

คำถามค้นคว้า/ ทบทวนวิชาหลักการตลาด (ชุดที่ 1)

ลำดับ ที่	เนื้อหา	คำถามค้นคว้า/ ทบทวน	แนะนำการค้นคว้า/ แหล่งค้นคว้า	กำหนดส่ง
1	- บทนำเกี่ยวกับการตลาด และ แนวคิดพื้นฐานด้านการตลาด  ชมวิดีโอ เรื่อง “แปลกแต่ดี.. ร้านขายอาหารกระป๋อง: ดูให้ รู้”	1. การตลาดมีความสัมพันธ์อย่างไรกับการดำเนินธุรกิจ 2. ความต้องการ ความจำเป็น การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจของ ลูกค้า ผู้ประกอบการธุรกิจบริการนำไปใช้จัดการตลาดเพื่อธุรกิจของตนอย่างไร 3. ให้อยากตัวอย่างธุรกิจที่ดำเนินการตลาดด้วยแนวคิดการตลาด และแนวคิด การตลาดเพื่อสังคม 4. จากการชมวิดีโอ ผู้ประกอบการใช้แนวคิดอะไรในการจัดการตลาด จงอธิบาย 5. จากการชมวิดีโอ ผู้ประกอบการจัดการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าอย่างไร และในความคิดของท่านธุรกิจนี้จะดำเนินการได้อย่างยั่งยืนหรือไม่ เพราะเหตุใด	-ค้นคว้าจากหนังสือ หลักการตลาด -ความรู้จากเอกสารและ การบรรยาย -ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต	19-20 ธ.ค. 64
2	การวางแผนกลยุทธ์การตลาด	1. จงให้คำนิยามของการวางแผนกลยุทธ์ตามพระศนะของท่านจากที่ได้ศึกษามา 2. จงกล่าวถึงความสำคัญของแผนกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จตามเป้าหมายของ กิจการ 3. จงอธิบายขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ว่าประกอบด้วยขั้นตอนใดบ้าง 4. จงอธิบายเมทริกซ์บีซีจี ว่าคืออะไร มีวิธีการวิเคราะห์อย่างไร 5. จงบอกถึงทางเลือกของกลยุทธ์หน่วยธุรกิจมีอะไรบ้าง 6. จงอธิบายถึงการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ว่าคืออะไร มี ความสำคัญอย่างไรต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด	-ค้นคว้าจากหนังสือ หลักการตลาด -ความรู้จากเอกสารและ การบรรยาย -ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต	4-5 ม.ค. 65

คำถามค้นคว้า/ ทบทวนวิชาหลักการตลาด (ชุดที่ 1)

ลำดับ ที่	เนื้อหา	คำถามค้นคว้า/ ทบทวน	แนะนำการค้นคว้า/ แหล่งค้นคว้า	กำหนดส่ง
3	สภาพแวดล้อมทางการตลาด และระบบสารสนเทศทาง การตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจอย่างไร</li> <li>2. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีกี่ประเภท อะไรบ้าง จงอธิบายและยกตัวอย่างประกอบ</li> <li>3. ระบบสารสนเทศทางการตลาดคืออะไร มีความสำคัญต่อธุรกิจอย่างไร</li> <li>4. องค์ประกอบของระบบสารสนเทศมีอะไรบ้าง จงอธิบาย</li> <li>5. สิ่งแวดล้อมทางการตลาดสัมพันธ์กันกับระบบสารสนเทศทางการตลาดอย่างไร</li> </ol>	-ค้นคว้าจากหนังสือ หลักการตลาด -ความรู้จากเอกสารและ การบรรยาย -ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต	4-5 ม.ค. 65
4	พฤติกรรมผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผลลัพธ์ต่อไปนี้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยแรงจูงใจอะไรเป็นสำคัญ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- คอนโดมิเนียม</li> <li>- รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ขับเคลื่อนด้วยระบบไฟฟ้า</li> <li>- ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ประเภทคอลลาเจน</li> <li>- แชมพูสระผม</li> <li>- การอบรมเรื่อง “การขายออนไลน์ให้ปัง”</li> </ul> </li> <li>2. ให้อธิบายขั้นตอนการซื้อสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์ของท่าน</li> <li>3. จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่มีผู้สูงอายุมากขึ้น ส่งผลต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์อย่างไร จงอธิบายพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ</li> <li>4. พฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคมีความเหมือนและ/หรือแตกต่างจากพฤติกรรมการซื้อของผู้ผลิตทางอุตสาหกรรมอย่างไร</li> <li>5. ให้อธิบายขั้นตอนการซื้อของตลาดธุรกิจ พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ</li> </ol>	-ค้นคว้าจากหนังสือ หลักการตลาด -ความรู้จากเอกสารและ การบรรยาย -ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต	9-10 ม.ค. 65

### คำถามค้นคว้า/ ทบทวนวิชาหลักการตลาด (ชุดที่ 1)

ลำดับ ที่	เนื้อหา	คำถามค้นคว้า/ ทบทวน	แนะนำการค้นคว้า/ แหล่งค้นคว้า	กำหนดส่ง
5	การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และตำแหน่งผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>ขอให้ท่านนิยามความหมายของการแบ่งส่วนตลาดจากที่ได้ศึกษามา</li> <li>ผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ ควรใช้ตัวแปรอะไรบ้างในการแบ่งส่วนตลาด <ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการสปาและนวดแผนไทย</li> <li>- บริการด้านสินเชื่</li> <li>- กาแฟผงสำเร็จรูป</li> </ul> </li> <li>ตลาดเป้าหมายหมายความว่าอย่างไร และมีปัจจัยอะไรบ้างเพื่อประเมินส่วนตลาด</li> <li>นักการตลาดสามารถกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร</li> <li>จงยกตัวอย่างตำแหน่งผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค 3 ตราผลิตภัณฑ์ และบริการ 3 ธุรกิจบริการ</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค้นคว้าจากหนังสือหลักการตลาด</li> <li>- ความรู้จากเอกสารและการบรรยาย</li> <li>- ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต</li> <li>- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ</li> </ul>	16-17 ม.ค. 65
6	ส่วนประสมการตลาด: ผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร และข่าวสาร เกิดความรู้ รวมทั้งปฏิกิริยาสาระต่าง ๆ ที่ปรากฏใน YouTube และ Facebook จัดเป็นผลิตภัณฑ์หรือไม่ เพราะเหตุใด</li> <li>ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแบ่งออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง</li> <li>ตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างไร และผลิตภัณฑ์ทุกประเภท หรือทุกรายการ จำเป็นต้องมีตราผลิตภัณฑ์หรือไม่ เพราะเหตุใด</li> <li>อัตลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ (brand identity) มีสำคัญต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ในตลาดอย่างไร</li> <li>ผู้ประกอบการควรจัดการบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขาย (silent salesman) หมายความว่าอย่างไร และท่านเห็นด้วยกับแนวคิดการจัดการบรรจุภัณฑ์ตามคำกล่าวนี้อหรือไม่ เพราะเหตุใด</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค้นคว้าจากหนังสือหลักการตลาด</li> <li>- ความรู้จากเอกสารและการบรรยาย</li> <li>- ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต</li> <li>- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ</li> </ul>	

คำถามค้นคว้า/ ทบทวนวิชาหลักการตลาด (ชุดที่ 1)

ลำดับ ที่	เนื้อหา	คำถามค้นคว้า/ ทบทวน	แนะนำการค้นคว้า/ แหล่งค้นคว้า	กำหนดส่ง
7	ส่วนประสมการตลาด: การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ และวงจรชีวิต ผลิตภัณฑ์	1. เหตุใดผู้ประกอบการต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีขั้นตอนการพัฒนาอย่างไร จงอธิบายพร้อมทั้ง ยกตัวอย่างประกอบ 3. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์อย่างไร 4. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็นกี่ขั้น และในแต่ละขั้นควรจัดการตลาดอย่างไร 5. BCG Matrix สามารถนำมาใช้ประโยชน์กับการจัดการวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้ อย่างไร 6. จากกรณีศึกษาให้ทำวิเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แปรรูป จากจังหวัด	-ค้นคว้าจากหนังสือ หลักการตลาด -ความรู้จากเอกสารและ การบรรยาย -ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต	23-24 ม.ค. 65
	กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์แปรรูป จากจังหวัด - <a href="https://youtu.be/TRPYQKoMog0">https://youtu.be/TRPYQKoMog0</a> - <a href="https://youtu.be/BIWJZqbPey4">https://youtu.be/BIWJZqbPey4</a> - <a href="https://youtu.be/no-M_AR-Zu8">https://youtu.be/no-M_AR-Zu8</a> - <a href="https://youtu.be/ByD-EL64Eg0">https://youtu.be/ByD-EL64Eg0</a>			