



แผนการจัดการเรียนรู้

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ

กลุ่มอาชีพ การเงินและบัญชี

สาขาวิชา การบัญชี

รหัสวิชา 30200-1002 วิชา หลักการตลาด

จัดทำโดย

นางนงลักษณ์ ศรีชา

วิทยาลัยเทคนิคกันทรลักษ์

คำนำ

แผนการจัดการเรียนรู้ฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอน วิชา หลักการตลาด รหัสวิชา 30200-1002 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567 ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การเงินและบัญชี สาขาวิชา การบัญชี สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อใช้ในการจัดการศึกษาด้านวิชาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และเพื่อยกระดับการศึกษาวิชาชีพของผู้เรียนให้สูงขึ้น สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ เป็นไปตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ มาตรฐานการศึกษาของชาติ กรอบคุณวุฒิอาชีวศึกษาแห่งชาติ นอกจากนี้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ มีการจัด กระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา โดยมีผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชาคือ รู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและ พฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์ กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 8 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย

1. วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
2. กำหนดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งผลิตภัณฑ์
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า
4. กำหนดราคาและโครงสร้างราคาสินค้า
5. จัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า
6. วางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
7. ดำเนินงานการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์
8. จัดการลูกค้าสัมพันธ์และประเมินจรรยาบรรณนักการตลาด

ข้าพเจ้า หวังเป็นอย่างยิ่งว่า แผนการจัดการเรียนรู้ ฉบับนี้ คงจะมีประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน ในรายวิชา หลักการตลาด ไม่มากนักน้อย

นางนงลักษณ์ ศรีชา

สารบัญ

หน้า

คำนำ	x
สารบัญ	x
ลักษณะรายวิชา	x
มาตรฐานอาชีพ (ถ้ามี)	x
หน่วยการเรียนรู้	x
การวางแผนการจัดการเรียนรู้	x
หน่วยที่ 1 งาน	x
แผนการจัดการเรียนรู้	x
ใบความรู้	x
ใบกิจกรรม	x
ใบงาน	x
ใบมอบหมายงาน	x
แบบประเมินความสามารถในการปฏิบัติงาน/ผลลัพธ์การเรียนรู้/สมรรถนะ	x
หน่วยที่ 2 งาน	x
แผนการจัดการเรียนรู้	x
ใบความรู้	x
ใบกิจกรรม	x
ใบงาน	x
ใบมอบหมายงาน	x
แบบประเมินความสามารถในการปฏิบัติงาน/ผลลัพธ์การเรียนรู้/สมรรถนะ	x
หน่วยที่ 3 งาน	x
หน่วยที่ 4 งาน	x
บรรณานุกรม	x
ภาคผนวก	x

หลักสูตรรายวิชา
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ กลุ่มอาชีพ การเงินและบัญชี สาขาวิชา การบัญชี
รหัส 30200-1002 ชื่อวิชา หลักการตลาด
ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

อ้างอิงมาตรฐาน

มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) รหัส ECM-ZZZ-4-016ZA อาชีพนักการตลาดพื้นที่สีเขียว ระดับ 4-5

ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา

รู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์ กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. เข้าใจเกี่ยวกับหลักการการตลาด
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค
3. กำหนดส่วนประสมการตลาด
4. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด
5. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ สุจริต มีวินัย สนใจ ใฝ่รู้ มีความคิดสร้างสรรค์ และอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

สมรรถนะรายวิชา

1. ประมวลความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานการตลาด
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์
3. กำหนดส่วนประสมการตลาดตามหลักการ
4. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการการตลาด แนวความคิดทางการตลาด หน้าที่ทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เทคโนโลยีดิจิทัลทางการตลาด และจรรยาบรรณนักการตลาด

ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้

รหัส 30200-1002 ชื่อวิชา หลักการตลาด

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

หน่วยการเรียนรู้	ความสามารถที่คาดหวัง									รวม	จำนวน ชั่วโมง ท/ป
	พุทธิพิสัย						ทักษะ พิสัย	จิต พิสัย	ประยุกต์ ใช้		
	ความรู้	ความเข้าใจ	การนำไปใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์					
วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	-	2	3	3	-	-	3	3	1	15	4/4
กำหนดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งผลิตภัณฑ์	-	1	-	2	2	2	3	3	1	14	4/4
พัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	-	-	2	2	-	3	3	3	1	14	4/4
กำหนดราคาและโครงสร้างราคาสินค้า	-	3	-	4	-	-	3	3	1	14	4/4
จัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า	-	1	1	1	2	2	3	3	1	14	4/4
วางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	-	1	2	2	-	2	3	2	-	12	4/4
ดำเนินงานการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์	-	3	4	-	-	-	3	2	-	12	4/4
จัดการลูกค้าสัมพันธ์และประเมินจรรยาบรรณนักการตลาด	-	-	-	1	1	1	1	1	-	5	2/2
รวม	-	11	12	15	5	10	22	20	5	100	30/30
ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา (เมื่อเรียนรายวิชานี้สำเร็จแล้วทำอะไรได้)											
รวมทั้งรายวิชา										100	

หน่วยการเรียนรู้

รหัส 30200-1002 ชื่อวิชา หลักการตลาด

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง/สัปดาห์ จำนวน 3 หน่วยกิต

หน่วย ที่	หน่วยการเรียนรู้	เวลาเรียน (ชม.)		
		ทฤษฎี	ปฏิบัติ	รวม
1	วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	4	4	8
2	กำหนดกลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาด กลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งผลิตภัณฑ์	4	4	8
3	พัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า	4	4	8
4	กำหนดราคาและโครงสร้างราคาสินค้า	4	4	8
5	จัดการช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า	4	4	8
6	วางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	4	4	8
7	ดำเนินการตลาดดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์	4	4	8
8	จัดการลูกค้าสัมพันธ์และประเมินจรรยาบรรณนักการตลาด	2	2	4
	ประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา	2	2	4
รวม		32	32	64