



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๔๔๐๑ รายวิชา การจัดการการขาย

แขนงวิชา การตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	MKT ๔๔๐๑
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การจัดการการขาย
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Sales Management

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเฉพาะด้าน (บังคับ)

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผศ.ดร.ธัมมามอนร์ คุณรัตนภรณ์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผศ.ดร.ธัมมามอนร์ คุณรัตนภรณ์
๕. สถานที่ติดต่อ	ห้องพักอาจารย์ชั้น ๓ อาคาร ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ/ E – Mail: thammamonr.kh@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑/๒๕๖๔
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ประมาณ	๑๖๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๒ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔



รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

(๑) เพื่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการจัดการชาย รูปแบบของผู้ประกอบการและการจัดองค์การการชาย การสรรหาและฝึกอบรม จูงใจการชาย การแบ่งอาณาเขตการชาย การพยากรณ์ยอดขาย โควต้าและงบประมาณการชาย ผลประโยชน์ตอบแทนและการประเมินผลการชาย และจริยธรรมการจัดการการชาย

(๒) เพื่อบูรณาการความรู้ความเข้าใจการจัดการการชายสู่การปฏิบัติ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

(๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับนวัตกรรมจัดการการชาย และการพลวัตของสภาพแวดล้อมทางการตลาด

(๒) พัฒนาโครงการบูรณาการความรู้ความเข้าใจการจัดการการชายสู่การปฏิบัติ

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎีการจัดการชาย รูปแบบของผู้ประกอบการและการจัดองค์การการชาย การสรรหาและฝึกอบรม จูงใจการชาย การแบ่งอาณาเขตการชาย การพยากรณ์ยอดขาย โควต้าและงบประมาณการชาย ผลประโยชน์ตอบแทนและการประเมินผลการชาย และจริยธรรม

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม หรือรายบุคคล	-	๙๐ ชั่วโมง

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๓ อาคาร ๕๗ คณะวิทยาการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน หมายเลข ๐-๒๑๖๐-๑๕๑๖

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) thammamonr.kh@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet) <http://www.elfms.ssru.ac.th/thammamonr.kh>

๓.๕ ปรึกษาผ่านห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ (onsite) ห้องเรียนออนไลน์ (online) และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน (on demand) ในรายวิชาการจัดการการชาย โดยบูรณาการผ่าน www. และแอปพลิเคชัน Line, Google

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรมจริยธรรม

- (๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) กำหนดแนวทางการเรียนการสอนเบื้องต้นที่ชัดเจน และประชาสัมพันธ์ให้ทราบเพื่อการปฏิบัติอย่างมีวินัย และรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

(๒) กำหนดข้อตกลงร่วมกันระหว่างนักศึกษาเพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน อาทิ การค้นคว้า การประยุกต์ความรู้สู่ การปฏิบัติ การจัดทำรายงาน และการนำเสนอรายงาน เป็นต้น

(๓) บรรยายเรื่องจริยธรรมการจัดการการขาย พร้อมยกตัวอย่างเรื่องคุณธรรม และจริยธรรมในวิชาชีพ สอดแทรกในการบรรยายแต่ละเนื้อหา

(๔) วิเคราะห์กรณีศึกษา และอภิปรายกลุ่มร่วมกันเรื่องปัญหา และอุปสรรคจากการดำเนินการขายอย่าง ไม่มีคุณธรรมและจริยธรรม และผลกระทบที่มีต่อพนักงาน ลูกค้า บริษัท คู่แข่งขัน สังคม และสิ่งแวดล้อม

(๕) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้ารายบุคคลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการขายของผู้ประกอบการต่าง ๆ อย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบในห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน

(๒) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้า และการนำเสนอ

(๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่ม

(๔) การทดสอบแนวคิด การสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านการตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อ งานที่ได้รับมอบหมายให้ค้นคว้า ปฏิบัติการขาย และการทดสอบ

๒. ด้านความรู้

๒.๑ ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- (๑) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในวิชา กับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบใน ห้องเรียนใน ห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน และการฝึกตอบคำถามทบทวน

(๒) การศึกษากรณีศึกษา การอภิปรายกลุ่มเกี่ยวกับแนวคิด และทฤษฎีการขายที่ทันสมัย

(๓) การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในการจัดการการขายทั้งแบบมีหน้าร้าน และไม่มีหน้าร้านหรือแบบออนไลน์ ผ่านสื่อ

(๔) การมอบหมายงานรายกลุ่มในหัวข้อการประยุกต์ความรู้ความเข้าใจด้านเทคนิคการขาย การตลาด การเงิน และการบริหารบุคลากรเพื่อการจัดการการขาย

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) แบบคำถามทบทวน และการทดสอบความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน

(๒) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นการถาม-ตอบในห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน

(๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา การอภิปรายกลุ่ม และการบูรณาการความรู้ในการขาย การตลาด การบัญชี การเงิน และการบริหารที่มการขายสู่การปฏิบัติ

(๔) ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้า พร้อมการนำเสนอ

๓. ด้านทักษะทางปัญญา

๓.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบในห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน และการฝึกตอบคำถามทบทวน

(๒) การสัมภาษณ์หรือสังเกตผู้ประกอบการถึงความสำเร็จ ปัญหาในการจัดการการขาย วิธีการรักษาความสำเร็จให้คงอยู่ และแก้ไขปัญหาการจัดการการขาย

(๓) การวิเคราะห์กรณีศึกษา และอภิปรายร่วมกันเรื่องปัญหา และอุปสรรคการจัดการการขาย รวมทั้งการร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางแก้ไข

(๔) การมอบหมายงานกลุ่มเพื่อศึกษาสารสนเทศการขายเพื่อจัดการขาย และการประยุกต์ความรู้สู่การปฏิบัติขาย

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การถาม-ตอบในห้องเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน

(๒) แบบคำถามทบทวน และการทดสอบ

(๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่ม

(๔) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้าเพิ่มเติม พร้อมการนำเสนอ และการปฏิบัติการจัดการขาย

๔. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ผลการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

- (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) การยกตัวอย่างและศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับทีมงานชายที่ประสบความสำเร็จ และการถาม-ตอบในห้องเรียน
- (๒) การมอบหมายงานให้ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล รายกลุ่ม และการนำเสนอ
- (๓) การจัดทีมปฏิบัติการชายเพื่อการพยากรณ์ยอดขาย โควต้า การจูงใจการขาย ผลตอบแทนการขาย และการประเมินผลการขาย

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การสังเกตการณ์มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นการถาม-ตอบในห้องเรียน และการแสดงความตั้งใจในการศึกษาค้นคว้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อตนเอง และกลุ่ม
- (๒) ความสามารถในการจัดทีมขาย และปฏิบัติการขายร่วมกันแบบกลุ่ม
- (๓) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล และรายกลุ่ม พร้อมการนำเสนอ

๕. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

- (๑) สามารถเลือก และประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การบรรยาย การถาม-ตอบในห้องเรียน และการฝึกตอบคำถามทบทวน
- (๒) การมอบหมายให้ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล และรายกลุ่ม โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และการนำเสนอรายงานร่วมกันในชั้นเรียน
- (๓) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษาค้นคว้าที่มีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างนักศึกษาภายในชั้นเรียน
- (๔) การปฏิบัติการขายผ่านสื่อออนไลน์

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การสังเกตการณ์มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การถาม-ตอบในห้องเรียนออนไลน์และการทดสอบ
- (๒) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในค้นหาสารสนเทศใหม่ ๆ และความสามารถในการประยุกต์ความรู้สู่การขายออนไลน์

(๓) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล และรายกลุ่ม พร้อมการนำเสนอด้วยเทคโนโลยี
ด้านสื่อ และความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอให้เข้าใจง่าย

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
๑	- แนะนำแนวการสอน - ความเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการ การขาย - แนวคิด และทฤษฎีการจัดการ การขาย	๓	กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์ - ชั้นแนะนำ แนะนำแนวการสอน เพื่อการเรียนรู้ในห้องเรียน ปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และ ห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน พร้อมทั้งกล่าวนำ บทบาท/ ความสำคัญการจัดการการขายของธุรกิจ - ชั้นการสอน บรรยายเรื่องความเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการ การขาย แนวคิด และทฤษฎีการจัดการการขาย - ชั้นดำเนินกิจกรรม การถาม-ตอบความแตกต่างระหว่าง แนวคิดการตลาดและแนวคิดการจัดการขาย การศึกษา กรณีศึกษา และการอภิปรายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวคิดการขายแบบใหม่ - ชั้นสรุป กล่าวสรุปความรู้เบื้องต้นการจัดการการขาย แนวคิด และทฤษฎีการจัดการ และสรุปความเชื่อมโยง การจัดการขายไปสู่การตลาด - ชั้นประเมินผล การทดสอบก่อนการเรียน (pretest) การตอบคำถามทบทวน ความสามารถในการวิเคราะห์กรณี ศึกษา สื่อการสอน - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - แบบทดสอบก่อนเรียน (pretest)

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้
			<ul style="list-style-type: none"> - กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. Line และ Google Apps.
๒	สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการชาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นแนะนำ การชมวีดิทัศน์การเสนอขายสินค้าและบริการออนไลน์ที่พลวัตไปตามสถานการณ์ทางการตลาด - ขั้นการสอน บรรยายสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการชาย - ขั้นดำเนินกิจกรรม การถาม-ตอบ และยกตัวอย่างสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการชายผลิตภัณฑ์และบริการ การศึกษากรณีศึกษาการจัดการการชายเมื่อเผชิญกับการแข่งขันอย่างมีจรรยาบรรณ และการอภิปรายแสดงความคิดเห็น พร้อมการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม - ขั้นสรุป กล่าวสรุปสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการชาย รวมทั้งความสำเร็จ ปัญหา และความล้มเหลวการจัดการการชายที่เกิดจากสภาพแวดล้อม - ขั้นประเมินผล การตอบคำถามทบทวน ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา อภิปรายผล และความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้าเพิ่มเติม <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - กรณีศึกษา วีดิทัศน์ และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. Line และ Google Apps.
๓	สารสนเทศเพื่อการจัดการการชาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นแนะนำ การชมวีดิทัศน์การจัดการการชายภายใต้การใช้สารสนเทศ - ขั้นการสอน การชมคลิปวีดิทัศน์การบรรยายสารสนเทศเพื่อการจัดการการชาย - ขั้นดำเนินกิจกรรม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือสังเกตการประกอบการ เพื่อค้นหาสารสนเทศที่มีความสำคัญในการจัดการการชาย การศึกษากรณีศึกษา และการอภิปราย

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>แสดงความคิดเห็น พร้อมทั้งศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>-ขั้นสรุป สรุปสารสนเทศเพื่อการจัดการการขาย</p> <p>-ขั้นประเมินผล การตอบคำถามทบทวน ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจภายใต้สารสนเทศ และรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - วีดิทัศน์ และโปรแกรมพาวเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ YouTube และ Google Apps.
๔	การจัดองค์การขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <p>-ขั้นแนะนำ ให้นักศึกษาค้นคว้าการจัดองค์การขายของบริษัทขายตรง จำนวน ๕ บริษัท</p> <p>-ขั้นการสอน บรรยายเรื่องหลักการจัดองค์การขาย ประเภทการจัดองค์การขาย ข้อดีและข้อเสียของการจัดองค์การขายแต่ละประเภท</p> <p>-ขั้นดำเนินกิจกรรม ให้นักศึกษาจำแนกประเภทของการจัดองค์การขายจำนวน ๕ บริษัท ที่ค้นคว้าพร้อมให้วิเคราะห์ว่าเป็นการจัดองค์การขายด้วยหลักการใด และมอบหมายให้นักศึกษาฝึกจัดองค์การขายเพื่อการปฏิบัติการขายออนไลน์</p> <p>-ขั้นสรุป สรุปการจัดองค์การขาย พร้อมนำผลการวิเคราะห์หลักการจัดองค์การขายของนักศึกษาประกอบการสรุป</p> <p>-ขั้นประเมินผล การฝึกจัดองค์การขายเพื่อการปฏิบัติการขายออนไลน์ และการตอบคำถามทบทวน</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - โปรแกรมพาวเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. Line และ Google Apps.
๕	การสรรหาและการฝึกอบรมพนักงานขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <p>-ขั้นแนะนำ ให้นักศึกษาระดมความคิด และอภิปรายกลุ่มเรื่อง</p>

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>คุณสมบัติที่สำคัญของพนักงานขายในสถานที่ และพนักงานขายออนไลน์</p> <p>-ชั้นการสอน บรรยายเรื่องการสรรหาและการฝึกอบรมพนักงานขาย</p> <p>-ชั้นดำเนินกิจกรรม ให้นักศึกษาอภิปรายร่วมกันว่า คุณสมบัติของพนักงานขายที่ต้องการต่างกัน ต้องใช้การสรรหา และคัดเลือกให้แตกต่างกันอย่างไร รวมทั้งความรู้ และทักษะอะไรที่ต้องฝึกอบรมให้พนักงานขายแต่ละประเภท</p> <p>มอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>-ชั้นสรุป สรุปการสรรหาและการฝึกอบรมพนักงานขาย เชื่อมโยงถึงจรรยาบรรณนักขาย</p> <p>-ชั้นประเมินผล ความสามารถในการอภิปรายแสดงความคิดเห็น การค้นคว้าเพิ่มเติม และการตอบคำถาม ทบทวน</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - โปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. Line และ Google Apps.
๖	ทฤษฎีและเทคนิคการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <p>-ชั้นแนะนำ ให้นักศึกษาชมวีดิทัศน์เทคนิคการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ</p> <p>-ชั้นการสอน บรรยายเรื่องทฤษฎีและเทคนิคการขาย</p> <p>-ชั้นดำเนินกิจกรรม ให้นักศึกษาบอกเทคนิคการขายของพนักงานขายที่ได้ชมจากวีดิทัศน์ต้นชั่วโมง และวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคการขาย รวมทั้งมอบหมายการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิคการขายที่จำเป็นในการฝึกการขายออนไลน์ของนักศึกษา</p> <p>-ชั้นสรุป สรุปทฤษฎีขาย เชื่อมโยงสู่เทคนิคการขายเพื่อการเสนอขายในสถานที่ และเสนอขายออนไลน์</p>

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>- ขั้นประเมินผล ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา การแสดงความคิดเห็น การตอบคำถามทบทวน และความสำเร็จในการค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - กรณีศึกษา วิดีทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. และ Google Apps.
๗-๘	การพยากรณ์ยอดขาย	๖	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <p>- ขั้นแนะนำ ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพยากรณ์ยอดขายว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร และข้อมูลอะไรบ้างที่ใช้ประกอบการพยากรณ์ยอดขาย</p> <p>- ขั้นการสอน บรรยายเรื่องการพยากรณ์ยอดขาย พร้อมยกตัวอย่างประกอบ</p> <p>- ขั้นดำเนินกิจกรรม ให้นักศึกษาฝึกการพยากรณ์ยอดขาย การตอบคำถามทบทวน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการพยากรณ์ยอดขายผิดพลาด และการค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>- ขั้นสรุป สรุปการพยากรณ์ยอดขาย</p> <p>- ขั้นประเมินผล ความสามารถในการแสดงความคิดเห็น การฝึกพยากรณ์ยอดขาย การตอบคำถามทบทวน และความสำเร็จในการค้นคว้าเพิ่มเติม</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - โปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. และ Google Apps.
๙	สอบกลางภาค	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนปกติ หรือห้องเรียนในสถานที่</p> <p>กิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - การทดสอบ <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบทดสอบปรนัย และอัตนัย

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
๑๐	การแบ่งเขตการขาย โควต้า และ งบประมาณการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนตามความต้องการของ นักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชั้นแนะนำ ชมวีดิทัศน์ตัวอย่างการแบ่งเขตการขายของธุรกิจ - ชั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายการแบ่งเขตขาย โควต้า และงบประมาณการขาย - ชั้นดำเนินกิจกรรม ฝึกคำนวณโควต้าการขาย และ งบประมาณการขายเพื่อฝึกปฏิบัติการขายออนไลน์ - ชั้นสรุป ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปการแบ่งเขตการขาย โควต้า และงบประมาณการขาย - ชั้นประเมินผล ความสามารถฝึกคำนวณโควต้าการขาย งบประมาณการขาย เพื่อการฝึกขายออนไลน์ของ นักศึกษา และตอบคำถามทบทวน <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก คำถามทบทวน - วีดิทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ YouTube และ Google Apps.
๑๑	การจูงใจการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนตามความต้องการของ นักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชั้นแนะนำ ชมวีดิทัศน์ตัวอย่างการจูงใจการขาย - ชั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายการจูงใจการขาย - ชั้นดำเนินกิจกรรม ค้นคว้าการจูงใจการขายของธุรกิจ 5 กิจการ ในความสนใจของนักศึกษา พร้อมสรุปความ เหมือนและแตกต่าง และวิเคราะห์การจูงใจขายที่ควรนำมาใช้ ในการฝึกขายออนไลน์ของนักศึกษา - ชั้นสรุป ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปการจูงใจขาย - ชั้นประเมินผล ความสามารถในการคิดวางแผนการจูงใจ ขายออนไลน์ของนักศึกษา การฝึกตอบคำถามทบทวน <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก คำถามทบทวน - วีดิทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ YouTube และ Google Apps.

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
๑๒	ผลตอบแทนการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนตามความต้องการของนักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นแนะนำ การศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับการให้ผลตอบแทนการขาย และร่วมกันอภิปรายแสดงความคิดเห็น - ขั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายการให้ผลตอบแทนการขาย - ขั้นดำเนินกิจกรรม นักศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของรูปแบบการให้ผลตอบแทนการขายแต่ละประเภท การตอบคำถามทบทวน และค้นคว้าเพิ่มเติม - ขั้นสรุป ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปการให้ผลตอบแทนการขาย - ขั้นประเมินผล ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา การแสดงความคิดเห็น การตอบคำถามทบทวน และการค้นคว้าเพิ่มเติม <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก คำถามทบทวน - กรณีศึกษา วีดิทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ YouTube และ Google Apps.
๑๓	การประเมินผลการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนตามความต้องการของนักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขั้นแนะนำ นักศึกษาร่วมอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องความสำคัญของการประเมินผลการขาย และเกณฑ์การประเมินผลการขาย - ขั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายเรื่องการประเมินผลการขาย - ขั้นดำเนินกิจกรรม วิเคราะห์กรณีศึกษาเปรียบเทียบการประเมินผลการขายระหว่าง 2 ธุรกิจ และการฝึกกำหนดเกณฑ์ประเมินผลการขายออนไลน์ที่นักศึกษาจะปฏิบัติรวมทั้งการตอบคำถามทบทวน - ขั้นสรุป ชมคลิปสรุปบรรยายการประเมินผลการขาย

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>- ขั้นประเมินผล ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา การฝึกตั้งเกณฑ์การประเมินผลการขาย และการตอบคำถาม ทบทวน</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - กรณีศึกษา วิดีทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ YouTube และ Google Apps.
๑๔	จริยธรรมการจัดการการขาย	๓	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนตามความต้องการของนักศึกษา</p> <p>- ขั้นแนะนำ การวิเคราะห์กรณีศึกษาเกี่ยวกับจรรยาบรรณนักขาย และผลกระทบที่ส่งผลต่อตัวพนักงานขาย ลูกค้า บริษัท คู่แข่งขัน และสังคม</p> <p>- ขั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายเรื่องจริยธรรมการจัดการขาย และจรรยาบรรณนักขาย</p> <p>- ขั้นดำเนินกิจกรรม การค้นคว้าตัวอย่างผู้ประกอบการที่มีจริยธรรมในการจัดการขาย หรือจรรยาบรรณในการขาย จำนวน 2 ธุรกิจ รวมทั้งวิเคราะห์จรรยาบรรณการขายที่ควรต้องมีในการฝึกขายออนไลน์ของนักศึกษา และการตอบคำถามทบทวน</p> <p>สื่อการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เอกสารหลัก และคำถามทบทวน - กรณีศึกษา วิดีทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. และ Google Apps.
๑๕- ๑๖	การฝึกการขายออนไลน์ และ นำเสนอรายงานผลการปฏิบัติ	๖	<p>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</p> <p>- ขั้นแนะนำ นักศึกษานำเสนอผลิตภัณฑ์/ บริการที่ขายออนไลน์ กลุ่มเป้าหมาย การพยากรณ์ยอดขาย การสร้างทีมงานขาย เทคนิคการขาย งบประมาณการขาย การจูงใจขาย และการให้ผลตอบแทนการขาย</p> <p>- ขั้นการสอน ชมคลิปวีดิทัศน์เสนอขาย หรือเว็บเพจการขาย</p> <p>- ขั้นดำเนินกิจกรรม สอบถามความสำเร็จ อุปสรรคการจัดการขายระหว่างปฏิบัติ พร้อมให้คำแนะนำ การ</p>

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้
			ประเมินผลการขายเมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติ และการนำเสนอ รายงานผลการปฏิบัติ -ประเมินผล ความสามารถการบูรณาการหรือประยุกต์ ความรู้ในด้านการขาย การตลาด การบัญชี การเงิน และการบริหารที่ทำการขายสู่การปฏิบัติ รายงานการขาย การนำเสนอ และการทดสอบหลังการเรียน (posttest) สื่อการสอน - แบบทดสอบหลังการเรียน (posttest) - วีดิทัศน์ และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ www. Facebook Line Instagram และ Google Apps.
๑๓/	สอบปลายภาค	๓	กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนปกติ หรือห้องเรียนในสถานที่ กิจกรรม - การทดสอบ สื่อการสอน - แบบทดสอบปรนัย และอัตนัย

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑.๒, ๒.๑.๑, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๔.๑.๑, ๔.๑.๓, ๕.๑.๒	การสังเกตพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนปกติ/ ห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของผู้เรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐%
๑.๑.๒, ๒.๑.๑, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒	การฝึกปฏิบัติตอบคำถามทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การอภิปราย และการสัมภาษณ์/ สังเกต และความสามารถในการค้นคว้า (รายบุคคล)	ทุกสัปดาห์	๑๕%

๑.๑.๒, ๒.๑.๑, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒, ๔.๑.๑, ๔.๑.๓, ๕.๑.๒	ความสามารถในการค้นคว้า การวางแผนฝึก ปฏิบัติการจัดการขายออนไลน์ การลงมือ ปฏิบัติ การประเมินผล และการนำเสนอผลการ ขายออนไลน์ (รายกลุ่ม)	ทุกสัปดาห์ (ปฏิบัติการขาย ออนไลน์สัปดาห์ ๑๕-๑๖)	๑๕%
๒.๑.๑, ๓.๑.๑, ๓.๑.๒	การทดสอบกลางภาค และปลายภาค	๙, ๑๙	๖๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

ธัมมามนตร์ คุณรัตนภรณ์. (2563). การจัดการการขาย. กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) กุณทลี รื่นรมย์. (2548). การพยากรณ์การขาย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

๒) ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, และสุพจน์ กฤษฏาธาร. (2551). การบริหารงานขาย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

๓) นิภา นิรุตติกุล. (2554). การพยากรณ์การขาย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

๔) Castleberry, S. B. & Tanner, J. F. (2014). **Selling: Building partnerships** (9th ed.). NY: McGraw-Hill.

๕) Futrell, D. M. (2014). **Fundamental of selling: Customer for life through service** (13th ed.) NY: McGraw-Hill.

๖) Jobber, D., Lancaster, G. & Meunier_KitzHugh, K. L. (2019). **Selling and Sales management**. Pearson.

๗) Johnston, M. W., & Marshall. G. W. (2016). **Sales force management** (12th ed.) London: Taylor & Francis.

๘) Ledingham, D. & Kovae, M. (2554). **การบริหารการขาย**. (แปลโดย ณีรัฐยา สิ้นตระกูลผล). กรุงเทพฯ: เอ็กชเปอร์เน็ท.

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑) นักศึกษาสังเกตการอภิปรายกรณีศึกษา และงานการค้นคว้าระหว่างสมาชิกในกลุ่มและต่างกลุ่ม

๒) นักศึกษาวิจารณ์เนื้อหา และการนำเสนอของงานค้นคว้ารายบุคคลและรายกลุ่ม

๓) นักศึกษาประเมินตนเองด้านประสิทธิผลของรายวิชาในด้านต่าง ๆ เช่น ความตั้งใจเรียน ความตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียนปกติหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และการติดตาม รับผิดชอบตนเองในการเข้าห้องเรียนตามความ

ต้องการของนักศึกษา การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการทดสอบ การทบทวนเนื้อหาทำก่อน-หลังการเรียน ความสามารถในการค้นคว้า การนำเสนองานค้นคว้า การให้ความร่วมมือในการทำงานกลุ่ม และการฝึกปฏิบัติ เป็นต้น

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือจากผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

๑) การพิจารณาพัฒนาการทางการเรียนจากคะแนนการทดสอบก่อนการเรียน (pretest) และคะแนนทดสอบหลังการเรียน (posttest)

๒) การสังเกตพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนปกติหรือห้องเรียนสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และติดตามรับผิดชอบตนเองในการเข้าห้องเรียนตามต้องการของนักศึกษา

๓) การฝึกปฏิบัติตอบคำถามทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การอภิปราย และการสัมภาษณ์/ สังเกต

๔) ความสามารถในการค้นคว้ารายบุคคล รายกลุ่ม การนำเสนอ ผลการบูรณาการความรู้ความเข้าใจศาสตร์ที่เกี่ยวข้องสู่การฝึกการจัดการขายออนไลน์

๕) การทดสอบกลางภาค และปลายภาค

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

นำผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา และกลยุทธ์การประเมินการสอนมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อดี และข้อด้อยเพื่อการวางแผนในการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปตามรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

๑) การทวนสอบในระดับรายวิชา ผู้สอนให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาประเมินข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน และวัตถุประสงค์รายวิชา

๒) การสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษาเรื่องความรู้ และทักษะที่ได้รับ และการประยุกต์ความรู้ ทักษะที่ได้รับ รวมทั้งแนวคิดด้านจริยธรรมด้านการจัดการขาย

๓) พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนหรือห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ ห้องเรียนตามต้องการของนักศึกษา การวิเคราะห์ และการอภิปรายกรณีศึกษา รวมทั้งรายงานการค้นคว้า การนำเสนอ การบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติการขาย กับคะแนนการทดสอบ

๔) การตรวจสอบผลการตัดค่าระดับคะแนนในรายวิชาของคณะกรรมการวิชาการ ประจำคณะวิทยาการจัดการ

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

๑) อาจารย์ผู้สอนนำผลการประเมินอาจารย์ผู้สอน ผลการประเมินตัวนักศึกษาเอง และระดับความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายรายวิชามาทบทวน เพื่อวางแผนการสอนในรายวิชานี้ต่อไป

๒) คณะฯ ประเมินประสิทธิผลของรายวิชา กลยุทธ์การประเมินการสอน และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาวิชาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการการสอนครั้งต่อไป

๓) บูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการเข้าสู่การปฏิบัติการรายต่อไป

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Map) ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Program Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป											
รหัสวิชา MKT ๔๔๐๑ ชื่อรายวิชา การจัดการการขาย (Sales Management)	○	●	○	●	○	●	○	○	●	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ