

โมดูลการเรียนรู้
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ
การส่งเสริมการตลาด รหัสวิชา 20202-2009

ผู้จัดทำ
นางสาวสุจิตรา ล่องทอง

วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช
สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
กระทรวงศึกษาธิการ

หลักสูตรรายวิชา
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การตลาด สาขาวิชา การตลาด
รหัส 20202-2009 ชื่อวิชา การส่งเสริมการตลาด
ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

-

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

วางแผนการส่งเสริมการตลาด เลือกใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และสถานการณ์อย่างมีความคิดสร้างสรรค์

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจหลักการส่งเสริมการตลาด
2. มีทักษะการวางแผนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขาย
3. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดี มีการสื่อสารที่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิภาณไหวพริบ และมีความซื่อสัตย์

สุจริต

4. สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาดอย่างมีความคิดสร้างสรรค์

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการส่งเสริมการตลาด
2. วางแผนการส่งเสริมการตลาดตามสถานการณ์
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และสถานการณ์อย่างมีความคิดสร้างสรรค์

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการการส่งเสริมการตลาด กระบวนการสื่อสาร การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง เทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด จรรยาบรรณการส่งเสริมการตลาด

โมดูลการเรียนรู้

รหัสวิชา 20202-2009

ชื่อวิชา การส่งเสริมการตลาด

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ รวม ...4.... ชั่วโมง จำนวน 3 หน่วยกิต

ที่	ชื่อโมดูล	เวลาเรียน (ชม.)			หมายเหตุ
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม	
1.	หลักการส่งเสริมการตลาด	2	2	4	
2.	กระบวนการสื่อสารทางการตลาด	2	2	4	
3.	การโฆษณา	4	4	8	
4.	การประชาสัมพันธ์	4	4	8	
5.	การส่งเสริมการขาย	4	4	8	
6.	การขายโดยพนักงานขาย	4	4	8	
7.	การตลาดทางตรง	4	4	8	
8.	เทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด	6	6	12	
9.	จรรยาบรรณการส่งเสริมการตลาด	2	2	4	
10.	โครงการวางแผนการส่งเสริมการตลาด	-	4	4	
รวม		32	36	68	

โมดูลการเรียนรู้ที่ 1 เทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด
เวลาเรียน 12 ชั่วโมง (ทฤษฎี 6 ชั่วโมง, ปฏิบัติ 6 ชั่วโมง)

1. ผลลัพธ์การเรียนรู้ (ความรู้+ทักษะ+จิตพิสัย=การประยุกต์ใช้)

วางแผนการส่งเสริมการตลาด เลือกใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และสถานการณ์อย่างมีความคิดสร้างสรรค์

2. อ้างอิงมาตรฐาน (ถ้ามี)

-

3. สมรรถนะประจำโมดูล

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการส่งเสริมการตลาด
2. วางแผนการส่งเสริมการตลาดตามสถานการณ์
3. ประยุกต์ใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และสถานการณ์อย่างมีความคิดสร้างสรรค์

4. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

4.1 พุทธิพิสัย

1. อธิบายความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาดได้
2. จำแนกประเภทและรูปแบบของเครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้
3. วิเคราะห์ความเหมาะสมของเครื่องมือดิจิทัลกับผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย และสถานการณ์ได้
4. เลือกใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างเหมาะสม

4.2 ทักษะพิสัย

1. ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสร้างสื่อส่งเสริมการตลาดได้
2. ออกแบบเนื้อหา (Content) สำหรับการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ได้
3. วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดบนช่องทางดิจิทัลได้
4. ผลิตและนำเสนอชิ้นงานส่งเสริมการตลาดดิจิทัลได้อย่างสร้างสรรค์

4.3 จิตพิสัย

1. มีความรับผิดชอบและตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน
2. มีความคิดสร้างสรรค์และกล้าแสดงความคิดเห็นทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
3. มีความซื่อสัตย์ในการใช้ข้อมูล รูปภาพ และสื่อดิจิทัล
4. ตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการสื่อสารทางการตลาด

5. สารการเรียนรู้

1. ความหมายและความสำคัญของเทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด
2. บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลต่อการส่งเสริมการตลาด
3. เครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด

- Social Media Marketing
- Content Marketing
- Digital Advertising
- LINE Official Account
- Live Commerce
- Influencer Marketing
- Video Marketing
- AI เพื่อการตลาด

4. การเลือกช่องทางดิจิทัลให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
5. การสร้างสื่อส่งเสริมการตลาดด้วยเครื่องมือดิจิทัล
6. การใช้ Generative AI ช่วยสร้างแนวคิดและเนื้อหาการตลาด
7. การวางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดออนไลน์
8. การวัดและประเมินผลการส่งเสริมการตลาดดิจิทัล
9. จริยธรรมและความรับผิดชอบในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาด

6. รายละเอียดการเรียนรู้ประจำโมดูล

6.1 ทฤษฎี 6 ชั่วโมง

1. ความหมาย ความสำคัญ และบทบาทของเทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด
2. รูปแบบและเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการส่งเสริมการตลาด
3. Social Media, Content Marketing และ Video Marketing
4. Live Commerce, Influencer Marketing และ Digital Advertising
5. การประยุกต์ใช้ AI และ Generative AI ในงานส่งเสริมการตลาด
6. การเลือกเครื่องมือและช่องทางให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย

6.2 ปฏิบัติ 6 ชั่วโมง

1. วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. เลือกช่องทางและเครื่องมือเทคโนโลยีที่เหมาะสม
3. ออกแบบแนวคิดและวางแผน Content
4. สร้างสื่อส่งเสริมการตลาดด้วยเครื่องมือดิจิทัล/AI
5. นำเสนอผลงานหรือจำลองการประชาสัมพันธ์/Live Commerce
6. ปรับปรุงผลงานจากข้อเสนอแนะและนำเสนอผลงานฉบับสมบูรณ์

7. สื่อและแหล่งการเรียนรู้

ด้านความรู้ (ทฤษฎี) เวลาเรียน 6 ชั่วโมง

1. เอกสารประกอบการเรียน วิชา 20202-2009 การส่งเสริมการตลาด
2. PowerPoint / Infographic
3. คลิปวิดีโอตัวอย่างการตลาดดิจิทัล
4. กรณีศึกษาธุรกิจจริง
5. เว็บไซต์และแพลตฟอร์ม Social Media
6. Google Trends
7. เครื่องมือ AI/Generative AI ที่เหมาะสมกับงานการตลาด

ด้านทักษะและการประยุกต์ใช้ (ปฏิบัติ) เวลาเรียน 6 ชั่วโมง

ฝึกปฏิบัติจริง

ผู้เรียนเลือกผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ 1 รายการ แล้วจัดทำ “แผนการส่งเสริมการตลาดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล” พร้อมสร้างสื่ออย่างน้อย 1 ชิ้น เช่น โพสต์ประชาสัมพันธ์ ภาพโฆษณา วิดีโอสั้น หรือสื่อสำหรับ Live Commerce

หลักฐานการปฏิบัติงาน

- ใบงานวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย
- แผนการส่งเสริมการตลาด
- ชิ้นงานสื่อดิจิทัล
- ไฟล์/ลิงก์ผลงาน
- การนำเสนอผลงาน
- แบบสะท้อนผลการเรียนรู้

เกณฑ์การปฏิบัติงาน

- วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสม
- เลือกเครื่องมือเทคโนโลยีได้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์
- เนื้อหาถูกต้องและน่าสนใจ
- มีความคิดสร้างสรรค์
- ใช้เทคโนโลยีได้เหมาะสม
- มีความรับผิดชอบและทำงานตามเวลาที่กำหนด

ขอบเขตการปฏิบัติงาน

ผู้เรียนต้องสามารถวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เลือกช่องทางดิจิทัล วางแผนกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และสร้างสื่อดิจิทัลเพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้อย่างน้อย 1 รูปแบบ

วิธีการประเมิน

- การสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงาน
- การตรวจใบงาน
- การประเมินชิ้นงาน
- การนำเสนอผลงาน
- การประเมินตนเองและเพื่อนร่วมกลุ่ม

เครื่องมือประเมิน

- แบบทดสอบ
- แบบประเมินใบงาน
- แบบประเมินทักษะการปฏิบัติงาน
- Rubric ประเมินชิ้นงาน
- Rubric ประเมินการนำเสนอ
- แบบสังเกตพฤติกรรมด้านจิตพิสัย

8. การวัดและประเมินผลประจำโมดูล

ภาคทฤษฎี (30 คะแนน)

- | | | |
|---|----|-------|
| - แบบทดสอบความรู้ก่อน/หลังเรียน | 15 | คะแนน |
| - ใบงานวิเคราะห์เทคโนโลยีการส่งเสริมการตลาด | 10 | คะแนน |
| - การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้/อภิปรายกรณีศึกษา | 5 | คะแนน |

ภาคปฏิบัติ (70 คะแนน)

- | | | |
|---|----|-------|
| - วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย | 10 | คะแนน |
| - วางแผนการใช้เทคโนโลยีส่งเสริมการตลาด | 15 | คะแนน |
| - การสร้างสื่อดิจิทัล | 20 | คะแนน |
| - ความคิดสร้างสรรค์และความเหมาะสมของผลงาน | 10 | คะแนน |
| - การนำเสนอผลงาน | 10 | คะแนน |
| - ความรับผิดชอบ/การทำงานร่วมกัน/จริยธรรม | 5 | คะแนน |