

GENERAL EDUCATION, KMITL

COURSE SYLLABUS

รหัสวิชา	90643010	ชื่อวิชา	การตลาดร่วมสมัย (Contemporary Marketing)				
หน่วยกิต	3 (3-0-6)	ภาคการศึกษา		กลุ่มเรียน		วัน-เวลาเรียน	
คำอธิบายรายวิชา ภาษาไทย	ศึกษาหลักการตลาดร่วมสมัยและสมัยใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจยุคใหม่ การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด จริยธรรมทางการตลาด การตลาดดิจิทัล						
คำอธิบายรายวิชา ภาษาอังกฤษ	Study contemporary and new principles of marketing, changes in consumer behaviors, new business environment analysis, market segmentation, market target, market positioning, marketing mix :product ; price ; place and promotion, ethics in marketing, digital marketing.						
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ รายวิชา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภัทร ลาภเจริญสุข						
อาจารย์ผู้สอน	อ.สุพรรณิ สมศรี						
ผู้ช่วยสอน (ถ้ามี)							
ช่องทางและวันเวลาให้ คำปรึกษา				สอนโดย ใช้ภาษา	☒ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ		
เว็บไซต์หรือช่องทางการเรียน ออนไลน์ (ถ้ามี)							

ผลการเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcome)

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ถึงหลักการตลาดรวมถึงการเปลี่ยนแปลงบริบทของสภาพแวดล้อมทางการตลาดยุคใหม่
2. นักศึกษาสามารถใช้หลักการทางการตลาด ทักษะ คุณสมบัติ ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
3. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ วางแผนการเรียนรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้ในการเป็นนักการตลาดที่มีประสิทธิภาพได้

ผลการเรียนรู้ของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป (GE-LO)	
GE-LO	ค่าน้ำหนัก
☒ GE-LO-1 การคิดวิเคราะห์และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Analytical and Critical Thinking)	4
☐ GE-LO-2 การแก้ปัญหาเชิงซับซ้อน (Complex Problem Solving)	
☐ GE-LO-3 การคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	
☐ GE-LO-4 ความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Interpersonal Skills)	
☐ GE-LO-5 ความซื่อสัตย์และความพากเพียรพยายาม (Integrity and Perseverance)	
☐ GE-LO-6 การเรียนรู้เชิงรุกและการใฝ่รู้ (Active Learning and Learning Strategies)	
☐ GE-LO-7 ความอดทน ยืดหยุ่น และฟื้นตัวจากสภาวะความเครียด (Resilience, Stress Tolerance and Flexibility)	
☒ GE-LO-8 การเป็นผู้นำและผู้เปลี่ยนแปลงสังคม (Leadership and Social Influence)	4
☒ GE-LO-9 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (Communication)	3
☒ GE-LO-10 การเป็นผู้ประกอบการและการลงทุน (Entrepreneurship and Startup)	4
☐ GE-LO-11 การรู้เท่าทันดิจิทัลและการผลิตสื่อดิจิทัล (Digital Quotient Literacy and Digital Media Production)	
ค่าน้ำหนักรวม	<u>15</u>

แผนการเรียนรู้

ลำดับที่	หัวข้อ/หัวข้อย่อย	วิธีการเรียน/กิจกรรมในชั้นเรียน	หมายเหตุ
1	แนะนำรายวิชา / Introduction ความรู้เบื้องต้นทางการตลาด	บรรยาย / กิจกรรม	
2	ภูมิทัศน์และการบูรณาการการตลาดในยุคดิจิทัล	บรรยาย / กิจกรรม	
3	Marketing mix : Product ; Price	บรรยาย / กิจกรรม	
4	Marketing mix : Place ; Promotion	บรรยาย / กิจกรรม	
5	การสื่อสารการตลาดยุคใหม่ New Marketing Communications	บรรยาย / กิจกรรม	
6	การวิเคราะห์สถานการณ์ของสภาพแวดล้อมทางการตลาด	บรรยาย / กิจกรรม	ใบงาน1
7	การบูรณาการการสื่อสารการตลาดยุคใหม่+การสร้างประสบการณ์สู่ผู้บริโภค	บรรยาย / กิจกรรม การนำเสนอ	
8	Digital Marketing Content	บรรยาย / กิจกรรม	ใบงาน2
9	การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย	บรรยาย / กิจกรรมเรียนรู้ นอกห้องเรียน	
10	การเรียนรู้โดยใช้โครงงาน การวางแผนแคมเปญการตลาด Case study : โจทย์ที่ท้าทายในการแข่งขันทางการตลาด	บรรยาย / กิจกรรม	ใบงานที่3
11	การวางแผนแคมเปญการตลาด : Media Planning Role play activity การแสดงบทบาทสมมติเพื่อการวางแผนงาน	บรรยาย / กิจกรรม	
12	Trends Analysis นวัตกรรมการสื่อสารการตลาด 5.0 ระดมความคิดผ่านการนำเสนอแบบ Gallery Walk	บรรยาย / กิจกรรม	ใบงาน4

ลำดับที่	หัวข้อ/หัวข้อย่อย	วิธีการเรียน/กิจกรรมในชั้นเรียน	หมายเหตุ
13	จริยธรรมทางการตลาด / ปรัชญาโครงการ	บรรยาย / กิจกรรม	
14	การนำเสนอโครงการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	การนำเสนอ	
15	การนำเสนอโครงการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การประเมินการเรียนรู้แบบสะท้อนกลับ (Reflection)	การนำเสนอ	

แผนการวัดผล

กิจกรรมการวัดผล	ค่าน้ำหนัก	คะแนนเต็ม	ช่วงเวลา	หมายเหตุ
1. การตรงต่อเวลาในการเข้าเรียน	1	4	ตลอดภาคการศึกษา	เข้าเรียนสายเกิน 1 ชั่วโมง ถือว่าขาดเรียน ขาดเรียนมากกว่า 3 ครั้ง ได้เกรด U (ยกเว้นกรณีการเจ็บป่วยหรือเข้าร่วมกิจกรรมสำคัญ โดยต้องมีหลักฐานมายืนยัน)
2. ไปงาน	7	28	สัปดาห์ที่ 6,8,10,12	ส่งภายในระยะเวลาที่กำหนด ไม่ส่งงาน / ไม่เขียนหรือส่งกระดาษเปล่า / เขียนไม่สอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับ / ลอกงานผู้อื่น ได้ 0 คะแนน
3. Mini Project : การบูรณาการการตลาดยุคใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์สู่ผู้บริโภค	2	8	สัปดาห์ที่ 7	นำเสนองานตามโจทย์ที่กำหนดโดยนำความรู้ที่ได้รับมาวิเคราะห์และบูรณาการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในการทำการตลาดแบบใหม่
4. การนำเสนอโครงการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยใช้ความรู้จากการเรียนตลอดทั้งภาคเรียนนำเสนอ	5	20	สัปดาห์ที่ 14-15	นำเสนอผลงาน Final Project กลุ่มละ 15 นาที โดยมีวิทยากรผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการในภาคธุรกิจร่วมให้โจทย์ตั้งแต่เริ่มต้นทำโครงการ และร่วมให้คำแนะนำแสดงความคิดเห็น รวมถึงให้คะแนน
รวม	15	60		

เกณฑ์การประเมิน

☐ อิงกลุ่ม								
☒ อิงเกณฑ์								
เกรด (แสดงเฉพาะอิงเกณฑ์)	A	B+	B	C+	C	D+	D	F
ช่วงคะแนน (เต็ม 60 คะแนน)	57-60	49-56.9	41-48.9	34-40.9	27-33.9	21-26.9	15-20.9	0-14.9
☐ ผ่าน / ไม่ผ่าน (S/U)								
เกรด	S				U			
ช่วงคะแนน (เต็ม 60 คะแนน)	30-60				0-29.9			

เกณฑ์การให้คะแนนตามผลการเรียนรู้

กิจกรรมการวัดผล	ทักษะ	ค่าน้ำหนัก	ระดับคะแนน			
			4 (ดีมาก)	3 (ดี)	2 (พอใช้)	1 (ควรปรับปรุง)
1. การตรงต่อเวลาในการเข้าเรียน	GE-LO-8	1	เข้าเรียนตรงเวลา ไม่น้อยกว่า 11 ครั้ง	เข้าเรียนตรงเวลา 9-10 ครั้ง	เข้าเรียนตรงเวลา 7-8 ครั้ง	เข้าเรียนตรงเวลา น้อยกว่า 7 ครั้ง
2. ใบงาน 2.1 ใบงานที่ 1 : Case study	GE-LO-10	1	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ตอบสนอง กับความต้องการของตลาดอย่างชัดเจน สามารถเห็นศักยภาพเชิงพาณิชย์ และ ความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ ตอบสนองกับความต้องการของตลาด และความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่น้อยที่ จะตอบสนองกับความต้องการของ ตลาด และความสามารถในการพัฒนา เป็นผู้ประกอบการการลงทุน	ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความ เป็นไปได้ที่จะตอบสนองกับ ความ ต้องการ ของ ตลาด และ ความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน
2.2 ใบงานที่ 2 : การทำ Digital Marketing Content	GE-LO-8	1	ชิ้นงานสามารถแสดงถึงการเป็นผู้นำทาง ความคิด สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ชัดเจน สะท้อนการนำความรู้ที่เรียนไป ประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ชิ้นงานสามารถแสดงถึงการเป็นผู้นำ ทางความคิด สร้างผลกระทบเชิง บวกต่อสังคม สะท้อนการนำความรู้ ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ได้	ชิ้นงานไม่สามารถแสดงถึงการเป็น ผู้นำทางความคิด ที่สร้างผลกระทบ เชิงบวกต่อสังคม สะท้อนการนำ ความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้น้อย	ชิ้นงานไม่สามารถแสดงได้ถึงการ เป็นผู้นำทางความคิด ไม่ก่อให้เกิด ผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม และ ไม่สามารถสะท้อนการนำความรู้ที่ เรียนไปประยุกต์ใช้ได้
	GE-LO-10	1	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ตอบสนอง กับความต้องการของตลาดอย่างชัดเจน สามารถเห็นศักยภาพเชิงพาณิชย์ และ ความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ ตอบสนองกับความต้องการของตลาด และความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่น้อยที่ จะตอบสนองกับความต้องการของ ตลาด และความสามารถในการพัฒนา เป็นผู้ประกอบการการลงทุน	ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความ เป็นไปได้ที่จะตอบสนองกับ ความ ต้องการ ของ ตลาด และ ความสามารถในการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการการลงทุน
2.3 ใบงานที่ 3 : แบบฝึกหัด	GE-LO-1	3	มีองค์ประกอบครบทุกข้อ (12 ข้อ)	มีองค์ประกอบมากกว่าหรือเท่ากับ (10 ข้อ)	มีองค์ประกอบมากกว่าหรือเท่ากับ (8 ข้อ)	มีองค์ประกอบมากกว่าหรือเท่ากับ (6 ข้อ)
2.4 ใบงานที่ 4 : การนำเสนอ Gallery Walk	GE-LO-9	1	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถ สื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง และ ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถ สื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่ วางไว้ได้น้อย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง น้อย	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน และไม่สามารถสื่อสารตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ ไม่มี ปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง

กิจกรรมการวัดผล	ทักษะ	ค่าน้ำหนัก	ระดับคะแนน			
			4 (ดีมาก)	3 (ดี)	2 (พอใช้)	1 (ควรปรับปรุง)
3. Mini Project : การบูรณาการการตลาดยุคใหม่ เพื่อสร้างประสบการณ์สู่ผู้บริโภค	GE-LO-8	1	สามารถอธิบายได้ถึงการเป็นผู้นำทางความคิด สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ชัดเจน สะท้อนการนำความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สามารถอธิบายได้ถึงการเป็นผู้นำทางความคิด สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม สะท้อนการนำความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ได้	ไม่สามารถอธิบายได้ถึงการเป็นผู้นำทางความคิด สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม สะท้อนการนำความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ได้น้อย	ไม่สามารถอธิบายได้ถึงการเป็นผู้นำทางความคิด ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม และไม่สามารถสะท้อนการนำความรู้ที่เรียนไปประยุกต์ใช้ได้
	GE-LO-9	1	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้น้อย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังน้อย	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน และไม่สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง
4. การนำเสนอโครงการ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด	GE-LO-1	1	สามารถพิจารณาข้อมูล จากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวและสามารถอธิบายความสัมพันธ์ หรือการเชื่อมโยงเนื้อหาจากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวได้อย่างชัดเจน และสมเหตุสมผล	สามารถพิจารณาข้อมูล จากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวและสามารถอธิบายความสัมพันธ์ หรือการเชื่อมโยงเนื้อหาจากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวได้อย่างชัดเจน แต่ขาดความสมเหตุสมผล	สามารถพิจารณาข้อมูล จากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวและสามารถอธิบายความสัมพันธ์ หรือการเชื่อมโยงเนื้อหาจากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวได้ไม่ชัดเจน และขาดความสมเหตุสมผล	ไม่สามารถอธิบายข้อมูล จากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวและไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ หรือการเชื่อมโยงเนื้อหาจากเหตุการณ์ หรือเรื่องราวได้
	GE-LO-8	1	สามารถแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้นำทางความคิด และสามารถโน้มน้าวใจให้เห็นถึงประโยชน์ ที่เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมอย่างชัดเจน	สามารถแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้นำทางความคิด และสามารถโน้มน้าวใจให้เห็นถึงประโยชน์ ที่เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม	ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้นำทางความคิด โน้มน้าวใจให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้น้อย	ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้นำทางความคิด ไม่สามารถโน้มน้าวใจให้เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมได้
	GE-LO-9	1	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	การนำเสนอเนื้อหาชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้น้อย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังน้อย	การนำเสนอเนื้อหาไม่ชัดเจน และไม่สามารถสื่อสารตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้ ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง
	GE-LO-10	2	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ตอบสนองกับความต้องการของตลาดอย่างชัดเจน สามารถเห็นศักยภาพเชิงพาณิชย์ และความสามารถในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่ตอบสนองกับความต้องการของตลาด และความสามารถในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการการลงทุน	แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่น้อยที่จะตอบสนองกับความต้องการของตลาด และความสามารถในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการการลงทุน	ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงความความเป็นไปได้ที่จะตอบสนองกับความต้องการของตลาด และความสามารถในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการการลงทุน