รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.๓)

รหัสวิชา ๓๐๗๐๕๒๐๓

๓ หน่วยกิต

ชื่อวิชา การตลาดดิจิทัลและความเป็นเลิศทางการตลาด

นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ ๑ และนักศึกษาเทียบโอน

ประจำภาคการศึกษา ที่ ๒/ 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 การตลาดในยุคดิจิทัลและความเป็นเลิศทางการตลาด

ภาษาอังกฤษ Digital Marketing and Marketing Excellence

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 ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ คุณวุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

๕.ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา ๒ /๒๕๖๔ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปี ๑ และเทียบโอน

๖.รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

๗.รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

๘. สถานที่เรียน

☑ ในสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม (ห้อง ๕๐๘ คณะวิทยาการจัดการฯ)

☐ นอกสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยนครพนม

๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ ๑๔ เดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

จุดมุ่งหมายของรายวิชา เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้นักศึกษาเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ดังต่อไปนี้

๑.๑ เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจแนวคิดด้านการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อธุรกิจ ผู้บริโภคและสังคม

๑.๒ เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงกระบวนการดำเนินการตลาดดิจิทัล การสร้างและออกแบบเนื้อหาและสื่อที่ใช้ในการขายและสื่อสารการตลาด รวมถึง การวัดประสิทธิภาพของเครื่องมือการตลาดดิจิทัล

๑.๓ เพื่อให้นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและกระบวนการตลาดทิจิทัล เป็นแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

รายวิชานี้เปิดสอนเป็นครั้งแรก

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑.คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด ลักษณะของการตลาด สถาบันการตลาด หน้าที่ของ การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาด การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก การตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมการตลาด การวางแผน กลยุทธ์ และความเป็นเลิศทางการตลาด

๒.จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย/ทฤษฎี	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย ๓ ชม./สัปดาห์	ตามความต้องการของนศ.เฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติการ	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ ๑ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.มีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าแห่งวิชาชีพจรรยาบรรณวิชาชีพมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ๒.มีความซื่อสัตย์สุจริตมีวินัยเคารพและสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันและสังคม ๓.สามารถบริหารเวลาและปรับชีวิตอย่างสร้างสรรค์ในสังคม ๔.มีจิตสำนึกและพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน	-บรรยาย -ฝึกปฏิบัติและการใช้โสตทัศนูปกรณ์ -นำเสนอและอภิปรายกรณีศึกษา	-พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตรงเวลา -สอบทักษะการปฏิบัติ -ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

๒. ความรู้

ความรู้ที่ต้องได้รับ	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.มีความรู้ความเข้าในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ ด้านการบริหารองค์กร ๒.มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ด้านอื่นที่สัมพันธ์กับองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์การ โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ได้อย่างเหมาะสม ๓.มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการทำงานเป็นทีมและอื่นๆ โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ ๔.สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ การวิจัย และวิชาชีพ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ	-บรรยายร่วมกับอภิปราย การทำงานกลุ่มและการใช้โสตทัศนูปกรณ์ การวิเคราะห์กรณีศึกษา	-สอบกลางภาคและปลายภาคด้วยข้อสอบ -นำเสนอรายงาน และทำงานที่ได้รับมอบหมาย -แฟ้มสะสมงาน

๓. ทักษะทางปัญญา

ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑.สามารถสืบค้นข้อมูล ประมวลข้อมูล และแนวคิดต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการระบุและวิเคราะห์ปัญหาที่มีความซับซ้อนได้ด้วยตนเอง ๒. สามารถประยุกต์และบูรณาการความรู้ทางการบัญชีและด้านอื่นที่สัมพันธ์กันใช้ทักษะทางวิชาชีพและดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหารวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆอย่างสร้างสรรค์โดยคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ ๓. สามารถติดตามประเมินผล และรายงานผลได้อย่างถูกต้องครบถ้วน	-อภิปรายกลุ่ม -วิเคราะห์กรณีศึกษา	-สอบกลางภาคและปลายภาคเน้นการวิเคราะห์ -การนำเสนอการจัดทำรายงานกรณีศึกษา

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
๑. สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ๒. มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี ๓. มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำหรือในบทบาทของผู้ร่วมงาน ๔.มีความรับผิดชอบการพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีของตนเองอย่างต่อเนื่อง	-จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษา -มอบหมายงานให้ค้นคว้าและศึกษาด้วยตนเอง เช่น หาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการบริหารองค์การ / ข้อมูลในการบริหารธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ	-ประเมินตนเองและเพื่อนประเมินเพื่อนด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด -รายงาน/พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม -รายงานการศึกษาด้วยตนเอง (รายงานสรุปรวบยอดความรู้)

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	จำนวนชั่วโมง	ผลการเรียนรู้					วัตถุประสงค์การเรียนรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	วิธีการประเมิน	อาจารย์ผู้สอน
			๑	๒	๓	๔	๕					
๑	หน่วยที่ ๑ ปฐมนิเทศแนะนำรายวิชา -แนะนำรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน -ชี้แจงรายละเอียดการวัดและประเมินผล -แนะนำแหล่งการเรียนรู้และการสืบค้น	๒	/	/	/	/	/	เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจและความพร้อมในการเรียนรู้ในรายวิชา	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนแนะนำรายวิชาและชี้แจงการทำรายงาน ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จ	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑ ทดสอบก่อนเรียน ๔. มคอ. ๓	LO1-พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน LO3-การประเมินตนเองก่อนเรียน	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๒	หน่วยที่ ๒ แนวคิดการตลาด - แนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด - สถาบันการตลาด หน้าที่ของการตลาด	๓	/	/	/	/	/	๑.ผู้เรียนสามารถอธิบายความหมาย แนวคิด ปรัชญาและความสำคัญของการตลาด ๒.ผู้เรียนสามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างการตลาดดิจิทัลและการตลาดแบบออฟไลน์ ๓.ผู้เรียนสามารถอธิบายหน้าที่ของสถาบันทางการได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๒ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาผู้เรียนวิเคราะห์ความแตกต่างการตลาดดิจิทัลและการตลาดแบบออฟไลน์ แนวคิดและหน้าที่ของสถาบันทางการตลาด ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๒ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๓	หน่วยที่ ๓ พฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - แรงจูงใจด้านการตลาด	๓	/	/	/	/	/	๑.ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ๒.ผู้เรียนสามารถอธิบายแรงจูงใจด้านการตลาดของผู้บริโภคได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๓ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการวิเคราะห์	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๓ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบ	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

								พฤติกรรมผูบริโภคและแรงจูงใจด้านการตลาด ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา		คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๔	หน่วยที่ ๔ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓	/	/	/	/	/	-.ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และเข้าใจการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๔ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้นำในตลาด ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๔ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๕	หน่วยที่ ๕ ส่วนประสมทางการตลาด	๓	/	/	/	/	/	-.ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๕ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๕ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๖	หน่วยที่ ๖ จรรยาบรรณและจริยธรรมทางการตลาด	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมสำหรับการตลาดดิจิทัลและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๑๒ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาจริยธรรมใน	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑๒ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบ	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

									การตลาดดิจิทัล ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา		คำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๗ – ๘	หน่วยที่ ๗ การตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก	๖	/	/	/	/	/	-ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดระหว่างประเทศและตลาดโลก	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๗ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่างการตลาดระหว่างประเทศและการตลาดโลก ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๗ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๙	**สอบกลางภาค**											
๑๐ - ๑๑	หน่วยที่ ๘ การตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมการตลาด - ลักษณะและรูปแบบสื่อ - วิธีการใช้งาน ความถี่ ช่วงเวลาการใช้ -นวัตกรรมการตลาด	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเนื้อหาของการตลาดดิจิทัลและสามารถออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสารการตลาดได้	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๘ ๓. การตั้งคำถาม ๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการตัวอย่างการออกแบบเนื้อหาในการตลาดดิจิทัล ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๘ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๒ - ๑๓	หน่วยที่ ๙ การวางแผนกลยุทธ์ และความเป็นเลิศทางการตลาด	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์และความเป็นเลิศทางการตลาด	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้สอนบรรยายนำเข้าสู่กิจกรรมการเรียนหน่วยที่ ๙ ๓. การตั้งคำถาม	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๙ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร

									๔. เรียนรู้จากกรณีศึกษาการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและความเป็นเลิศทางการตลาด ๕.สุ่มผู้เรียนนำเสนอกิจกรรม ๖.ผู้สอนสะท้อนความคิดและสรุปเนื้อหา		LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	
๑๔ - ๑๕	หน่วยที่ ๑๐ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการตลาดดิจิทัล -Facebook ,IG , Youtube , Twitter, Ticktok	๖	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการตลาดดิจิทัลและสามารถอธิบายลักษณะการใช้งานได้		๑. บรรยายด้วย Power point ๒. youtube กรณีศึกษา ๓. ใบงานที่ ๑๐ ๔. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๖	ทบทวนเนื้อหา	๓	/	/	/	/	/	ให้ผู้เรียนทบทวนเนื้อหาเพื่อเตรียมความพร้อมในการนำเสนอรายงานกลุ่มและการสอบปลายภาค	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. ผู้เรียนนำเสนอความก้าวหน้าของรายงานกลุ่ม ๓.ผู้เรียนซักถามปัญหาข้อสงสัย ๔.ผู้สอนให้ข้อเสนอแนะ	๑. บรรยายด้วย Power point ๒. เอกสารประกอบการสอน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๗	นำเสนอรายงานกลุ่ม	๓	/	/	/	/	/	- ผู้เรียนนำเสนอรายงานกลุ่ม - ประเมินผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมกลุ่ม - ประเมินตนเองและสมาชิกในกลุ่ม	๑. ผู้สอนเช็คชื่อผู้เรียน ๒. นักศึกษานำเสนอรายงานกลุ่ม ๓. ผู้สอนสรุปและประเมินผล ๔. ประเมินผลผู้เรียน	- แบบประเมินรายงาน	LO4 -พฤติกรรมการมีส่วนร่วม LO1 - การส่งงานที่มอบหมาย LO3 -การตอบคำถาม LO5 -กิจกรรมกลุ่ม	อ.ศิริวรรณ เพชรไพร
๑๘	**สอบปลายภาคการศึกษา**											

แผนการประเมินผลการเรียนรู้

การประเมิน	หมวดที่ ๑ ด้านคุณธรรม จริยธรรม LO๑	หมวดที่ ๒ ด้านความรู้ LO๒	หมวดที่ ๓ ด้านทักษะทางปัญญา LO๓	หมวดที่ ๔ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ LO๔	หมวดที่ ๕ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและเทคโนโลยี LO๕	รวม
๑.พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน (รับผิดชอบ กิจกรรมกลุ่ม 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
พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน	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 วรรณรัตน์ ศรีรัตน์ (๒๕๖๑).**การตลาดดิจิทัล.** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

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

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

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

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

อิทธิวัฒน์ รัตนพองบู่. (๒๕๕๕). E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพฯ : สานักพิมพ์วิตตี้กรุ๊ป.

๓.เอกสารและข้อมูลแนะนำ

เว็บไซต์มาร์เก็ตติ้งอุ๊บส์ (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

☑การสวนสอบผลการประเมินการเรียนรู้

☐การประเมินโดยคณะกรรมการประเมินข้อสอบ

☐การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน

☐อื่นๆ (ระบุ).....

๓.กลไกการปรับปรุงการสอน

☐สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

☐การวิจัยในชั้นเรียน

☐อื่นๆ (ระบุ).....**.....**

๔.การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชาของนักศึกษา

☐มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

☐การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยคณะกรรมการวิชาการประจำคณะ

☑การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่นๆที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

☐อื่นๆ (ระบุ).....

๕.การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

☑ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

☑ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

☐ปรับปรุงรายวิชาในช่วงเวลาการปรับปรุงหลักสูตร

☐อื่นๆ (ระบุ).....