทที่ 1 4. กรณีศึกษาที่ 1 บทความวิจัยของอาจารย์ เรื่อง รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศ กัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรีเพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)AEC (กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของการเกษตรเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ
เป้าหมายสำคัญของการเป็น AEC	2.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับอาเซียน	5.คำถามทบทวนท้ายบท 6. ฐานข้อมูลออนไลน์ที่ระบุไว้ในเอกสารประกอบการสอน
ผลผูกพันต่อประเทศไทยในการรวมตัวเป็น AEC	3.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์	
ความเกี่ยวข้องและบทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรมในบริษัทของ AEC	4.ให้นักศึกษาจับคู่และอ่านกรณีศึกษาที่ 1บทความวิจัยของอาจารย์ 1 เรื่อง แล้ว ตอบคำถามลงในกระดาษคำตอบ หลังจากนั้นให้ออกมานำเสนอที่หน้าชั้นเรียนด้วยวาจาทีละกลุ่มเกี่ยวกับความรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economics Community: AEC)	
ผลกระทบของ AEC และการปรับตัวของอุตสาหกรรมไทย	5. ให้ตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	
การปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมไทย	6.กำหนดให้นักศึกษาค้นคว้าบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชาในบทที่ 1-13 แล้วทำการสรุปย่อ นำเสนอหน้าชั้นเรียนคนละ 1 เรื่องเรื่องละ 5 นาที ในทุกครั้งที่มีการเรียนการสอนครั้งละประมาณ 3 คน	
จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และวิกฤตของแต่ละประเทศ		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	/				
เนื้อหา	/				
ห้องเรียน		/			
กิจกรรมการเรียนการสอน	/				
สื่อการสอน	/				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	/				
เวลาที่ใช้	/				
การวัดและประเมินผล	/				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	ปรับปรุง รุ่ง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรงต่อ เวลารับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม	✓					การสังเกต -ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้า ชั้นเรียน -การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย -การทำงานร่วมกันของนักศึกษา การแต่งกาย ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ การให้เกียรติในการอ้างอิงผลงานในการทำวิจัย
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	✓					การทดสอบ -การทดสอบย่อยการสอบกลางภาคเรียนและ ปลายภาคเรียน -ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำและจาก โจทย์การบ้าน -ประเมินจากโครงการแผนการตลาดที่น่าเสนอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไขปัญหา ได้อย่างเหมาะสม	√				การสังเกต การทดสอบ -ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการ ปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการ นำเสนอรายงานในชั้นเรียน
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ ตัวชี้วัด4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพและ งาน	√				การสังเกต -ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของ นักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นในชั้น เรียนและสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการ ร่วมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงจากการประเมินด้วย กันเองของนักศึกษา
5.ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศศึกษาระดับ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศใน การรวบรวมข้อมูลแปล ความหมายและสื่อสาร ข้อมูล	√				การสังเกต -ประเมินจากเทคนิคการใช้เครื่องมือการคำนวณ และเครื่องมือทางบริหารจัดการ -ประเมินจากเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูล สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติ ประยุกต์ในการแก้ปัญหาโจทย์การคำนวณ -ประเมินจากผลงานที่มอบหมาย

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- มีนักเรียนมาสายจำนวน 3 คน
- นักศึกษายังไม่ได้รับบัตรห้องสมุดสำหรับขอยืมหนังสือ และสารสนเทศต่างๆ
- นักศึกษายังไม่ได้รับ user name และ password ในการค้นคว้าห้องสมุดออนไลน์
- นักศึกษามีคำถามเกี่ยวกับผลกระทบของการเข้าสู่อาเซียนของไทย และ เป้าหมายสำคัญของการ

เป็น AEC

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- นักเรียนที่มาสาย ได้มีการสรุปให้ฟังว่ากำลังสอนเรื่องอะไร และให้สอบถามเพิ่มเติมจากเพื่อน
- ในช่วงพักเบรก พูดสอนแนะให้ตรงต่อเวลาในครั้งต่อไป
- นักศึกษาที่ยังไม่ได้รับบัตรห้องสมุดสำหรับขอยืมหนังสือ และสารสนเทศต่างๆได้ประสานงานให้ทางเลขานุการหลักสูตรทราบและอำนวยความสะดวกให้นำแบบฟอร์มการสมัครสมาชิกห้องสมุดมาให้ นักศึกษากรอกในสัปดาห์ถัดไป
 - นักศึกษายังไม่ได้รับ user name และ password ในการค้นคว้าห้องสมุดออนไลน์ได้ประสานงานให้ทางหน่วยงานสารสนเทศรับทราบและจัดการให้นักศึกษาได้มีuser name และ password

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เพลงอาเซียน และ The ASEAN Way วิถีของอาเซียนและอภิปรายสรุปถึงผลกระทบ การเข้าสู่อาเซียนของไทยและเป้าหมายสำคัญของ AEC blueprint

การเข้าสู่อาเซียนจะเป็นการเปิดกว้างให้ประชาชนในแต่ละประเทศสามารถเข้าไปทำงานในประเทศอื่น ๆ ในประชาคมอาเซียนได้อย่างเสรี เหมือนดังเป็นประเทศเดียวกัน ซึ่งจะมีผลกระทบกับการประกอบอาชีพและการมีงานทำของคนไทยเป็นอย่างมาก

เป้าหมายสำคัญของการเป็น AEC blueprint เรื่อง คือ การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ผลผูกพันต่อประเทศไทยในการรวมตัวเป็น AEC คือ การเปิดเสรีการค้า สินค้าบริการการลงทุนเงินทุนเคลื่อนย้ายการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรีใน 7 อาชีพ และการดำเนินการตามความร่วมมือรายสาขาอื่น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 2
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 23 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2557 บทที่ 2
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 30 คน ขาดเรียน 1 คน
5. ชื่อบทบทที่ 2 แนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่จำนวน 1 คาบ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายและแนวคิดทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับแนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่	1. VDO you-tube เรื่อง.Marketing Strategy with Philip Kotler at the London Business Forum
การจัดการตลาดกับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและการวิเคราะห์ SWOT	3.ให้นักศึกษาอ่านกรณีศึกษาที่2 เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด 4P VS 4C	3. กรณีศึกษาที่2 เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด 4P VS 4C
ปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจระบบแข่งขัน	3.ให้นักศึกษาอ่านกรณีศึกษาที่2 เกี่ยวกับ ส่วนประสมทางการตลาด 4P VS 4C แล้วตอบคำถาม	4. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอ เรื่องที่ 1 ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทานและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม
ส่วนประสมการตลาด	4.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียนเกี่ยวกับแนวความคิดทางการจัดการตลาดและส่วนประสมการตลาดสมัยใหม่	เรื่องที่ 2 การตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา
	4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสาร ประกอบการสอน	เรื่องที่ 3 การสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้รักสามัคคี ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ สังคม	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวชี้วัด4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจารณญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	✓					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน
นักศึกษาบางคนยังไม่เข้าใจถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดว่าทำไมต้องมี P อื่นๆนอกเหนือจาก4Ps
เข้ามาด้วย เช่น 8Ps
9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)
เนื่องจากภูมิหลังของนักศึกษาบางส่วนไม่ได้มีความรู้ทางการตลาด มาก่อน และการรับรู้ข้อมูลไม่มี
การรับรู้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จึงได้อธิบายเพิ่มเติม และแนะนำให้อ่านหนังสือของ ของKotler P. and
Keller. (2012) Marketing Management 14th, Pearson Education Limited, Englandและ
การตลาด 3.0

ลงชื่อผู้สอน
(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 23 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 3
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 30 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547 บทที่ 3
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 29 คน ขาดเรียน 3 คน
5. บทที่ 3 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายของผลิตภัณฑ์	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies)	1. VDO you-tube เรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตสินค้าOTOP จังหวัดชุมพร ด้านการเขียนแผนธุรกิจ และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และอายุน้อยร้อยล้าน ตอน น้ำปลาตรา Megachef
แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์		
คุณสมบัติผลิตภัณฑ์		
ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์		
ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์		
การแบ่งชนิดของผลและประโยชน์ทางด้านผลิตภัณฑ์	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผลิตภัณฑ์และลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ และรายการสินค้า	4. ให้นักศึกษาออกมาหยิบบรรจุภัณฑ์สินค้าที่นำมาเป็นตัวอย่งคนละ1ชิ้นและให้พิจารณาว่าที่บรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยอะไรบ้าง	เรื่องที่ 1 องค์ประกอบการรณรงค์การตลาดอิงการกุศลที่มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนของผู้บริโภคไทย
กลยุทธ์ของสายผลิตภัณฑ์		
การขยายสายผลิตภัณฑ์	5. การให้นักศึกษาอ่านบทความวิชาการเรื่อง แมทริกซ์พีซีจีจากวารสารMBA	เรื่องที่ 2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น
การจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์		
กลยุทธ์การตลาดในชั้นเติบโต		
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ในชั้นเติบโตเต็มที่	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	เรื่องที่ 3 การบริหารจัดการกลยุทธ์เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)
กลยุทธ์การตลาดในชั้นเติบโตเต็มที่		
		4. ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์จำนวน 31 ชิ้น ที่ทำจากแก้ว กระดาษ พลาสติก และอื่นๆ
		5.บทความวิชาการเรื่อง แมทริกซ์พีซีจีจากวารสารMBA
		6.คำถามทบทวนท้ายบท
		7. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด
		8. google search engine

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	✓					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางคนไม่เข้าใจความเชื่อมโยงของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ และ แมทริกซ์บีซีจี

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัยผ่านเดียว)

- ได้ให้นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในการตอบคำถามของเพื่อนโดยการให้อ่านกรณีศึกษาบทความวิชาการเรื่อง แมทริกซ์บีซีจีจากวารสารMBA ที่อาจารย์เตรียมมาให้และ ปล่อยให้ดู VDO you-tube 3 เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตสินค้าOTOPจังหวัดชุมพร ด้านการเขียนแผนธุรกิจกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ และราคาอายุน้อยร้อยล้าน ตอน น้ำปลาตรา Megachef แล้ว ให้อภิปรายสรุป ถึงความหมายและความเชื่อมโยงของการทำกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ในแต่ละช่วง

แมทริกซ์บีซีจี หมายถึงกลยุทธ์ซึ่งใช้ในการตัดสินใจเพื่อจัดสรรทรัพยากร โดยถือเกณฑ์ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบและอัตราการเจริญเติบโตของแต่ละหน่วยธุรกิจ (SBU's relativemarketing share and sale growth rate) หรือแต่ละผลิตภัณฑ์ ตามแนวความคิดของ Boston ConsultingGroup (BCG)

- ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นดาวดวงเด่น (Star) = ดาว
- ผลิตภัณฑ์ ที่ทำเงิน (Cash cows) = แม่วัว
- ผลิตภัณฑ์ มีปัญหา (Question marks) = ปรีศนี้
- ผลิตภัณฑ์ ที่ตกต่ำ (Dogs) = สุนัข

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(ดร.สุดาพร สวม่วง)

วันที่ 30 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 4
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน...6... เดือน.....กันยายนพ.ศ. 2557 บทที่ 4
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 30 คน ขาดเรียน 1 คน
5. บทที่ 4 กลยุทธ์ราคา (Pricing Strategies) จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
<p>ความหมายของราคา</p> <p>ขั้นตอนในการกำหนดราคา</p>	<p>1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ราคา(Pricing Strategies)</p> <p>2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2</p> <p>3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน</p> <p>4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน</p>	<p>1. VDO you-tube เรื่อง -กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และ9 Pricing Rules for Entrepreneurs</p> <p>2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2</p> <p>3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint</p> <p>เรื่องที่ 1 พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร</p> <p>เรื่องที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา</p> <p>เรื่องที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอกชนประสงค์ (เอสยูวี)</p> <p>4.คำถามทบทวนท้ายบท</p> <p>5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับการกำหนดราคา

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่อง-กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคา และ9 Pricing Rules for Entrepreneursช่วยกันอภิปรายสรุปความหมายว่าราคา คือ จำนวนของเงินและ/หรือสิ่งอื่นๆ ที่สนองความต้องการในการเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ซึ่งขั้นตอนในการกำหนดนโยบายราคาจะเริ่มตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ การพิจารณาอุปสงค์ การประมาณการต้นทุน การพิจารณาคู่แข่ง การเลือกวิธีตั้งราคา และการเลือกราคาสุดท้าย

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุตาพร สาวม่วง)

วันที่ 6 เดือนกันยายน พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 5
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 13 เดือนกันยายน พ.ศ. 2557 บทที่ 5
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 29 คน ขาดเรียน 2 คน
5. บท 5 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies)การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การโฆษณา	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion Strategies) การโฆษณา (Advertising strategies) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations:PR strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง....
การประชาสัมพันธ์		-Public Relations Strategy in Our World Today!
การส่งเสริมการขาย		-Case Study- Toyota Crisis 2010 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและ ด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิก ฟิตเนสเซ็นเตอร์ เรื่องที่ 2 การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากของธนาคารพาณิชย์และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐในเขตอำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร เรื่องที่ 3 การประยุกต์แบบจำลองโซอุปทานเพื่อการประเมินสมรรถนะของโซอุปทานในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกกรีไซเคิล 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- การทำประชาสัมพันธ์ในช่วงที่สินค้ามีวิกฤต(crisis) จะทำอย่างไร

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัยผ่านเดียว)

- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่อง-Public Relations Strategy in Our World Today! และ Case Study- Toyota Crisis 2010 และอภิปรายสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ (PublicRelations) คือ หน้าที่ทางด้านการจัดการในการพิจารณาถึงทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ต้องมีการกำหนดออกมาในรูปของนโยบายที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มชนต่างๆ แล้วกำหนดออกมาในรูปของแผนงานและแผนการปฏิบัติการ

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุตาพร สาวม่วง)

วันที่ 13 เดือน กันยายน พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 6
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 20 เดือน กันยายน พ.ศ 2557 บทที่ 6
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31 คน ขาดเรียน 1 คน
5. บทที่6 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies)
จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายของช่องทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Strategies) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสาร ประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง.... -The Marketing Mix Place/Distribution Strategy -Marketing Mix: Place Strategies
ความสำคัญของการใช้คนกลางทางการตลาด		2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
ระดับช่องทางการตลาด		3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี เรื่องที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกความงามในเขตกรุงเทพมหานคร 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้รักศึกษาบรรล ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรรย์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน

- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับช่องทางการตลาด

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่องThe Marketing Mix: Place/Distribution Strategy และMarketing Mix: Place Strategiesแล้วอภิปรายสรุปความหมายของช่องทางการตลาดคือ กลุ่มขององค์การอิสระที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาดในการทำให้สินค้าหรือบริการเป็นที่หาได้ง่ายสำหรับการใช้หรือการบริโภค

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุดาพร สวม่วง)

วันที่ 16 เดือน สิงหาคมพ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 7
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 27 เดือน กันยายน พ.ศ 2557 บทที่ 7
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 29 คน ขาดเรียน 2 คน
5. บทที่7 กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packing strategies)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การบรรจุภัณฑ์	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้	1. VDO you-tube เรื่อง
กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์	เกี่ยวกับกลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์	-Package design - ตอนที่ 1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น
กลยุทธ์การทำโลโก้	(Packing strategies)	-นักออกแบบบรรจุภัณฑ์แถวหน้าของ ไทย1
กลยุทธ์การทำฉลาก	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	- SCG 100th EXPO: บรรจุภัณฑ์เพื่ออนาคต
	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปร นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
	4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า มานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
	5.การนำนักศึกษาและคณาจารย์ สาขาบริหารธุรกิจออกไปให้บริการทางวิชาการแก่สังคมด้านการให้คำปรึกษาการบรรจุภัณฑ์ การจัดทำโลโก้สินค้าและอื่นๆ ที่กลุ่มกุ แก้วสมุนไพรร ตำบลชุมโค อำเภอบึงสามพัน พร้อมพัฒนากรอำเภอบึงสามพัน นอกเวลาเรียน ในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2557	เรื่องที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคน กรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายหลังวิกฤติอุทกภัยปี 2554
		เรื่องที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทมราเวล เอเจนซี่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
		เรื่องที่ 3 การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อมือถือหน้าจอสัมผัสและการแบ่งส่วนตลาดตามการรับรู้
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด
		6.กลุ่มกุแก้วสมุนไพรร ตำบลชุมโค อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	✓				
เนื้อหา	✓				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	✓				
กิจกรรมการเรียนการสอน	✓				
สื่อการสอน	✓				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	✓				
เวลาที่ใช้	✓				
การวัดและประเมินผล	✓				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	✓					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	✓					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	✓					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	✓					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวชี้วัด4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน
- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับนั้กออกแบบชื่อดังของเมืองไทยมีใครบ้าง พวกเขามีเทคนิคอย่างไรในการออกแบบ
9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)
- ให้นักศึกษาดูตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากนั้กออกแบบชื่อดังของเมืองไทยจากVDO ผ่าน YOU tube เรื่องPackage design - ตอนที่ 1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เบื้องต้นและ เรื่อง นั้กออกแบบบรรจุภัณฑ์แถวหน้าของไทย1และเรื่อง SCG 100th EXPO: บรรจุภัณฑ์เพื่ออนาคต บรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้น จะต้องสามารถผลิตและนำไปบรรจุได้ด้วยวิธีการที่สะดวก ประหยัดและรวดเร็ว การเลือกบรรจุภัณฑ์มีข้อพิจารณาดังต่อไปนี้ลักษณะของสินค้า ตลาดเป้าหมาย วิธีการจัดจำหน่าย การขนส่งการเก็บรักษา ลักษณะการนำไปใช้งาน ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ปัญหาด้านกฎหมาย และผลกระทบต่อสังคม

ลงชื่อ.....ผู้สอน

(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 27 เดือน กันยายน พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 8
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 4 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 บทที่ 8
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 30 คน ขาดเรียน 1 คน
5. บทที่ 8 กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies) จำนวน 1 คาบ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies)	1. VDO you-tube เรื่อง
ขั้นตอนในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	-What is Positioning or Brand Positioning? (Part 1)- Online Marketing Mastemind (Series 4)
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	-What is Positioning?(Part 2): How To Get Into Consumer's Mind By Being First?
หลักของการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
ช่องทางในการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์		3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
		เรื่องที่ 1 การส่งออกของประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
		เรื่องที่ 2 คุณภาพการบริการธนาคาร ออมสินกรณีศึกษาสาขามานเมฆ
		เรื่องที่ 3 กลยุทธ์การตลาดบริการ สำหรับธุรกิจเบเกอรี่
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ทักษะบรรล ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวชี้วัด4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน
- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies)

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)
- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่อง-What is Positioning or Brand Positioning? (Part 1)- Online Marketing Mastermind (Series 4)และ What is Positioning?Part 2): How To Get Into Consumer's Mind By Being First?แล้วให้อภิปรายสรุปความเข้าใจ

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning strategies) เป็น วิธีการกำหนดตำแหน่งที่มีคุณค่าในจิตใจลูกค้า ว่าต้องการให้ลูกค้ามองสินค้าเราเป็นอย่างไร บริษัทจะวาง “ตำแหน่ง” อะไร ที่บริษัทต้องการจะ “ครอง”ในตลาดส่วนนั้น หรือ “ตั้งอยู่”ในความรู้สึกของผู้บริโภคอย่างไร เมื่อเทียบกับคู่แข่ง ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เป็นชุดประกอบด้วย การรับรู้ (Perception), ความประทับใจ (Impression), ความรู้สึก(Feeling)ตัวอย่าง เช่น โตโยต้า เป็นรถประหยัดbensหุรหราฟุ่มเฟือย BMW เป็นรถที่มีสมรรถภาพสูงVolvo เป็นรถที่ปลอดภัยแท้บ มีตำแหน่งเป็นผงซักฟอกที่มีพลังและใช้ได้กับงานในครอบครัวทุกอย่าง

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุดาพร สวม่วง)

วันที่ 4 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 9
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 18 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2557 บทที่ 9
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 29 คน ขาดเรียน 2 .คน
5. ชื่อบท บทที่9 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication : IMC strategies)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การสื่อสารทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้	1. VDO you-tube เรื่อง
กระบวนการการสื่อสาร		-Integrated Marketing
องค์ประกอบของการสื่อสาร	เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	Communications
ส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด	แบบบูรณาการ (Integrated Marketing communication :	-What is Integrated Marketing?
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของกาสื่อสาร	IMC strategies)	-Nike 'She Runs' Case Study - MFA Awards 2012 (Best Integrated Media Campaign)
ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมการติดต่อสื่อสาร	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
	4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	เรื่องที่ 1 องค์ประกอบของธุรกิจ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดใจชื่อของผู้บริโภค ในจังหวัดชุมพร
		เรื่องที่ 2 พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภท feacbook ในด้านปัจจัยทางการตลาดในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี
		เรื่องที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางท่านไม่เข้าใจคำว่า อย่างชัดเจน

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- ได้ให้นักศึกษาดูVDO ผ่าน YOU tube เรื่อง Nike 'She Runs' Case Study - MFA Awards 2012 (Best Integrated Media Campaignแล้วให้นักศึกษาสรุปความเข้าใจเกี่ยวกับ การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communications) หรือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ “การสื่อสารเพื่อชักชวนบุคคลอื่น ให้อยอมรับข้อคิดเห็นแนวความคิด หรือสิ่งต่างๆที่น่าเสนอ” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการชักจูงใจเป็นการเตือนความจำ การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communications – IMC) คือการผสมผสานเครื่องมือของการสื่อสารต่างๆเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารสูงสุดเป็นการผสมผสานที่ก่อให้เกิดการเสริมแรงกัน(Synergy) เป็นการทำให้ผลลัพธ์ที่ได้มากกว่าผลรวมของแต่ละเครื่องมือที่ นำมารวมกัน

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุตาพร สวม่วง)

วันที่ 18 เดือนตุลาคม .พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 10
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 25 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2557 บทที่ 10
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 30 คน ขาดเรียน 1 คน
5. ชื่อบท บทที่10 กลยุทธ์การตลาดโลก (Global marketing strategies)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tubeแล้วอภิปรายความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดโลก	1. VDO you-tube เรื่อง -McDonalds Global and Local Strategy.flv
การตัดสินใจเกี่ยวกับโปรแกรมทางการตลาด	2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอน	-Blue Ocean Strategy and the World
กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของผู้นำ ผู้ชิง ผู้ตาม และธุรกิจรายย่อย	3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน	2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่ 2
แรงกดดันทางการแข่งขัน	4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสาร ประกอบการสอน	3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint
ตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ		เรื่องที่ 1 ปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการผลิตกุ้งขาว (Litopenaeus vanamei) เกษตรกร ในอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา
		เรื่องที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและความสามารถของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
		เรื่องที่ 3 การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
		4.คำถามทบทวนท้ายบท
		5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	✓					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ควรพิจารณาในหัวข้อต่อไปนี้

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัยผ่านเดียว)

- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่อง-McDonalds Global and Local Strategy.flv

และBlue Ocean Strategy and the Worldแล้วอภิปรายทบทวนหาข้อสรุปได้ว่าดังนั้น การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ควรพิจารณาในหัวข้อต่อไปนี้ 1) สิ่งที่ต้องเรียนรู้ 2) ปัจจัยชักนำเข้าสู่ตลาด 3) การเสี่ยง เกิดจากอะไร 4) การตัดสินใจว่าควรเข้าสู่ตลาดใด โดย

1. สิ่งที่ต้องเรียนรู้ เช่น การเรียนรู้ภาษา และกฎหมาย วัฒนธรรมของประเทศอื่นการแลกเปลี่ยนเงินตราการเมือง กฎระเบียบต่าง ๆพฤติกรรมผู้บริโภค

2. ปัจจัยชักนำเข้าสู่ตลาดเพื่อตอบโต้กิจการระดับโลกโอกาสทำกำไรดีกว่าต้องการฐานตลาดที่ใหญ่กว่าลดการเสี่ยงจากการมีเพียงตลาดเดียวความต้องการของลูกค้า

3. การเสี่ยง เกิดจากอะไรไม่รู้จักลูกค้าดีพอไม่เข้าใจดีพอถึงวัฒนธรรมทางธุรกิจของบริษัทต่างประเทศประมาณการต้นทุนผิดพลาดประสบการณ์ไม่พอต่างประเทศเปลี่ยนแปลงในเรื่องต่าง ๆ และส่งผลเสียต่อบริษัท

4. การตัดสินใจว่าควรเข้าสู่ตลาดใด เข้าสู่บ่อย หรือมากประเทศ และเข้าสู่ประเทศกลุ่มใด

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 25 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สัปดาห์ที่ 11
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาดบัณฑิต
3. วันที่สอน 1 เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2557 บทที่ 11
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31 คน ขาดเรียน - คน
5. ชื่อบทที่11การตลาดและสังคม : ความรับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรมทางการตลาด
(Marketing and Society: Social Responsibility and Marketing Ethics)จำนวน 1 คาบ
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้	
การตลาดเพื่อสังคม	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วอภิปรายความรู้เกี่ยวกับ การตลาดและสังคม : ความ รับผิดชอบต่อสังคม และจริยธรรม ทางการตลาด (Marketing and Society: Social Responsibility and Marketing Ethics) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่าน กรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่ สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนา แจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุป นำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถามทบทวน ท้ายบทจากเอกสารประกอบการ สอน	1. VDO you-tube เรื่อง.... -Business Ethics Corporate Social Responsibility -CSR: Apple vs Microsoft - Green Marketing 2.PowerPoint ประกอบการสอน -บทที่ 2 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษาค้นคว้า นำมาเสนอด้วยบทความและด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 ตัวแบบความสัมพันธ์ของกล ยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรม ทางการตลาดและความตระหนักถึงการ เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการ ตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการ ดำเนินงานการตลาดในโรงแรมระดับสี่ และห้าดาวในประเทศไทย เรื่องที่ 2 ตัวแบบความสัมพันธ์ของกล ยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรม ทางการตลาดและความตระหนักถึงการ เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการ ตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการ ดำเนินงานการตลาดในโรงแรมระดับสี่ และห้าดาวในประเทศไทย	
วิชาชีพด้านการตลาด			
จริยธรรมด้านการตลาด			
ความรับผิดชอบต่อสังคม			4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ จัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรรย์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน

- นักศึกษาบางคนไม่เข้าใจคำว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) และ การตลาดสีเขียว (Green marketing

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- ให้นักศึกษาดูVDO you-tube เรื่องBusiness Ethics Corporate Social Responsibility และ CSR: Apple vs Microsoft และ Green Marketingและให้อภิปรายสรุปความหมาย ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Stakeholders) หมายถึง กลุ่มต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบ หรืออาจได้รับ. ผลกระทบจากการดำเนินการและความสำเร็จของสถาบันหรือบริษัทซึ่งประกอบด้วยลูกค้าพนักงาน ธนาคารและสถาบันการเงินชุมชนทางสังคมรัฐบาล ตลอดจนคู่แข่งชั้น

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุตาพร สาวม่วง)

วันที่ 1 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 12
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 8 เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2557 บทที่ 12
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 30 คน ขาดเรียน 1คน
5. ชื่อบทที่12 ระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand)จำนวน 1 คาบภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2557

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ระบบสารสนเทศทางการตลาด	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการตลาดและอุปสงค์ทางการตลาด(Marketing Information Systems and Marketing Demand) 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 2 3.ให้นักศึกษาค้นคว้าและอ่านกรณีศึกษาจากบทความวิจัยที่สนใจ คนละ 1 เรื่อง พร้อมสำเนาแจกเพื่อนๆ คนละ1 ชุด แล้ว สรุปนำเสนอที่หน้าชั้นเรียน 4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube เรื่อง....อายุน้อย 100 ล้าน และ เสื้อผ้าออนไลน์ การตลาดเสมือน (virtual marketing) 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่12 3. กรณีศึกษางานวิจัยที่นักศึกษา ค้นคว้ามานำเสนอด้วยบทความและ ด้วย PowerPoint เรื่องที่ 1 การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาแปรรูปจากสมุนไพร เรื่องที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุทางการศึกษา ในร้านศึกษาภัณฑ์พาณิชย์ สาขาราชดำเนิน 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด
องค์ประกอบของสารสนเทศทางการตลาด		
การวิจัยการตลาด		
การพยากรณ์อุปสงค์ในอนาคต		
การพยากรณ์การขาย		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ด้านศึกษาบรรล ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนักศึกษาบรรลุตัวชี้วัด5.1 มีวิจรณ์ญาณในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการรวบรวมข้อมูลแปลความหมายและสื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับระบบสารสนเทศทางการตลาด และขั้นตอนการวิจัยตลาด

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- ได้ให้นักศึกษาดู VDO ผ่าน YOU tube เรื่องVDO you-tube เรื่อง.อายุน้อย 100 ล้าน, เสื้อผ้าออนไลน์การตลาดเสมือน (virtual marketing),What is Market Research? An Informative Presentation,Market Research Focus Group – Starbucksแล้วอภิปรายสรุป

ระบบสารสนเทศทางการตลาดคือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของบริษัทที่ได้รวบรวมสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ เพื่อให้ผู้บริหารงานใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจทางการตลาด ซึ่งต้องมีการรวบรวม ประมวลวิเคราะห์ เก็บรักษา และนำเสนอข้อมูลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วยระบบฐานข้อมูลภายในกิจการ การสืบข่าวทางการตลาดการวิจัยตลาดและการวิเคราะห์การสนับสนุนเพื่อการตัดสินใจทางการตลาด

การวิจัยการตลาด คือ การนำวิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาใช้ในการสังเกต การทดลอง การสำรวจ และการบันทึก ตลอดจนการวิเคราะห์อย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อให้ได้ความรู้เกี่ยวกับตัวผู้บริโภค และสภาพความเป็นไปของตลาด โดยที่การวิจัยการตลาดต้องมีการกระทำเป็นขั้นตอนหรือกระบวนการ

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 8 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 13
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 15 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 บทที่ 13
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31คน ขาดเรียน - คน
5. ชื่อบท บทที่ 13 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายและแนวคิดทางการตลาด ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด 1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร 2. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 3. การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives) 4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) 5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting) 6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน 7.การควบคุม (Control)	1.การให้นักศึกษาดูVDO you-tube/ภาพเกี่ยวกับขั้นตอนและแนวทางการวางแผนทางการตลาด แล้วตอบคำถามความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการตลาด 2.การบรรยาย ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 13 3.มอบหมายงานให้นักศึกษาแบ่งออกเป็น5 กลุ่ม เลือกทำแผนการตลาด กลุ่มละ 1 แผน และ จัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยทำการประกวดแผนการตลาด“The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อคณะกรรมการจำนวน 10 คน พร้อม จัด บูท เพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียน เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชมสินค้าของกลุ่ม 4. ให้นักศึกษาตอบคำถาม ทบทวนท้ายบทจากเอกสารประกอบการสอน	1. VDO you-tube/ภาพ เรื่อง ขั้นตอนและแนวทางการวางแผนทางการตลาด Marketing Plan: How to Get Started 2.PowerPoint ประกอบการสอน บทที่13 3. ข้อมูลของบริษัท 5 กลุ่มที่จะนำไปเขียนแผนการตลาด 3.1 หจก.ทักษิณมารีน 3.2 บริษัทดิอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด 3.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์ 3.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์ ชุมพร 3.5 ร้านแห่งปลาหมึกแห้ง 4.คำถามทบทวนท้ายบท 5. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	✓					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

- นักศึกษาบางคนมีคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนการตลาด

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

- VDO you-tube/ภาพ เรื่องขั้นตอนและแนวทางการวางแผนทางการตลาด Marketing Plan: How to Get Startedและอภิปรายสรุป ว่า ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาดประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Information analysis and executive summary)การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (Strengths,Weaknesses,Opportunities, Threats (SWOT) analysis)การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)
-การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)
การกำหนดงบประมาณ (Budgeting)
การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน (Sale, profit, and loss projection)
การควบคุม (Control)

ลงชื่อผู้สอน

(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 14
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 22 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 บทที่ 13
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31 คน ขาดเรียน 0 คน
5. ชื่อบท บทที่13 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
<p>ความหมายและแนวคิดทางการตลาด</p> <p>ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด</p> <p>1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร</p> <p>2. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค</p> <p>3. การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives)</p> <p>4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy)</p> <p>5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting)</p> <p>6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน</p> <p>7.การควบคุม (Control)</p>	<p>1.ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม5 กลุ่ม จัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยการประกวดการนำเสนอแผนการตลาด “The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อ คณะกรรมการจำนวน 6 คน พร้อมจัดบูทเพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียนเพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชมสินค้าของกลุ่ม</p> <p>2. การบรรยายสรุป ด้วย PowerPoint ประกอบการสอนของอาจารย์บทที่ 1-13</p>	<p>1.แผนการตลาดของกลุ่ม 5 กลุ่ม</p> <p>1.1 หจก.ทักษิณมารีน</p> <p>1.2 บริษัทอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด</p> <p>1.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์</p> <p>1.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์</p> <p>ชุมพร</p> <p>1.5 ร้านแห่งปลาหมึกแห้ง</p> <p>2. บูทแสดงผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท</p> <p>ผู้นำเสนอแผนการตลาด 5 บูท</p> <p>2. แบบประเมินการนำเสนอแผนการตลาด</p> <p>3. คณะกรรมการประเมินแผนการตลาดจำนวน 6 ท่าน ที่มาจาก</p> <p>ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รศ.ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ และคณาจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ สจล. วิทยาเขต</p> <p>ชุมพร</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวชี้วัด4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจรณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนรู้การสอน

.....

.....

.....

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

.....

.....

.....

ลงชื่อผู้สอน
(ดร.สุดาพร สวมม่วง)

วันที่ 22 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557

บันทึกหลังการสอน

1. สัปดาห์ที่ 15
2. รหัสวิชา 11607101 ชื่อวิชา การจัดการตลาด หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
3. วันที่สอน 29 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 บทที่13
4. จำนวนนักเรียน (เต็ม) 31 คน เข้าเรียน 31 คน ขาดเรียน 0 คน
5. ชื่อบท บทที่13 การวางแผนทางการตลาด (Marketing Plan)

หัวข้อ/เนื้อหาสาระ	กิจกรรม/วิธีการสอน	สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้
ความหมายและแนวคิดทางการตลาด	1. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม5 กลุ่ม จัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing) โดยการประกวดการนำเสนอแผนการตลาด “The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest” กลุ่มละ 30 นาที ด้วย PowerPoint ต่อ คณะกรรมการจำนวน 6 คน พร้อม จัด บูธเพื่อแสดงสินค้าของกลุ่มที่บริเวณชั้น 1 ของอาคารเรียนเพื่อให้ผู้ชมได้เข้าชม สินค้าของกลุ่ม	1.แผนการตลาดของกลุ่ม 5 กลุ่ม 1.1 หจก.ทักษิณมารีน 1.2 บริษัทดิอินฟินิตี้ สตาร์กรุ๊ปจำกัด 1.3 ร้านทีเอสพี อะไหล่ยนต์ 1.4 หจก.เซาท์วอเตอร์ น้ำดื่มทิพย์ ชุมพร 1.5 ร้านแห่งปลาหมึกแห้ง
ขั้นตอนการวางแผนทางการตลาด 1.การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและบทสรุปสำหรับผู้บริหาร การวิเคราะห์ข้อมูลภายในบริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลภายนอกเพื่อเสนอผู้บริหาร 2. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 3. การวางเป้าหมายทางการตลาด (Marketing Objectives) 4.การวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) 5. การกำหนดงบประมาณ (Budgeting) 6. การพยากรณ์ยอดขาย กำไร และขาดทุน 7.การควบคุม (Control)	2. บูธแสดงผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ผู้นำเสนอแผนการตลาด 5 บูธ 2. แบบประเมินการนำเสนอแผนการตลาด 3. คณะกรรมการประเมินแผนการตลาดจำนวน 10 ท่าน ที่มาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และคณาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ สจล. วิทยาเขตชุมพร 4.แบบประเมินการสอนวิชาการจัดการตลาด ออนไลน์	

6. ผลประเมินการใช้แผนการสอน

การใช้แผนการสอน	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
จุดประสงค์	√				
เนื้อหา	√				
ห้องเรียน/โรงฝึกงาน	√				
กิจกรรมการเรียนการสอน	√				
สื่อการสอน	√				
เครื่องมือ/อุปกรณ์	√				
เวลาที่ใช้	√				
การวัดและประเมินผล	√				
รวม					

7. ผลการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้านตามจุดประสงค์ของการเรียนรู้ (ประเมินหลังเรียน)

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียน					วิธีการประเมิน
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	รวม	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรง ต่อเวลารับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม	√					การสังเกต
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่ สำคัญในเนื้อหาที่ศึกษา	√					การทดสอบ
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และ ทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่าง เหมาะสม	√					การสังเกต การทดสอบ
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ	√					การสังเกต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผิดชอบต่อ วิชาชีพ และงาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศนักศึกษา บรรลุ ตัวชี้วัด5.1 มี วิจารณญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการรวบรวมข้อมูล แปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล	√					การสังเกต

8. ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการเรียนการสอน

.....

.....

.....

9. แนวทางการแก้ปัญหาของครูผู้สอนและผลที่ได้ (แนวทางการวิจัย)

.....

.....

.....

ลงชื่อผู้สอน
(ดร.สุดาพร สาวม่วง)

วันที่ 29 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557



ภาคผนวก ค
แบบประเมินการนิเทศการสอนโดยผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บันทึกการนิเทศครูผู้สอนรายบุคคล

ชื่อผู้รับการนิเทศ อาจารย์ ดร.สุดาพร สาวม่วง ผู้นิเทศ รองศาสตราจารย์ ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ
 วิชา การจัดการตลาด รหัสวิชา 11607101 ชั้นปี ที่1 หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ร.ร.	รายการนิเทศ	การปฏิบัติ		ผลการปฏิบัติ				หมายเหตุ
		มี	ไม่มี	ดีมาก	ดี	พอใช้	ปรับปรุง	
1	แผนการจัดการเรียนรู้							
	1.1 มีแผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน							
	1.2 การกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ตามตัวชี้วัดตาม หลักสูตร / ผลการเรียนรู้							
	1.3 กำหนดความรู้ที่คงทน/ผลของการจัดการเรียนการสอน							
	1.4 การดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับหลักสูตร และธรรมชาติของวิชา							
	1.5 การกำหนดสื่อประกอบการสอนและแหล่งเรียนรู้							
	1.6 กำหนดวิธีการวัดประเมินผล							
2	ลำดับขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน							
3	การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ /นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน							
4	กิจกรรมพัฒนาคุณภาพผู้เรียนตามจุดเน้นของกระทรวง							
5	การใช้สื่อ ประกอบการเรียนการสอน							
6	การกำหนดเวลาในการทำกิจกรรมการเรียนรู้							
7	มีการวัดผลก่อนเรียน และหลังเรียนในแต่ละบทเรียน							
8	การวัดและประเมินผลด้วยวิธีการที่หลากหลายและสอดคล้องกับหลักสูตร และประเมินความรู้ความสามารถของผู้เรียน							
9	มีการกำกับติดตาม นักเรียนที่มีปัญหาหรือไม่เข้าใจในบทเรียนของรายวิชาที่สอน ดำเนินการช่วยเหลือ/ แก้ไข							
10	การบันทึกหลังสอน และการนำผลการบันทึกหลังสอนมาแก้ไข / พัฒนา							

ข้อเสนอแนะของผู้นิเทศ

1. พฤติกรรมครู

.....

2. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อนักศึกษาบทความวิจัยในแต่ละบทเรียน
กรณีศึกษาที่ 1-32

ลำดับ ที่	ชื่อเรื่อง
1	ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทานและประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม (นายภุชญา บุตรชา)
2	การตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา (น.ส.เกศลาวัลย์ สังขมรรทร)
3	การสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (น.ส.เกษศิริรินทร์ ไชยดั่ง)
4	องค์ประกอบการรณรงค์การตลาดเชิงการกุศลที่มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนของผู้บริโภคไทย (น.ส.คณิงนิจ มณีแดง)
5	ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยไปประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น (น.ส.ชุตานัญญู บุญเอื้อวรภัทร์)
6	การบริหารจัดการกลยุทธ์เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) (นายโชคชัย สุดจิตร)
7	พฤติกรรมการซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของชาวสวนยางพาราในจังหวัดชุมพร (นายทศพร ยืนยง)
8	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (น.ส.ธัญญาพร กาญจนคลอด)
9	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์สปอร์ตเอกซนประสงค์ (เอส ยู วี) (นายนริศพล อิศรางกูร ณ อยุธยา)
10	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสเซ็นเตอร์ (นางสาวนิปัทม์ ทองเอียง)
11	การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากของธนาคารพาณิชย์และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐในเขตอำเภอเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร (น.ส.เนตรทราย รุ่งสกุล)
12	การประยุกต์แบบจำลองโซ่อุปทานเพื่อการประเมินสมรรถนะของโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกรีไซเคิล (นายบุญฤทธิ์ มีอินทร์)
13	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี (น.ส.ปวีณา จินดาพรหม)
14	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร (น.ส. ประไพพิศ วงศ์พยัคฆ์)
15	ความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิกความงามในเขตกรุงเทพมหานคร (น.ส.ภรณ์สุดา พยัญตา)
16	การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของคนกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภายหลังจากวิกฤติอุทกภัยปี 2554 (นายรุ่งอรุณ อรุณสันติเดชา)
17	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ความภักดีต่อตราสินค้า และความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทมราเวล เอเจนซี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นายวีระยุทธ เหมรังคะ)
18	การรับรู้ของผู้บริโภคต่อเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อมือถือหน้าจอสัมผัสและการแบ่งส่วนตลาดตามการรับรู้ (น.ส. สวรรยา นาควิรัตน์)
19	การส่งออกของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (นายสรรชัย ปันสีล)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20	คุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสยามเมฆ (น.ส. สิริรัก บุญมี)
21	กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจเบเกอรี่ (น.ส. สุภาพร ไสยะอาด)
22	องค์ประกอบของธุรกิจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในจังหวัดชุมพร (นายอดิศักดิ์ สุขมากผล)
23	พฤติกรรมการใช้และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท feacbook ในด้านปัจจัยทางการตลาดในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี (นายอภิชาติ แพทย์ปรีชา)
24	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร (น.ส. อรวรรณ นพรัตน์)
25	ปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการผลิตกุ้งขาว (Litopenaeus vanamei) เกษตรกรในอำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา (นายอรุณ จรรยา)
26	ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและความสามารถของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (นายอิสระพงศ์ จันทร์ณรงค์)
27	การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจอู่ซ่อมรถยนต์ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น (นายอิสระพงศ์ มณีประวัต)
28	ตัวแบบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดกลยุทธ์นวัตกรรมทางการตลาดและความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีต่อการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานการตลาดในโรงแรมระดับสี่และห้าดาวในประเทศไทย (นายอุกฤษฏ์ ดีทองอ่อน)
29	การศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาแปรรูปจากสมุนไพรร (น.ส. อุมาวดี รักชื่อ)
30	ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุทางการศึกษาในร้านศึกษาภัณฑ์พาณิชย์ สาขาราชดำเนิน (น.ส.ฮาบี๊ะ สดอหลง)
31	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมตัดสินใจการใช้บริการทวิเมตรของลูกค้านักการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรจังหวัดเพชรบุรี (นางสาวศศิกันต์ กาญจนสมบูรณ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบทดสอบตนเองก่อนเรียน (Pre-test)

วิชากลยุทธ์การจัดการตลาดสมัยใหม่เพื่อการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ AEC

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง กลยุทธ์การจัดการตลาดสมัยใหม่เพื่อการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ AEC ก่อนการเรียน (Pre-Test) 15 นาที

คำชี้แจง ข้อสอบมีทั้งหมด 2 ข้อ ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนอธิบายสั้นๆ ในกระดาษคำตอบ แบบ A4

1. จงตอบคำถามสั้นๆต่อไปนี้
 - 1.1 ประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้ง10 ประเทศประกอบไปด้วยประเทศใดบ้าง....
 - 1.2 การตลาดหมายถึงอะไร.....
 - 1.3 ส่วนประสมทางการตลาด 4 P's หมายถึงอะไร
2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดคืออะไร สามารถแบ่งได้กี่ประเภท และการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมีประโยชน์อย่างไร จงอธิบาย.....

.....ขอให้โชคดี.....



แบบทดสอบหลังเรียน (Post-test)

ข้อสอบวิชาการจัดการตลาด (11607101) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ประจำภาคการศึกษาที่ 1/2557

สอบวันที่ 13 ธันวาคม 2557 เวลา 09.00-12.00 น. ณ ห้องเรียนระดับปริญญาโท

ผู้ออกข้อสอบ อาจารย์ดร.สุตาพร สาวม่วง

คำชี้แจง

1. ข้อสอบวิชาการจัดการตลาดนี้มีทั้งหมด 34 ข้อ จำนวน 5 หน้า รวมคะแนนเต็ม 100 คะแนน ให้เวลา 3 ชั่วโมง
2. การให้คะแนน
 - 2.1 ข้อสอบข้อที่ 1- 32 เป็นข้อสอบอัตนัย ให้คะแนน ข้อละ 3 คะแนน ให้นักศึกษาเขียนคำตอบพอสังเขป ลงในสมุดคำตอบของสถาบันที่เตรียมไว้ให้เท่านั้น หากต้องการสมุดคำตอบเพิ่มเติมสามารถขอได้ที่กรรมการผู้คุมสอบ
 - 2.2 ข้อสอบข้อที่ 33-34 เป็นแบบเลือกตอบ ง่ายมาก ให้คะแนน ข้อละ 2 คะแนน โดยให้ทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงบนข้อที่ต้องการ และเขียนอธิบายเหตุผลประกอบลงในกระดาษข้อสอบ ถ้าเขียนเหตุผลครบทุกช่อง ให้คะแนนเต็มไปเลย (ให้โบนัส)
3. ห้ามนำเครื่องมือสื่อสารทุกชนิดเข้าห้องสอบ
4. อนุญาตให้นำเอกสารประกอบการสอน และ หนังสือ ตำรา เข้าห้องสอบได้ (Open books)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อสอบ**บทที่ 1**

1. จงอธิบายความหมายของคำว่า “การตลาด” และ “การจัดการตลาด” มาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
2. ทำไมทุกวันนี้ นักการตลาดจึงต้องมีการสร้างคุณค่าและความพอใจให้แก่ลูกค้า (3 คะแนน)

บทที่ 2

3. เพราะเหตุใดเราจึงเรียกสิ่งแวดล้อมภายนอกธุรกิจว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (3 คะแนน)
4. การวิเคราะห์ SWOT คืออะไร มีประโยชน์อย่างไร จงอธิบาย (3 คะแนน)

บทที่ 3

5. BCG Model และ GE Model คืออะไร มีประโยชน์อย่างไรจงอธิบาย (3 คะแนน)
6. ในการจัดทำแผนการตลาดจะต้องทำอย่างไร พร้อมทั้งอธิบายรูปแบบของการเขียนแผนการตลาด มาพอเข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 4

7. ระบบสารสนเทศทางการตลาดคืออะไร และประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญกี่องค์ประกอบ จงอธิบายพอสังเขป (3 คะแนน)
8. จงอธิบายกระบวนการวิจัยตลาดมาให้เข้าใจพอสังเขป (3 คะแนน)

บทที่ 5

9. การแบ่งส่วนตลาดคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร พร้อมทั้งอธิบายระดับของการแบ่งส่วนตลาดมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
10. ท่านมีวิธีสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างไรบ้างจงอธิบาย (3 คะแนน)

บทที่ 6

11. จงอธิบายการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ซื้อที่ยึดหลัก 7Os มาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
12. พฤติกรรมผู้บริโภคคืออะไร พร้อมทั้งอธิบายโมเดลของพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคมาพอเข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 7

13. เราสามารถจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ได้กี่ประเภท อะไรบ้าง จงอธิบาย พอเข้าใจ (3 คะแนน)
14. จงอธิบายกลยุทธ์ต่างๆทางการตลาดที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์บริโภคแต่ละชนิดมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 8

15. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่คืออะไร และเราสามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ออกได้เป็นกี่ประเภท จงอธิบาย พร้อมทั้งบอกปัจจัยที่นำความสำเร็จมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (3 คะแนน)

16. วงจร ชีวิตผลิตภัณฑ์แบ่งได้เป็นกี่ขั้นตอน จงอธิบาย พร้อมทั้งบอกรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนมาพอเข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 9

17. จงอธิบายขั้นตอนการกำหนดนโยบายราคามาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
18. จงอธิบายปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการกำหนดราคาสุดท้ายมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 10

19. เครือข่ายที่มีคุณค่าคืออะไร และการบริหารเครือข่ายที่มีคุณค่าจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างไรบ้างจงอธิบาย(3 คะแนน)
20. จงอธิบายสาเหตุของความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในช่องทางการตลาดว่าเกิดขึ้นเหตุใดบ้าง (3 คะแนน)

บทที่ 11

21. การค้าปลีกคืออะไร และเราสามารถแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกออกได้กี่ประเภท จงอธิบาย (3 คะแนน)
22. โลจิสติกส์ทางการตลาดคืออะไร มีความสัมพันธ์อย่างไรกับโซ่อุปทาน จงอธิบาย (3 คะแนน)

บทที่ 12

23. จงอธิบายความหมายของการส่งเสริมการตลาดหรือการติดต่อสื่อสารทางการตลาดมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
24. ท่านมีวิธีกำหนดงบประมาณในการติดต่อสื่อสารอย่างไรบ้าง จงอธิบาย (3 คะแนน)

บทที่ 13

25. ท่านมีวิธีประเมินผลการโฆษณาโดยวิธีการใดบ้างจงอธิบาย (3 คะแนน)
26. การประชาสัมพันธ์คืออะไร พร้อมทั้งอธิบายการประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มาให้เข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 14

27. ทุกวันนี้ บทบาทและหลักการที่สำคัญของการขายโดยบุคคลได้แก่อะไรบ้าง จงอธิบายมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
28. การตลาดอิเล็กทรอนิกส์คืออะไร พร้อมทั้งบอกแนวทางในการทำการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาให้เข้าใจ (3 คะแนน)

บทที่ 15

29. ในแผนกการตลาดจะต้องสร้างความสัมพันธ์กับแผนกอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ แผนกเหล่านั้นได้แก่อะไรบ้าง พร้อมทั้งบอกกลยุทธ์ ในการสร้างความสัมพันธ์ กับแต่ละแผนกมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)
30. การควบคุมทางการตลาดประกอบด้วยอะไรบ้าง จงอธิบายรายละเอียดของแต่ละวิธีมาให้เข้าใจโดยละเอียด(3 คะแนน)

บทที่ 16

31. แรกกดดันทางการแข่งขัน 5 ประการ (Five Forces Model) และกลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานของ Porter กล่าวถึงอะไรบ้างจงอธิบาย (3 คะแนน)
32. จงอธิบายวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศมาให้เข้าใจ (3 คะแนน)

33. ให้ท่านสรุปว่า ตัวท่านได้มีการเรียนรู้ 5 ด้านตามมาตรฐานการเรียนรู้ในระดับใดก่อนการเรียนวิชาการจัดการตลาด โดยการทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่อง สีเหลี่ยม โดย แต่ละช่องมีความหมายดังนี้

ดีมาก ระดับผลการเรียน 4 คะแนน

ดี ระดับผลการเรียน 3 คะแนน

ปานกลาง ระดับผลการเรียน 2 คะแนน

ปรับปรุง ระดับผลการเรียน 1 คะแนน

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียนก่อนการเรียน				โปรดระบุเหตุผลว่าทำไมให้คะแนน ตัวเองเท่านั้น
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง	
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรงต่อเวลา รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม					
2.ความรู้ นักศึกษาบรรลุต ะดับ 2.1 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการและทฤษฎีที่สำคัญใน เนื้อหาที่ศึกษา					
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถประยุกต์ ความรู้และทักษะกับการแก้ไข ปัญหาได้อย่างเหมาะสม					
4.ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ตัวชี้วัด 4.1 มีความรับผิดชอบต่อ วิชาชีพและงาน					
5.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ นักศึกษาบรรลุต ะดับ ตัวชี้วัด 5.1 มีวิจารณ์ญาณในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในการ รวบรวมข้อมูลแปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

34. ให้ท่านสรุปว่า ตัวท่านได้มีการบรรลุพัฒนาการเรียนรู้ 5 ด้านตามมาตรฐานการเรียนรู้ในระดับใดใน
วิชาการจัดการตลาดหลังการเรียนเมื่อท่านเรียนจบวิชานี้แล้ว โดยการทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่อง สีเหลี่ยม
โดย แต่ละช่องมีความหมายดังนี้

ดีมาก ระดับผลการเรียน 4 คะแนน

ดี ระดับผลการเรียน 3 คะแนน

ปานกลาง ระดับผลการเรียน 2 คะแนน

ปรับปรุง ระดับผลการเรียน 1 คะแนน

มาตรฐานการเรียนรู้ 5 ด้าน	ระดับผลการเรียนหลังการเรียน					โปรดระบุเหตุผลว่า ทำไมให้คะแนน ตัวเองเท่านี้
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ปรับปรุง		
1.คุณธรรมจริยธรรม ตัวชี้วัด 1.4 มีวินัยตรงต่อ เวลารับผิดชอบต่อตนเอง และสังคม.						
2.ความรู้ นักศึกษابرรลุ ตัวชี้วัด 2.1 มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับหลักการและ ทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาที่ ศึกษา						
3.ทักษะทางปัญญา ตัวชี้วัด 3.3 สามารถ ประยุกต์ความรู้และทักษะ กับการแก้ไขปัญหาได้อย่าง เหมาะสม						
4.ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและความ รับผิดชอบ ตัวชี้วัด 4.1 มีความ รับผิดชอบต่อ วิชาชีพและ งาน						
5.ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษابرรลุ ตัวชี้วัด 5.1 มีวิจารณญาณ ในการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศในการรวบรวม ข้อมูลแปลความหมายและ สื่อสารข้อมูล						

*****ขอให้โชคดี*****

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบฟอร์มการประเมินการนำเสนอแผนการตลาด

โครงการประกวดแผนการตลาด “The First KMITL M.B.A. PCC – Marketing Planning Contest”
ประจำปีการศึกษาที่ 1/2557

ชื่อแผนการตลาด.....

หัวข้อประเมิน	คะแนน เต็ม	คะแนน ที่ได้
1. ความชัดเจนและเหมาะสมในการนำเสนอ		
1.1 รูปแบบการนำเสนอ	2	
1.2 ระยะเวลาการนำเสนอ	2	
1.3 ความชัดเจนในการนำเสนอ	2	
1.4 การนำเสนอด้วยสื่อ	2	
1.5 ความชัดเจนในการตอบคำถาม	2	
รวมคะแนน	10	
2 ความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน		
2.1 ความเป็นไปได้ของสินค้าหรือบริการ	2	
2.2 ภาพรวมของแผนการตลาด	3	
รวมคะแนน	5	
3 การจัดแสดงสินค้า		
3.1 ภาพรวมของการจัดแสดงสินค้า	5	
รวมคะแนน	5	
รวมคะแนนทั้งสิ้น	20	

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ กรรมการ
(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ช
ภาพการประกวดแผนการตลาดของนักศึกษา 5 ทีม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ผู้เรียน 31 คน และคณะจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนการตลาดน้ำทิพย์ชุมพร หก. เซาว์เวอร์



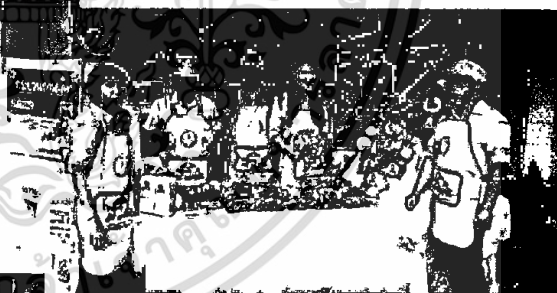
แผนการตลาด เอส ที พี อะไหล่ยนต์



แผนการตลาดบริษัทอินฟินิตี้สตาร์กรุ๊ป



แผนการตลาดร้านเหม่งปลาหมึกแห้ง



แผนการตลาด หก. ทักษิณ มารีน



ภาพประกวดแผนการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
สรุปค่าใช้จ่ายการดำเนินโครงการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบรายงานการใช้จ่ายเงินโครงการวิจัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แหล่งงบประมาณแผ่นดิน (แบบปกติ) แหล่งเงินรายได้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)รูปแบบการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ 5 ด้าน ของ
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
จังหวัดชุมพร.

(ภาษาอังกฤษ) (The pattern of learning affecting on the learning achievement of the five standard criteria
of MBA Students King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Prince of Chumphon Campus)

ชื่อ-สกุลหัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน/ผู้วิจัย (อ./ดร./ผศ./รศ./ศ.) สุดาพร สวมม่วง.....

รายงานในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึง 30 มิถุนายน 2558.....

ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี เดือน - ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2558.....

ข้อมูลการรายงานค่าใช้จ่ายงบประมาณโครงการวิจัย

1. การเบิกจ่ายงบประมาณ (กรณีการจ่ายเงินถ้าจ่ายงวดเดียวให้ลบข้อที่ไม่เกี่ยวข้องออก)
งวดที่ 1.....70,000 บาท 100 % วันที่ได้รับอนุมัติให้เบิกจ่ายเงิน (ป/ค/ว) 5 ธันวาคม 2557.....
2. สรุปงบประมาณค่าใช้จ่ายที่ใช้นับตั้งแต่เริ่มทำการวิจัยถึงปัจจุบัน (จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่าย)

หมวดค่าใช้จ่าย	งบประมาณรวมทั้งโครงการ	ค่าใช้จ่าย (บาท)	คงเหลือ (หรือเกิน)
งบบุคลากร :ค่าจ้างชั่วคราว			
งบดำเนินงาน			
ค่าตอบแทน			
ค่าใช้จ่าย	60,500	60,500	0
ค่าวัสดุ	9,500	9,500	0
ค่าสาธารณูปโภค			
งบลงทุน: ค่าครุภัณฑ์			
รวม	70,000	70,000	0

(.....)

ลงนามหัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน

(.....)

ลงนามเจ้าหน้าที่การเงิน/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้แก้ไข/ปรนเปรย/ได้แก่การค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ – สกุล

ดร.สุดาพร สาวม่วง

DR.SUDAPORN SAWMONG เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3 8602 00021 51 3

2. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

โทรศัพท์ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705

มือถือ: 08-1178-7305

E-mail address: kssudapo@kmitl.ac.th, sudaporn_40@yahoo.co.uk

3. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: กศบ. (การวัดและประเมินผล) มหาวิทยาลัยศรี

นครินทร์วิโรฒิ ประสานมิตร, 2527

ปริญญาโท: ค.ม. (การวัดและประเมินผล)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

ปริญญาเอก: D.B.A (Marketing)

The International University, USA, 2547

: Ph.D. (International Business Studies), UK, 2549.

4. ประวัติการทำงาน

เจ้าหน้าที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายวางแผนฝึกอบรมบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป

ผู้เชี่ยวชาญด้านการค้าปลีก บริษัท บิกซี-คาสีโนกรุ๊ป ฝรั่งเศส

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต (D.B.A.) มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

ปัจจุบัน ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) สจล.วิทยาเขตชุมพร

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

ผลงานวิจัย

[1] เป็นผู้ร่วมวิจัยในประเทศสหราชอาณาจักร (UK) ชื่อโครงการวิจัย “The Store Loyalty of the UK’s retail consumers” , 2007

แหล่งทุน Journal of Food Product Marketing.

[2] เป็นหัวหน้าโครงการวิจัยในประเทศไทย ชื่อโครงการวิจัย “Demographics classification of the consumer by using Neural Network” , 2008.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งทุน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

[3] เป็นผู้ร่วมวิจัยในประเทศไทย ชื่อโครงการวิจัย “Community Satisfaction toward Public Services Provider of Khlong Sam Administration Organization in Sub-district Khlong Luang Pathum-thani Province”, 2011

แหล่งทุน องค์การบริหารส่วนปกครองท้องถิ่น ตำบลคลองสาม จังหวัดปทุมธานี

[4] เป็นหัวหน้าโครงการวิจัยในประเทศไทย ชื่อโครงการวิจัย “การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายแรงงานต่างชาติ, 2557

แหล่งทุน: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดจันทบุรี

[5] เป็นหัวหน้าโครงการวิจัยในประเทศไทย ชื่อโครงการวิจัย “การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ, 2557.

แหล่งทุน: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดจันทบุรี

บทความวิจัยที่นำเสนอในที่ประชุมวิชาการและตีพิมพ์ในเอกสารประชุมวิชาการ (Proceeding)

[6] Demographics classification of the consumer by using Neuro-Fuzzy (DecNeF), Proceeding of American Society Business and Behavioral Science (ASBBS,USA), 2003, Vol. 1, pp. 1411-1417.

[7] International Retailing: the Current Aspects on Diversification of UK Companies, Proceeding of The Global Business and Economics Research Conference, Istanbul, Turkey, 2003.

[8] British Retail Consumer Demographics Classification by Using Neural Network, Proceeding of the International Academy of Business and Public Administration Disciplines (IABPAD,USA), 2004, Vol. 1, No. 1, pp.1-10.

[9] International Retailing and Distribution on the expansion of UK's companies, Proceeding of American Society Business and Behavioral Science (ASBBS,USA), 2004, Vol. 11, No.1, pp. 1298-1204.

[10] The Store Loyalty of Thai Retail Consumer, Proceeding of Business Administrative, Eastern Asia University, Thailand. 12 December 2007.

[11] The Model of Market Orientation, Service Orientation, Organizational Factors and Services Innovation influencing the Business Performance of Spas for Health in Thailand” The International Academy of Business and Public Administration Disciplines , International Academy of Business and Public Administration Disciplines (IABPAD) Conference Proceedings. October 25-28, 2012, Las Vegas, Nevada. USA.

[12] Marketing Straegy Model of European Passengers Car for Thailand Automobile Market The Academy of Marketing Conference, 2-5 July 2012, Southampton, UK.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

[3] เป็นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิจัยวารสารต่างประเทศ Journal of Business & Retail Management Research, London, UK. www.jbrmr.com

[4] เป็นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิจัย วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา หันตรา

[5] เป็นผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิจัย วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตกรุงเทพ

[6] เป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ สอบวิทยานิพนธ์ นักศึกษา มหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต หลักสูตรภาษาไทย และหลักสูตรนานาชาติ จำนวนมากกว่า 500 เรื่อง ทั้งมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและประเทศสหราชอาณาจักร

[7] เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษางานวิจัย มหาวิทยาลัยต่างๆ องค์กรต่างๆ เช่น ธกส.

[8] เป็นวิทยากรบรรยาย วิชาเกี่ยวกับ ระเบียบวิธีวิจัยและสถิติทางด้าน บริหารธุรกิจ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ด้านบริหารการศึกษา และ ด้านบริหารการบิน ให้กับ นักศึกษาระดับปริญญาโทและเอก

[9] เป็นวิทยากรฝึกอบรม แนวทางการเพิ่มผลผลิต ผู้ประกอบการการ ผู้ผลิต ด้านการเขียนแผนธุรกิจ และการสร้างตราสินค้า

[10] เป็นวิทยากรฝึกอบรมการทำวิจัยในชั้นเรียน

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 1

1. ชื่อ - สกุล

อ.วัชระ ศิลป์เสวตร

Mr. vajara sillapasaweatr

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-8603-00110-29-1

3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-4329-934

E-mail address: vajara59@gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: ศศ.บ.(การบริหารทั่วไป), 2546

ปริญญาโท:ร.บ.ม.(การบริหารทั่วไป), 2548

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] การประเมินผลการพัฒนาศักยภาพในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอุบัติเหตุทางถนนอย่างเป็นระบบ สถาบันพระปกเกล้า, 2549.

[2] การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. สถาบันพระปกเกล้า, 2550.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

[3] นักการเมืองถิ่นจังหวัดชุมพร.สถาบันพระปกเกล้า, 2553.

[4] การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. สถาบันพระปกเกล้า, 2554.

[5] บทบาทของสภาองค์กรชุมชนต่อการพัฒนาประชาธิปไตย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร, 2555.

[6] ประสิทธิภาพการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สภาวิจัยแห่งชาติ, 2556.

[7] โครงการศึกษาเครือข่ายธุรกิจป้อนงานศพ. คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 2

1. ชื่อ – สกุล

ผศ.จรรยา ลิมปapakul

Asst. Prof. Janja Limpapakul

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-1005-03039-01-6

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-2781-149

E-mail address :janjalim@gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี:บชบ, (การต้นทุน) 2521.

ปริญญาโท: บช.ม. (การต้นทุน), 2524

5.ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] รูปแบบการดำเนินงานธุรกิจการธนาคารของ ธ.ก.ส. ในพื้นที่ชายแดนติดต่อกับประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการค้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC), 2557

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 3

1. ชื่อ – สกุล

ดร.เพ็ชรารณณ์ ชัชวาลชาญชนกุล

Petcharaporn Chatchawanchanankij

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-1017-02243-81-1

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-3766-689

E-mail address : petch2007@hotmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: นต. (นิติศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

: ศบ.บ (เศรษฐศาสตร์บัณฑิต สาขาการคลัง มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาโท: รพม. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยสยาม

ปริญญาเอก: ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2556 มหาวิทยาลัยสยาม

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนองานวิจัย

[1] การจัดทำโครงสร้างฐานข้อมูลทรัพย์สินทางวัฒนธรรมพื้นที่ภาคใต้ และการพัฒนา, 2553 (ผู้ช่วยวิจัยโครงการย่อย)

[2] สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมพื้นที่ภาคใต้ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปีงบประมาณ 2553 (ผู้ช่วยวิจัยโครงการย่อย)

[3] โครงการวิจัยผลการดำเนินงานโครงการเพิ่มศักยภาพผู้ว่างงานเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน (ต้นกล้าอาชีพ) ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักนายกรัฐมนตรี ปีงบประมาณ 2553 (ผู้ช่วยนักวิจัย)

[4] การพัฒนาพื้นที่คลองเตย และพื้นที่ท่าเรือมาบตาพุด และแหลมฉบัง” ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สำนักนายกรัฐมนตรี ปีงบประมาณ 2554 (ผู้ช่วยโครงการวิจัยย่อย)

[5] การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายยุทธศาสตร์การส่งเสริมการจัดการศึกษาของเอกชนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานประเภทอาชีวศึกษาได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก สภาการศึกษา ปีงบประมาณ 2554 (ผู้ช่วยโครงการวิจัย)

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 4

1. ชื่อ - สกุล

ดร.สมยศ ตีรนวัฒนานันท์

Dr. Somyos Tiranawatananun

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-8603-00110-29-1

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 082-6449-987

E-mail address: somyos@majorette.co.th

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: กศบ. (บัญชี), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 1988

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริญญาโท: บธ.ม (บริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์1996

ปริญญาเอก: บธ.ด.(การตลาด), มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2555,

5.ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างชาติ, 2557

[2] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ, 2557

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 5

1. ชื่อ – สกุล

ดร.บุญฤทธิ์ ผ่องเมธินทร์

Dr. Boonyarit Phongmekhin

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-10070-0485-79-5

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-822-8484

E-mail address: rit@thaiyarnyon.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: BBA. (Finance), University of Detroit, Michigan, USA, 2527

ปริญญาโท: MA. (Economics) University of Detroit, Michigan, USA, 2528

ปริญญาเอก: บธ.ด.(การตลาด), มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2554

5.ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ, 2557

[2] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างชาติ, 2557

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 6

1. ชื่อ – สกุล

ดร.ภัทรศศิริ พรประภา

Dr.Patrasasi Phornprapha

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-1015-00089-79-0

3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-833-4771

E-mail address: ppatrasasi@yahoo.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: B.B.A. (Accounting), Assumption Business Administration College, 2530

ปริญญาโท: MA. (The communication of Arts), Bangkok University, 2534

ปริญญาเอก: บธ.ด. (การตลาด), มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย 2555,

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อกับประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต่างๆ, 2557

[2] การดำเนินงานธุรกิจการธนาคารในพื้นที่ชายแดนติดต่อกับประเทศกัมพูชา ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเตรียมความพร้อมการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กรณีศึกษา: รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อกลุ่มลูกค้าแรงงานต่างชาติ, 2557

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 7

1. ชื่อ – สกุล

ดร.ไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา

Dr. Pairat Pornpandaewittaya

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-6099-00205-94-3

3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 081-833-4771

E-mail address: focusaudit@gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: บธ.บ. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2530

ปริญญาโท: บธ.ม. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539

ปริญญาเอก: ปร.ด. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] Ethical Decision Making of Auditors in Thailand: Effects on Professional Image, Audit Trustworthiness and Customer Commitment, 2009

[2] The Effects of Teamwork of Auditors on Organizational Commitment and Performance: Evidence in Thailand, 2009

[3] The Effect of International Mergers on Performance, 2006

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 8

1. ชื่อ – สกุล

ดร.พรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก

Dr. Porntip Chummeangpak

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3-1007-01136-86-7

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541 และ 0-7750-6410

มือถือ: 081-833-4771

E-mail address: tiptip_bkk@hotmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี: บธ.บ. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1987

ปริญญาตรี: บธ.บ. (บัญชี) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1989

ปริญญาโท: บธ.ม. (บัญชี) มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 1997

ปริญญาโท: ค.ม. (การศึกษาเด็กปฐมวัย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2002

ปริญญาเอก: ปร.ด. (การบัญชี) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

[1] Accounting Knowledge Management Process Capability of Accounting Firms in Thailand: An Empirical Investigation of the Antecedents and Consequences, 2013

[2] Accounting Knowledge Management Process Capability of Accounting Firms in Thailand, 2013

An Empirical Investigation of the Antecedents and Consequences, 2013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

[3] Household Accounting Knowledge Management Strategy: Empirical Evidence and Implications from Thailand, 2012

[4] Accounting Innovation: The effect on Job Success of Accountant in Thai-Listed Firms, 2011

[5] Effectiveness of Management Accounting Implementation, Decision Making Quality and

Performance: An Empirical Study of Thai-Listed Firms, 011

[6] Audit Strategy of CPAs in Thailand: How Does It Affect Audit Effectiveness and Stakeholder Acceptance, 2009

Auditor Expertise, Audit Quality and Client Acceptance, 2007

[7] The relationship among competitive strategy, total quality management (TQM) practices and organizational performance: A conceptual paper, 2007

[8] Knowledge Transfer in Multinational Enterprises: A Conceptual Model, 2007

ผู้ร่วมวิจัย ลำดับที่ 9

1. ชื่อ – สกุล

ผศ.ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

Asst. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน

3 8602 00021 51 3

3. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

ที่ทำงาน: 0-7750-6422 ต่อ 4705 และ 4541

มือถือ: 08-2499-9522

E-mail address: b.dr.chanathat2013@gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี : บธ.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร) (เกียรตินิยม อันดับสอง) สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,

ปริญญาโท : บธ.ม.(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาเอก: พร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยสยาม, 2556

5. ประสบการณ์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ/หรือที่ผ่านมา ทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย

ผลงานวิจัย

- [1] การศึกษาวิจัยการพัฒนาสินทรัพย์ชุมชนเชิงเศรษฐกิจ ปี 2550 (ผู้ร่วมโครงการ)
 - [2] การบริหารจัดการสินทรัพย์ชุมชนเชิงเศรษฐกิจในเขตพื้นที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ปี 2551 (หัวหน้าโครงการวิจัย)
 - [3] การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาปี 2552 (ผู้ร่วมโครงการ)
 - [4] การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจชุมชนในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี 2552 (หัวหน้าโครงการ)
 - [5] ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารจานด่วน (Fast Food) ของพนักงานบริษัทในสวนอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี2554 (หัวหน้าโครงการ)
- การนำเสนองานวิจัยต่างประเทศ
- [6] Competitive Advantage For Entrepreneurship In Ampore Phra Nakhon Sri Ayutthaya, Phra Nakhon Sri Ayutthaya Province, Thailand. American University of Rome Italy. 2012
 - [7] Human Resource Management at Rojana Industrial Zone Ayutthaya Province. Germany. 2013

รางวัลที่ได้รับ

- นักวิจัยดีเด่นทางสังคมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปี พ.ศ. 2551
- นักวิจัยดีเด่นทางด้านบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ปี พ.ศ. 2553
- นักวิจัยดีเด่นทางสังคมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ปี พ.ศ. 2556