



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.๓)

รหัสวิชา ๓๐๗๐๒๒๐๘

๓ หน่วยกิต

ชื่อวิชา หลักการตลาดในยุคดิจิทัล

นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ ๒ (เทียบโอน)

ประจำภาคการศึกษา ที่ ๑/ ๒๕๖๔

คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยนครพนม

มคอ. ๓ รายละเอียดของรายวิชา

รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการของแต่ละรายวิชาเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนสอดคล้องและเป็นไปตามที่วางแผนไว้ในรายละเอียดของหลักสูตรซึ่งแต่ละรายวิชาจะกำหนดไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาความรู้ในรายวิชา แนวทางการปลูกฝังทักษะต่างๆ ตลอดจนคุณลักษณะอื่นๆที่นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน วิธีการเรียน การสอน การวัดและประเมินผลในรายวิชา ตลอดจนหนังสือหรือสื่อทางวิชาการอื่นๆที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังกำหนดยุทธศาสตร์ในการประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุง

ประกอบด้วย ๗ หมวด ดังนี้

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยนครพนม

คณะ/วิทยาลัย วิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

ภาษาไทย หลักการตลาดในยุคดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ Principles of Marketing in Digital Era

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต

ทฤษฎี

๓ ชั่วโมง/สัปดาห์

ปฏิบัติ

- ชั่วโมง/สัปดาห์

ศึกษาด้วยตนเอง

๓ ชั่วโมง/สัปดาห์

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ ☒ สำหรับหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

☐ หลายหลักสูตร (หลักสูตรที่ใช้รายวิชานี้เป็นรายวิชาเลือกทั่วไป /รายวิชาศึกษาทั่วไป)

๓.๒ ประเภทของรายวิชา

☐ วิชาศึกษาทั่วไป กลุ่มวิชา.....

☒ วิชาเฉพาะ (วิชาแกน วิชาเฉพาะด้าน วิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ)

☐ วิชาเลือก

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้สอนและผู้รับผิดชอบรายวิชา

อาจารย์ศิริวรรณ เพชรไพร เลขบัตรประจำตัวประชาชน ๕๓๒๐๕๙๐๐๙๖xxx ตำแหน่งทาง

วิชาการ อาจารย์ คุณวุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

๕.ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา ๑ /๒๕๖๔ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีเทียบโอน

๖.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

๗.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

☒ ในสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม (ห้อง ๕๐๗ คณะวิทยาการจัดการฯ)

☐ นอกสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ ๑๔ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๓

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้นักศึกษาเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ดังต่อไปนี้

- ๑.๑ เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจแนวคิดด้านการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคม
- ๑.๒ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงกระบวนการดำเนินการตลาดดิจิทัล การสร้างและออกแบบเนื้อหาและสื่อที่ใช้ในการขายและสื่อสารการตลาด รวมถึง การวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล
- ๑.๓ เพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและกระบวนการตลาดดิจิทัล เป็นแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

รายวิชานี้เปิดสอนเป็นครั้งแรก

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญของการตลาดดิจิทัลต่อธุรกิจ ผู้บริโภค และสังคม การใช้เว็บไซต์ เครือข่าย สังคม และโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเป็นช่องทางการขายและการสื่อสารการตลาด ฐานข้อมูลของลูกค้าเพื่อการตลาดดิจิทัล การแบ่งส่วนตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย การสร้างเนื้อหา การออกแบบสื่อ การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวัดประสิทธิผล ของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัล

Definitions, importance of digital marketing for business, consumers, and society, usages of websites, social networking, and mobile phones as channels for selling and marketing communications, segmentation, target, customer database for digital market, content creation, media design, software application, tools for measuring effectiveness of digital marketing, ethics in digital marketing

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย/ทฤษฎี	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษด้วยตนเอง
บรรยาย ๓ ชม./	ตามความต้องการของ	ไม่มีการฝึกปฏิบัติการ	การศึกษด้วยตนเอง ๖

สัปดาห์	นศ.เฉพาะราย		ชั่วโมงต่อสัปดาห์
---------	-------------	--	-------------------

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ ๑ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.มีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ	-บรรยาย -ฝึกปฏิบัติและการใช้ โสตทัศนูปกรณ์	-พฤติกรรมการณ์การเข้าเรียน และส่ง งานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา -สอบทักษะการปฏิบัติ
๒.มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัย เคารพ และสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ ของสถาบันและสังคม	-นำเสนอและอภิปรายกรณีศึกษา	-ประเมินผลการวิเคราะห์ กรณีศึกษา
๓.สามารถบริหารเวลาและปรับชีวิต อย่างสร้างสรรค์ในสังคม		
๔.มีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่า ประโยชน์ส่วนตัว		

๒. ความรู้

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.มีความรู้ความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ ด้านการบริหาร องค์กร	-บรรยายร่วมกับอภิปราย การ ทำงานกลุ่มและการใช้ โสตทัศนูปกรณ์ การวิเคราะห์ กรณีศึกษา	-สอบกลางภาคและปลายภาคด้วย ข้อสอบ -นำเสนอรายงาน และทำงานที่ ได้รับมอบหมาย -แฟ้มสะสมงาน
๒.มีความรู้และความเข้าใจในองค์ ความรู้ด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์กร โดย สามารถบูรณาการและนำมา ประยุกต์ได้อย่างเหมาะสม		
๓.มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการ ปฏิบัติงานด้านการทำงานเป็นทีม		

และอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ ๔.สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ		
---	--	--

๓. ทักษะทางปัญญา

ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง ๒. สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางการบัญชีและด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทางวิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ ๓. สามารถติดตามประเมินผล และรายงานผลได้อย่างถูกต้องครบถ้วน	-อภิปรายกลุ่ม -วิเคราะห์กรณีศึกษา	-สอบกลางภาคและปลายภาคเน้นการวิเคราะห์ -การนำเสนอการจัดทำรายงานกรณีศึกษา

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑. สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ๒. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี ๓. มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือในบทบาทของ	-จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา -มอบหมายงานให้ค้นคว้าและศึกษาด้วยตนเอง เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการบริหารองค์การ / ข้อมูลในการบริหารธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ	-ประเมินตนเองและเพื่อนประเมินเพื่อนด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด -รายงาน/พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม -รายงานการศึกษาด้วยตนเอง (รายงานสรุปรวบยอดความรู้)

ผู้ร่วมงาน ๔.มีความรับผิดชอบการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีของตนเอง อย่างต่อเนื่อง		
---	--	--

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑. มีทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อการตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ในการแปลความหมาย และเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง ๒. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน ๓. สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ	-อภิปราย -มอบหมายงานให้ค้นคว้าและศึกษาด้วยตนเองจากเว็บไซต์และทำรายงาน -มอบหมายงานให้เตรียมและนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	-การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและคุณภาพการอภิปราย -รายงาน -การนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หน่วยบท/หัวข้อ	จำนวน ชั่วโมง	ผลการเรียนรู้					วัตถุประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	วิธีการประเมิน	อาจารย์ ผู้สอน
			๑	๒	๓	๔	๕					
๑	หน่วยที่ ๑ ปฐมนิเทศแนะนำรายวิชา -แนะนำรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน -ชี้แจงรายละเอียดการวัดและประเมินผล -แนะนำแหล่งการเรียนรู้และการสืบค้น	๒	/	/	/	/	/	เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจและความพร้อมในการเรียนรู้ในรายวิชา	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนแนะนำรายวิชาและชี้แจงการทำรายงาน ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จ	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑ ทดสอบก่อนเรียน ๔. มคอ. ๓	LO1-พฤติกรรม การเข้าชั้นเรียน LO3-การประเมิน ตนเองก่อนเรียน	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๒	หน่วยที่ ๒ แนวคิดการตลาดดิจิทัล - ความหมายและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล - ความแตกต่างระหว่างการตลาดดิจิทัลและการตลาดแบบออฟไลน์ - Digital marketing ความท้าทายในการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน	๓	/	/	/	/	/	๑.ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมายและความสำคัญของการตลาดดิจิทัล ๒.ผู้เรียนสามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างการตลาดดิจิทัลและการตลาดแบบออฟไลน์ ๓.ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ความสำคัญของ Digital marketing ในการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนรู้หน่วยที่ ๒ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาผู้เรียนวิเคราะห์ความแตกต่างการตลาดดิจิทัลและการตลาดแบบออฟไลน์ ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๒ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๓	หน่วยที่ ๓ พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล - ลักษณะผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล - การใช้สื่อดิจิทัล	๓	/	/	/	/	/	๑.ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล ๒.ผู้เรียนสามารถอธิบายลักษณะการใช้สื่อของผู้บริโภคได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนรู้หน่วยที่ ๓ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลของผู้บริโภคและรูปแบบของสื่อดิจิทัล	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๓ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

									ในยุคปัจจุบัน ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา		LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๔	หน่วยที่ ๔ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓	/	/	/	/	/	-ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจการ แบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาด เป้าหมายและการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๔ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้นำในตลาด ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๔ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๕	หน่วยที่ ๕ ระบบการตลาดและ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (SWOT)	๓	/	/	/	/	/	-ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และวิเคราะห์ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (SWOT) ได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๕ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการวิเคราะห์ SWOT ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๕ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๖	หน่วยที่ ๖ การจัดการข้อมูลของ ลูกค้า -ความสำคัญในการจัดการฐานข้อมูล ลูกค้า -การทำ CRM (Customer	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลลูกค้าได้ - ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ CRM เพื่อ วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๖ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการวิเคราะห์ CRM	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๖ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

	Relationship Management)								๕. ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖. ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา		LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๗ - ๘	หน่วยที่ ๗ การสื่อสารการตลาด ดิจิทัล - ความหมายและลักษณะของการ สื่อสารการตลาดดิจิทัล - เครื่องมือของการสื่อสารการตลาด ดิจิทัล (โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การ ส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรม IMC)	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจ ความหมายและลักษณะของการสื่อสาร การตลาดดิจิทัล - ผู้เรียนสามารถเลือกประยุกต์ใช้ เครื่องมือของการสื่อสารการตลาด ดิจิทัล (โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การ ส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรม IMC)	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๗ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่าง เครื่องมือสื่อสารการตลาดดิจิทัล ๕. ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖. ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๗ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

๙	สอบกลางภาคการศึกษา											
๑๐ - ๑๑	หน่วยที่ ๘ การออกแบบ เนื้อหาของการตลาดดิจิทัล - วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร - การออกแบบเนื้อหา (ข้อความ ภาพนิ่ง อินโฟกราฟฟิก)	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การออกแบบเนื้อหาของการตลาดดิจิทัล และสามารถออกแบบเนื้อหาให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร การตลาดได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๘ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่าง การออกแบบเนื้อหาในการตลาดดิจิทัล ๕. ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖. ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๘ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๒ - ๑๓	หน่วยที่ ๙ การใช้สื่อของ การตลาดดิจิทัล - ลักษณะและรูปแบบสื่อ (เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ โทรศัพท์เคลื่อนที่)	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การใช้สื่อของการตลาดดิจิทัล และ สามารถอธิบายวิธีการใช้งานแต่ละสื่อได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๙ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการใช้สื่อใน	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๙ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

	- วิธีการใช้งาน ความถี่ ระยะเวลา การใช้								การตลาดดิจิทัล ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา		คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๑๔	หน่วยที่ ๑๐ การใช้เว็บไซต์ใน ตลาดดิจิทัล	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การใช้เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัล และ สามารถอธิบายลักษณะการใช้งานได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๑๐ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการใช้ เว็บไซต์ในการตลาดดิจิทัล ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑๐ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๕	หน่วยที่ ๑๑ การใช้เครือข่าย สังคมในการตลาดดิจิทัล -Facebook ,IG , Youtube , Twitter	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การใช้เครือข่ายสังคมในการตลาดดิจิทัล และสามารถอธิบายลักษณะการใช้งาน ได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๑๑ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการใช้ เครือข่ายสังคมในการตลาดดิจิทัล ๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑๑ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๖	หน่วยที่ ๑๒ จริยธรรมสำหรับ การตลาดดิจิทัล	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ จริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัลและ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการ เรียนหน่วยที่ ๑๒ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาจริยธรรมใน การตลาดดิจิทัล	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑๒ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

									๕.ผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุป เนื้อหา		LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๑๗	นำเสนอรายงานกลุ่ม	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนนำเสนอรายงานกลุ่ม - ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมกลุ่ม - ประเมินตนเองและสมาชิกในกลุ่ม	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. นักศึกษานำเสนอรายงานกลุ่ม ๓. ผู้สอนสรุปและประเมินผล ๔. ประเมินผลผู้เรียน	- แบบประเมินรายงาน	LO4 -พฤติกรรม การมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่ มอบหมาย LO3 -การตอบ คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๘	สอบปลายภาคการศึกษา											

แผนการประเมินผลการเรียนรู้

การประเมิน	หมวดที่ ๑ ด้านคุณธรรม จริยธรรม LO๑	หมวดที่ ๒ ด้าน ความรู้ LO๒	หมวดที่ ๓ ด้านทักษะ ทางปัญญา LO๓	หมวดที่ ๔ ด้าน ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ LO๔	หมวดที่ ๕ ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสารและ เทคโนโลยี LO๕	รวม
๑.พฤติกรรม การเข้า ชั้นเรียน (รับผิดชอบ กิจกรรม กลุ่ม ตรงต่อเวลา)	๑๐					๑๐%
๒.ใบงาน			๕			๕%
๓.ทดสอบย่อย (Quiz ,กรณีศึกษา)			๕			๕%
๔.สอบกลางภาค		๓๐				๓๐%
๕.สอบปลายภาค		๓๐				๓๐%
๖.รายงาน				๑๐	๑๐	๒๐%
รวม	๑๐	๖๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐๐%

ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนคะแนน (%)	หมายเหตุ
พฤติกรรม การเข้าชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐%	
ใบงาน	๑ - ๗ , ๙ - ๑๖	๕%	
ทดสอบย่อย (Quiz, กรณีศึกษา)	๑ - ๗ , ๙ - ๑๖	๕%	
สอบกลางภาค	๘	๓๐%	
สอบปลายภาค	๑๙	๓๐%	
รายงาน	๑๗	๒๐%	

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ และ วรณรัตน์ ศรีรัตน์ (๒๕๖๑).การตลาดดิจิทัล. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(๒๕๕๙). **หลักการตลาด**.(พิมพ์ครั้งที่ ๔) กรุงเทพฯ : อีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ณฤทธิ วรพงษ์ดี (๒๕๕๙). รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง.(๒๕๕๗) .CONTENT MARKETING เล่าให้คลิก พลิกแบรนด์ให้ดัง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

อิทธิวัฒน์ รัตนพองปู่. (๒๕๕๕). E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดีกรุป.

๓.เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เว็บไซต์มาร์เก็ตติ้งอุบิส (<https://www.marketingoops.com>)

เว็บไซต์มาร์เก็ตเทียร์ (<http://marketeer.co.th>)

เว็บไซต์สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) (<http://www.daat.in.th>)

เว็บไซต์ thumbsup (<http://thumbsup.in.th>)

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑.กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษา ได้ดังนี้

- ☒ แบบประเมินรายวิชา
- ☒ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- ☒ การสะท้อนความคิดจากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ☐ ข้อเสนอแนะผ่านเว็บบอร์ด ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๒.กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ☒ แบบประเมินผู้สอน
- ☒ ผลการสอบ
- ☒ การตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้
- ☐ การประเมินโดยคณะกรรมการประเมินข้อสอบ
- ☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๓.กลไกการปรับปรุงการสอน

☐ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

☐ การวิจัยในชั้นเรียน

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๔.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชาของนักศึกษา

☐ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยคณะกรรมการวิชาการประจำคณะ

☒ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่นที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

๕.การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

☒ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

☒ ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

☐ ปรับปรุงรายวิชาในช่วงเวลาการปรับปรุงหลักสูตร

☐ อื่นๆ (ระบุ).....