



## รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๒๓๑๖ รายวิชา การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

แขนงวิชา การตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	MKT ๒๓๑๖
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Product and Price Management

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓(๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเลือก

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผศ.ดร.ธัมมามนต์ร์ คุณรัตน์ภรณ์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผศ.ดร.ธัมมามนต์ร์ คุณรัตน์ภรณ์

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพ้ออาจารย์ชั้น ๓ อาคาร ๕๓/  
คณะวิทยาการจัดการ/ E – Mail: thammamonr.kh@ssru.ac.th

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๒
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ประมาณ	๑๕๐ คน

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

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

#### ๙. สถานที่เรียน คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง  
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ ๒๔ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑) เพื่อความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา แนวคิดการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา กลยุทธ์และวิธีการตั้งราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และจริยธรรมในการกำหนดราคา

๒) เพื่อการฝึกประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจเนื้อหาข้อ ๑) จัดการผลิตภัณฑ์และราคา

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๑) เพิ่มเติมเนื้อหาให้ทันสมัยมากขึ้น

๒) การบูรณาการความรู้ ความเข้าใจเพื่อฝึกการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบรรจุภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา แนวคิดการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา กลยุทธ์และวิธีการตั้งราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และจริยธรรมในการกำหนดราคา

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง	สอนเสริมตามความต้องการ ของนักศึกษาเฉพาะกลุ่ม หรือ รายบุคคล	-	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 และ Line Group
- ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet) [http://www.elfms.ssruc.ac.th/thammamonr\\_kh](http://www.elfms.ssruc.ac.th/thammamonr_kh) และ Google classroom วิชา การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ มาตรฐานด้านคุณธรรมจริยธรรม

- (๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา รับผิดชอบตนเอง กลุ่มเรียน และสังคม
- (๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่น และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

#### ๑.๒ วิธีการสอน

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบ ณ ห้องเรียนในสถานที่ (onsite) ห้องเรียนออนไลน์ (online) และห้องเรียนตามความต้องการ (ondemand) พร้อมทั้งการฝึกตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน

(๒) กำหนดแนวทางการเรียนการสอนเบื้องต้นที่ชัดเจน และประชาสัมพันธ์ให้ทราบเพื่อการปฏิบัติอย่างมีวินัย และรับผิดชอบการเรียนรู้ด้วยตนเอง

(๓) กำหนดข้อตกลงร่วมกันระหว่างนักศึกษาเพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน

(๔) แนะนำ และยกตัวอย่างเรื่องคุณธรรม จริยธรรมการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา สอดแทรกในการบรรยายแต่ละเนื้อหา

(๕) บรรยายเรื่องจริยธรรมการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา จรรยาบรรณนักการตลาด และวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๖) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาอย่างมีคุณค่า มีคุณธรรม สมเหตุสมผล และมีจรรยาบรรณทางการตลาด และอภิปรายร่วมกันเรื่องปัญหา และอุปสรรคจากการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาอย่างไม่มีคุณธรรมและจริยธรรม และผลกระทบที่มีต่อลูกค้า พนักงาน บริษัท คู่แข่งขัน และสังคม

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบในห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของนักศึกษา และการตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน

(๒) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้า และการนำเสนอ

(๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่ม

(๔) การทดสอบแนวคิด และการสังเกตการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านการมีวินัย คุณธรรมและจริยธรรม การตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามที่มอบหมาย และการซื่อสัตย์ในการสอบ

**๒. มาตรฐานด้านความรู้****๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา
- (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
- (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

**๒.๒ วิธีการสอน**

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบ ณ ห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ และการฝึกตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน

(๒) การมอบหมายงานค้นคว้ารายบุคคลในหัวข้อสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา และพลวัตของผลิตภัณฑ์และราคา ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค และสภาพแวดล้อมทางการตลาดต่าง ๆ การศึกษากรณีศึกษา พร้อมการอภิปรายแสดงความคิดเห็น

(๓) การมอบหมายงานค้นคว้า ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทางธุรกิจรายกลุ่มเกี่ยวกับความสำเร็จในการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา พร้อมการวิเคราะห์ว่าเป็นผลมาจากการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาอะไร และอย่างไร

**๒.๓ วิธีการประเมินผล**

- (๑) แบบฝึกตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน และการทดสอบความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน
- (๒) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นการถาม-ตอบในห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ
- (๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่ม
- (๔) ความสำเร็จการจัดทำรายงานการค้นคว้ารายบุคคล และรายกลุ่ม พร้อมการนำเสนอ

**๓. มาตรฐานด้านทักษะทางปัญญา****๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

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

**๓.๒ วิธีการสอน**

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบ ณ ห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ และการฝึกตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน

(๒) การมอบหมายงานค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคลเกี่ยวกับการบริหารส่วนประสมการตลาดที่สัมพันธ์กับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้โดยกำหนดให้ค้นคว้าจากแหล่งความรู้ไม่ต่ำกว่า ๕ แหล่ง

(๓) การวิเคราะห์กรณีศึกษา การศึกษาจากบทความการวิจัย การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา และแนวทางในการแก้ไข โดยนำเสนอผลจากการศึกษา และอภิปรายกลุ่มร่วมกัน

(๔) การมอบหมายงานกลุ่มเพื่อฝึกการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา ในด้านการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการกำหนดราคาสำหรับสินค้าหรือบริการของ 1 ธุรกิจ หรือ 1 ผลิตภัณฑ์

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การถาม-ตอบในห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ

(๒) การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน และการทดสอบ

(๓) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่ม

(๔) ความสำเร็จการจัดทำรายงานการค้นคว้ารายบุคคล รายกลุ่ม รวมทั้งการประยุกต์ความรู้ สารสนเทศ เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาสำหรับสินค้าหรือบริการของ 1 ธุรกิจ หรือ 1 ผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการนำเสนอ

## ๔. มาตรฐานด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) การมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

### ๔.๒ วิธีการสอน

(๑) การยกตัวอย่างบทบาทของทีมงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการเป็นผู้นำ และผู้ตามในองค์กร เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ และการถาม-ตอบในห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของนักศึกษา

(๒) การมอบหมายงานให้ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล รายกลุ่มเพื่อฝึกการจัดการผลิตภัณฑ์และราคา พร้อมการนำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มเรียน

### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การสังเกตการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การถาม-ตอบในห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ ความร่วมมือภายในกลุ่มเพื่อการจัดทำรายงานการค้นคว้า

(๒) ความสามารถในการวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปรายกลุ่มอย่างสร้างสรรค์

(๓) ความสำเร็จของรายงานที่ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล รายกลุ่ม และความสามารถในการนำเสนอ

## ๕. มาตรฐานด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### ๕.๑ ทักษะด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

**๕.๒ วิธีการสอน**

(๑) การบรรยาย การถาม-ตอบ ณ ห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ และการฝึกตอบคำถามคั่นคว่ำ/ ทบทวนด้านการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ที่พิจารณาจากต้นทุน อุปสงค์ และการแข่งขัน

(๒) การมอบหมายให้คั่นคว่ำเพิ่มเติมรายบุคคล และรายกลุ่ม โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และการนำเสนอรายงานด้วยภาษาที่ง่ายในการทำความเข้าใจของเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มเรียน

(๓) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษาคั่นคว่ำที่มีประสิทธิภาพระหว่างเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มเรียน

**๕.๓ วิธีการประเมินผล**

(๑) การสังเกตการณ์มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การถาม-ตอบในชั้นเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการ

(๒) การตอบคำถามคั่นคว่ำ/ ทบทวน และการทดสอบ

(๓) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการศึกษาคั่นคว่ำ

(๔) ความสำเร็จของรายงานการคั่นคว่ำเพิ่มเติมรายบุคคล และรายกลุ่ม พร้อมการนำเสนอด้วยเทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และภาษาที่เข้าใจง่าย

**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	ความเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ และการจัดการ ผลิตภัณฑ์	๓	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <p>-<b>ขั้นแนะนำ</b> แนะนำแนวการสอน เพื่อการเรียนรู้ในห้องเรียน ในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความ ต้องการของนักศึกษา พร้อมทั้งกล่าวนำความเบื้องต้นการ จัดการผลิตภัณฑ์และราคา</p> <p>-<b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องความเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นโยบายด้านผลิตภัณฑ์ และการจัดการผลิตภัณฑ์</p> <p>-<b>ขั้นดำเนินกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และการศึกษา กรณีศึกษา</p> <p>-<b>ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปความเบื้องต้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นโยบาย ด้านผลิตภัณฑ์ และการจัดการผลิตภัณฑ์</p> <p>-<b>ขั้นประเมินผล</b> การทดสอบก่อนการเรียน (pretest) การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการทดสอบกลางภาค</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- แบบทดสอบก่อนเรียน (pretest)</li> <li>- กรณีศึกษา และโปรแกรมพาวเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW, Line Group และ Google Apps.</li> </ul>
๒	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อ การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ และการบรรจุภัณฑ์	๓	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <p>-<b>ขั้นแนะนำ</b> ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ และในการ ดำเนินธุรกิจ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ต้องตัดสินใจในเรื่อง อะไรบ้างที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมของตลาด</p> <p>-<b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มี ผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ และ การบรรจุภัณฑ์</p>

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p><b>-ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และให้นักศึกษายกตัวอย่างสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ของ 1 ธุรกิจ พร้อมทั้งการศึกษากรณีศึกษา</p> <p><b>-ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สายผลิตภัณฑ์ และการบรรจุภัณฑ์</p> <p><b>-ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการทดสอบกลางภาค</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.</li> </ul>
๓	การจัดการตราผลิตภัณฑ์ คุณค่าของตรา เอกลักษณ์ของตรา และตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <p><b>-ขั้นแนะนำ</b> การยกตัวอย่างตราผลิตภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม และตราธุรกิจบริการ พร้อมให้นักศึกษาอภิปรายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับชื่อ เครื่องหมายตรา และคุณค่าตราดังกล่าว</p> <p><b>-ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องการจัดการตราผลิตภัณฑ์ คุณค่าของตรา เอกลักษณ์ของตรา และตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p> <p><b>-ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และการศึกษกรณีศึกษาการกำหนดตราผลิตภัณฑ์ และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ พร้อมค้นคว้าเพิ่มเติมและจัดทำรายงาน เรื่องการจัดการตราผลิตภัณฑ์ คุณค่าตราผลิตภัณฑ์ และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของ 1 ธุรกิจ หรือ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์</p> <p><b>-ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปการจัดการตราผลิตภัณฑ์ คุณค่าของตรา เอกลักษณ์ของตรา และตำแหน่งผลิตภัณฑ์</p> <p><b>-ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบกลางภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</p>



ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<b>สื่อการสอน</b> - เอกสารหลัก และการตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน - กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.
๔-๕	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม	๖	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนตามความต้องการของนักศึกษา</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> นักศึกษาชมวีดิทัศน์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมของธุรกิจในปัจจุบัน - <b>ขั้นการสอน</b> ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายเรื่องวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม - <b>ขั้นดำเนินกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การศึกษากรณีศึกษา และการค้นคว้าเพิ่มเติมการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ 1 ธุรกิจ - <b>ขั้นสรุป</b> ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมในตลาดปัจจุบัน - <b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบกลางภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ <b>สื่อการสอน</b> - เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน - วีดิทัศน์ กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.
๖	การจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนตามความต้องการของนักศึกษา</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> ชมวีดิทัศน์การจัดการบริการของธุรกิจร้านอาหาร และ/หรือบริการที่พัก - <b>ขั้นการสอน</b> ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายเรื่องการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>- <b>ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การชมวีดิทัศน์ การศึกษากรณีศึกษา และการค้นคว้าเพิ่มเติมการจัดการ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์บริการของธุรกิจ 1 ธุรกิจ</p> <p>- <b>ขั้นสรุป</b> ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ</p> <p>- <b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การ วิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบกลางภาค ความสำเร็จของ รายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- วีดิทัศน์ กรณีศึกษา และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.</li> </ul>
๓/	ความเบื้องต้นด้านการกำหนดราคาระบบ นโยบายด้านราคา และการจัดการราคา	๓	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <p>- <b>ขั้นแนะนำ</b> การศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการราคา ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ</p> <p>- <b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องความเบื้องต้นด้านการกำหนด ราคา นโยบายด้านราคา และการจัดการราคา</p> <p>- <b>ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และการศึกษา กรณีศึกษา การค้นคว้าเพิ่มเติม และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการ จัดการราคาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ 1 ธุรกิจ</p> <p>- <b>ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปความเบื้องต้นด้านการกำหนดราคาระบบ นโยบายด้านราคา และการจัดการราคา</p> <p>- <b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การ วิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบกลางภาค ความสำเร็จของ รายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- กรณีศึกษา และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.</li> </ul>

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้
๘	การสอบกลางภาค	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนในสถานที่</b> <b>กิจกรรม</b> - การทดสอบ <b>สื่อการสอน</b> - แบบทดสอบปรนัย และอัตนัย
๘-๑๐	การตัดสินใจกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และโครงสร้างระดับราคา	๖	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> ให้นักศึกษาแยกตัวอย่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา และสาเหตุอะไรที่สนับสนุนให้ธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนราคาผลิตภัณฑ์ - <b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องการตัดสินใจกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และโครงสร้างระดับราคา - <b>ขั้นดำเนินกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การค้นคว้าเพิ่มเติม และจัดทำรายงานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา และโครงสร้างระดับราคาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ 1 ธุรกิจ - <b>ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปการตัดสินใจกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา และโครงสร้างระดับราคา - <b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การทดสอบปลายภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ <b>สื่อการสอน</b> - เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน - โปรแกรมพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW, YouTube Line Group และ Google Apps.
๑๑	การตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุน และกลยุทธ์การตั้งราคาแบบต้นทุนต่ำ	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> การศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับการจัดการราคาโดยพิจารณาต้นทุน - <b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องการตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุน และกลยุทธ์การตั้งราคาแบบต้นทุนต่ำ

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<p>-<b>ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และการศึกษากรณีศึกษา การค้นคว้าเพิ่มเติม และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุนของธุรกิจ 1 ธุรกิจ หรือกลยุทธ์การตั้งราคาต่ำของธุรกิจ 1 ธุรกิจ</p> <p>-<b>ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปการตั้งราคาโดยพิจารณาจากต้นทุน และกลยุทธ์การตั้งราคาแบบต้นทุนต่ำ</p> <p>-<b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบปลายภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.</li> </ul>
๑๒	การตั้งราคาโดยพิจารณาจากอุปสงค์และการแข่งขัน	๓	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <p>-<b>ขั้นแนะนำ</b> การยกตัวอย่างการตั้งราคาโดยพิจารณาอุปสงค์และการแข่งขันในตลาด</p> <p>-<b>ขั้นการสอน</b> บรรยายเรื่องการตั้งราคาโดยพิจารณาจากอุปสงค์ และการแข่งขัน</p> <p>-<b>ขั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ และการศึกษากรณีศึกษา การค้นคว้าเพิ่มเติม และจัดทำรายงานเกี่ยวกับการตั้งราคาโดยพิจารณาจากอุปสงค์ และการแข่งขันของธุรกิจ 1 ธุรกิจ</p> <p>-<b>ขั้นสรุป</b> กล่าวสรุปการตั้งราคาโดยพิจารณาจากอุปสงค์และการแข่งขัน</p> <p>-<b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบปลายภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</p> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก และแบบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- กรณีศึกษา และโปรแกรมพาเวอร์พอยต์</li> </ul>

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้
			- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line Group และ Google Apps.
๑๓	- การกำหนดราคาที่มีสัมพันธ์กับส่วน ประสมการตลาด/ การกำหนดราคา แบบบูรณาการ - สาเหตุความสำเร็จ/ ล้มเหลวเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการแก้ไขปัญหา	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนตามความต้องการ ของนักศึกษา</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> ศึกษากรณีศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จ และ ล้มเหลวของธุรกิจที่สืบเนื่องมาจากการกำหนดราคา - <b>ขั้นการสอน</b> ชมคลิปวีดิทัศน์บรรยายเรื่องกำหนดราคาที่มี สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด/ การกำหนดราคา แบบบูรณาการ และสาเหตุความสำเร็จ/ ล้มเหลวเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการแก้ไขปัญหา - <b>ขั้นดำเนินกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การชมวีดิทัศน์ และการค้นคว้าเพิ่มเติมด้านความสำเร็จ และ/หรือล้มเหลว ของธุรกิจที่สืบเนื่องมาจากการกำหนดราคาของธุรกิจ 1 ธุรกิจ - <b>ขั้นสรุป</b> ชมคลิปวีดิทัศน์สรุปการกำหนดราคาที่มี สัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด/ การกำหนดราคา แบบบูรณาการ และสาเหตุความสำเร็จ/ ล้มเหลวเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการแก้ไขปัญหา - <b>ขั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การ ทดสอบปลายภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้า เพิ่มเติม และการนำเสนอ <b>สื่อการสอน</b> - เอกสารหลัก คำถามค้นคว้า/ ทบทวน - วีดิทัศน์ กรณีศึกษา และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW. YouTube Line และ Google Apps.
๑๔	จริยธรรมการจัดการผลิตภัณฑ์และ ราคา	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนตามความต้องการ ของนักศึกษา</b> - <b>ขั้นแนะนำ</b> การศึกษากรณีศึกษาจริยธรรมการจัดการ ผลิตภัณฑ์และราคา และให้นักศึกษาอภิปรายแสดง ความคิดเห็นสำคัญของจริยธรรมการจัดการผลิตภัณฑ์และ ราคา รวมทั้งปัญหาและผลกระทบต่อลูกค้า พนักงาน บริษัท คู่แข่ง และสังคมจากการขาดจริยธรรมของผู้จัดการผลิตภัณฑ์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้
			<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน</b></p> <p><b>การสอน/สื่อที่ใช้</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>ชั้นการสอน</b> ชมคลิปวิดีโอที่บรรยายเรื่องจริยธรรมการจัดการผลิตภัณท์และราคา</li> <li>- <b>ชั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การชมวิดีโอ การศึกษากรณีศึกษา และการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับจริยธรรมการจัดการผลิตภัณท์และราคาของธุรกิจ 1 ธุรกิจ</li> <li>- <b>ชั้นสรุป</b> ชมคลิปวิดีโอที่สรุปจริยธรรมการจัดการผลิตภัณท์และราคา</li> <li>- <b>ชั้นประเมินผล</b> การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา การทดสอบปลายภาค ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และการนำเสนอ</li> </ul> <p><b>สื่อการสอน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารหลัก คำถามค้นคว้า/ ทบทวน</li> <li>- วิดีทัศน์ กรณีศึกษา และโปรแกรมเพาเวอร์พอยต์</li> <li>- อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW, YouTube Line Group และ Google Apps.</li> </ul>
๑๕-๑๖	การนำเสนอรายงาน	๖	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนออนไลน์</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>ชั้นแนะนำ</b> กล่าวนำการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ได้รับจากการค้นคว้าเพิ่มเติมระหว่างเพื่อนนักศึกษาในกลุ่มเรียน พร้อมแนะนำการนำเสนอรายงาน และการถาม-ตอบ</li> <li>- <b>ชั้นการสอน</b> กลุ่มนักศึกษาแต่ละกลุ่มนำเสนอรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม และประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจเพื่อฝึกการจัดการผลิตภัณท์และราคาของธุรกิจ 1 ธุรกิจ หรือ 1 ผลิตภัณท์</li> <li>- <b>ชั้นดำเนินการกิจกรรม</b> การถาม-ตอบ การวิจารณ์พร้อมการเสนอแนะการจัดทำรายงาน และการนำเสนอ</li> <li>- <b>ชั้นสรุป</b> กล่าวสรุปความรู้ที่ได้รับจากการค้นคว้าเพิ่มเติม และการฝึกประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจ</li> <li>- <b>ชั้นประเมินผล</b> ความสำเร็จของรายงานการค้นคว้าเพิ่มเติม การฝึกประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการนำเสนอ พร้อมทั้งการทดสอบหลังการเรียน (posttest)</li> </ul>

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้
			<b>สื่อการสอน</b> - รายงานการค้นคว้า และการประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจ - แบบทดสอบหลังการเรียน (posttest) - โปรแกรมเพาเวอร์พอยต์ - อินเทอร์เน็ต อาทิ WWW, Facebook Line Group Instagram และ Google Apps.
๑๓/	การสอบปลายภาค	๓	<b>กิจกรรมการเรียนการสอนห้องเรียนในสถานที่</b> <b>กิจกรรม</b> - การทดสอบ <b>สื่อการสอน</b> - แบบทดสอบปรนัย และอัตนัย

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑.๑(๒), ๒.๑(๑), ๒.๑(๓), ๓.๑(๒), ๓.๑(๓), ๔.๑(๑), ๔.๑(๒), ๕.๑(๑), ๕.๑(๒)	การสังเกตพฤติกรรม และการมีส่วนร่วมใน ห้องเรียนในสถานที่ ห้องเรียนออนไลน์ และห้องเรียนตามความต้องการของนักศึกษา	ทุกลำดับที่	๑๐%
๑.๑(๒), ๒.๑(๑), ๒.๑(๓), ๓.๑(๒), ๓.๑(๓), ๔.๑(๑), ๔.๑(๒), ๕.๑(๑), ๕.๑(๒)	การฝึกตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวนท้ายบท การวิเคราะห์กรณีศึกษา การอภิปราย และ ค้นคว้าเพิ่มเติมรายบุคคล	ทุกลำดับที่	๑๕%
๑.๑(๒), ๒.๑(๑), ๒.๑(๓), ๓.๑(๒), ๓.๑(๓), ๔.๑(๑), ๔.๑(๒), ๕.๑(๑), ๕.๑(๒)	ความสามารถในการค้นคว้า การฝึกประยุกต์ ความรู้ ความเข้าใจ การจัดทำรายงาน และ การนำเสนอรายกลุ่ม	ทุกลำดับที่	๑๕%
๒.๑(๑), ๒.๑(๓), ๓.๑(๒), ๓.๑(๓)	การทดสอบกลางภาค และปลายภาค	๔, ๑๓/	๖๐%

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

ฉั่มมามนตร์ คุณรัตนภรณ์. (2564). **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: เอกสารอัดสำเนา.

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) กัณฑ์ศิษย์ เลิศไพโรจน์ (2551). **Brand positioning**. กรุงเทพฯ: ไอ. เอ็ม. บัคส์.

๒) ชีรภิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2552). **ผลิตภัณฑ์ใหม่และการตลาด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๓) นภวรรณ คณานุกรณ์. (2555). **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.

๔) วิทยา จารุงศ์โสภณ. (2556). **กลยุทธ์ราคา Pricing & marketing profitability**. กรุงเทพฯ:  
ซีเอ็ดยูเคชั่น.

๕) อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2551). **การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

๖) Cranford, M., Benedetto, A. D. (2015). **New products management**. NY: McGraw-Hill.

Haines, S. (2012) **Managing product management**. NY: McGraw-Hill.

๗) Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). **Marketing management**, 15th ed. Upper Saddle River,  
NJ: Pearson Education.

๘) Smith, T. S. (2012) **Pricing strategy setting, price levels, managing price discounts, & establishing price  
structures**. USA: South-western, Cengage Learning.

๙) Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D. (2012). **Product Design and development** (5th ed.). NY: McGraw-Hill.

## หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑) นักศึกษาการสังเกตการอภิปรายกรณีศึกษา และงานการค้นคว้าของสมาชิกในกลุ่มและต่างกลุ่ม

๒) นักศึกษาวิจารณ์เนื้อหา และการนำเสนองานค้นคว้ารายบุคคลและรายกลุ่ม

๓) นักศึกษาตรวจสอบข้อดี และข้อด้อยของรูปแบบรายงานการค้นคว้าของกลุ่มตนเอง และต่างกลุ่ม

๔) นักศึกษาประเมินตนเองด้านประสิทธิผลของรายวิชาในด้านต่าง ๆ เช่น ความตั้งใจเรียน ความตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการทดสอบ การทบทวนเนื้อหาก่อน-หลังการเรียน ความสามารถในการค้นคว้า การฝึกประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจ การนำเสนอ และการให้ความร่วมมือในการทำงานกลุ่ม เป็นต้น



**๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน**

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

- ๑) การพิจารณาพัฒนาการทางการเรียนจากคะแนนการทดสอบก่อนการเรียน (pretest) และคะแนนทดสอบหลังการเรียน (posttest)
- ๒) การสังเกตพฤติกรรม และการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ๓) การตอบคำถามค้นคว้า/ ทบทวน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการอภิปราย
- ๔) ความสามารถในการค้นคว้ารายบุคคล ความสามารถในการค้นคว้า และฝึกประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจ รายกลุ่ม และการนำเสนอ
- ๕) การทดสอบกลางภาค และปลายภาค

**๓. การปรับปรุงการสอน**

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

นำผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา และการประเมินการสอนมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อดี และข้อด้อยเพื่อการวางแผนในการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

- ๑) การทวนสอบในระดับรายวิชา ผู้สอนให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาประเมินข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน และวัตถุประสงค์รายวิชา
- ๒) การสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษาเรื่องความรู้ และทักษะที่ได้รับ และการประยุกต์ความรู้ ทักษะที่ได้รับ รวมทั้งแนวคิดด้านจริยธรรมทางการตลาด
- ๓) พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การวิเคราะห์ และการอภิปรายกรณีศึกษา รวมทั้งรายงานการค้นคว้า การนำเสนอกับคะแนนการทดสอบ
- ๔) การตรวจสอบผลการตัดค่าระดับคะแนนในรายวิชาของคณะกรรมการวิชาการ ประจำคณะวิทยาการจัดการ

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

- ๑) อาจารย์ผู้สอนนำผลการประเมินอาจารย์ผู้สอน ผลการประเมินตัวนักศึกษาเอง และระดับความสำเร็จตาม จุดมุ่งหมายรายวิชามาทบทวน เพื่อวางแผนการสอนในรายวิชานี้ต่อไป
- ๒) คณะฯ ประเมินประสิทธิผลของรายวิชา เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอน และหลักสูตรต่อไป

\*\*\*\*\*

## แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓
รหัสวิชา MKT ๒๓๑๖ ชื่อรายวิชา การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Management)	○	●	○	●	○	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ