

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
คณะ/ภาควิชา : คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ภาควิชาสถิติประยุกต์

### หมวดที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
455210 สถิติประยุกต์ทางการตลาด (Statistical Applications in Marketing)
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 หน่วยกิต (3-0-3)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสถิติธุรกิจและสถิติประกันภัย หรือ วิชาเลือกเสรี
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
ผศ. กรองแก้ว หวังนิเวศน์กุล  
e-mail: [kws@kmutnb.ac.th](mailto:kws@kmutnb.ac.th) หรือ e-mail: [krongkaew.w@sci.kmutnb.ac.th@gmail.com](mailto:krongkaew.w@sci.kmutnb.ac.th@gmail.com)  
โทร 02-9132500 - 24 ต่อ 4906
5. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
2/2558/ ปี 3 (หรือ เทียบเท่า) ขึ้นไป
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
451101 สถิติและความน่าจะเป็นเบื้องต้น
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
-
8. สถานที่เรียน  

Sec 1	W	13.00-16.00 น.	ห้อง	78-1106
Sec 2	W	17.00-20.00 น.	ห้อง	78-1106
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
4 มกราคม 2559

## หมวดที่ 2 : จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อเป็นส่วนประกอบหรือเพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้ที่จะนำไปใช้ในภาคธุรกิจและการประกนกันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ความหมาย ความสำคัญ ระบบการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด ประยุกต์เครื่องมือทางสถิติที่ช่วยในการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพ บทบาทและความรับผิดชอบของนักสถิติที่มีต่อการตลาด เศรษฐกิจ และสังคม

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เกิดความทันสมัยในหลักการบริหารการตลาด การตลาดยุคใหม่ เทคนิคทางสถิติที่พัฒนาเพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด

## หมวดที่ 3 : ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของการตลาดในฐานะที่เป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจ โดยศึกษาถึงแนวคิดและหลักการตลาดสมัยใหม่ ระบบการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด ศึกษาเครื่องมือทางสถิติที่ช่วยในการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพ บทบาทและความรับผิดชอบของนักสถิติที่มีต่อการตลาด เศรษฐกิจ และ สังคม

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
57 ชั่วโมง	-	- ทดสอบ 1 ครั้ง ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการทำการบ้านส่วนของสถิติ	ทบทวนและทำการบ้านในทุกบททละ 1-2 ชั่วโมง

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

#### 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

\* อาจารย์ประจำวิชา ให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์คณะ

\* ให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลในเวลาราชการ ตามประกาศเวลาให้คำปรึกษาของอาจารย์ ตาม

ประกาศหน้าห้องพักในภาควิชา( 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

## หมวดที่ 4 :การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- \* มีความกตัญญู รับผิดชอบต่อบิดา-มารดา ครอบครัว มหาวิทยาลัย ตนเอง และสังคม ก่อนออกสู่องค์กรงานอาชีพ
- \* ซื่อสัตย์
- \* มีวินัย ตรงต่อเวลา
- \* เคารพกฎระเบียบของสังคมภายในกลุ่มการทำงาน ห้องเรียน
- \* การทำงานเป็นทีม
- \* การคิดบวก (Positive Thinking)
- \* มีภาวะผู้นำและผู้ตาม

#### 1.2 วิธีการสอน

- \* บรรยายพร้อมยกตัวอย่างประกอบจากประสบการณ์การประยุกต์
- \* กำหนดเงื่อนไขให้นักศึกษาฝึกคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาในกิจกรรมการตลาด

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- \* พฤติกรรมการเข้าเรียน การแจกจ่ายงานที่มอบหมาย การส่งงาน ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบร่วมกันในผลงาน
- \* ประเมินจากงานที่เสนอความคิดวิเคราะห์ในห้อง ชิ้นงานที่ส่งและจำนวนครั้งที่มาขอคำปรึกษาเกี่ยวกับปัญหาในการทำงาน
- \* เก็บรวบรวมข้อมูลในสิ่งต่อไปนี้
  - พูดคุยนอกห้องเรียนกับผู้ที่จบไปแล้ว(ภายหลังที่ไปทำงานได้นำไปใช้งานหรือไม่?)
  - วิชานี้ยังใช้ใช้เพื่อทำงานด้านบริหารธุรกิจ

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

\* มีความเข้าใจในหลักการตลาด ระบบการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และเชื่อมโยงสถิติศาสตร์เพื่อการใช้งานในแต่ละส่วนของการทำงานจริงได้ในภายหลัง เรียนรู้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ด้วยตนเอง

#### 2.2 วิธีการสอน

บรรยาย การอภิปรายกลุ่ม มอบหมายงาน

#### 2.3 วิธีการประเมินผล

- \* จากชิ้นงานที่มอบหมาย
- \* จากการอภิปรายกลุ่ม
- \* จากผลสอบกลางภาคและปลายภาคการศึกษา

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- \* พัฒนาความคิดทางบวก
- \* พัฒนาความคิดอย่างมีระบบ มีการวิเคราะห์

#### 3.2 วิธีการสอน

- \* ยกตัวอย่างจากประสบการณ์จากแวดวงการตลาดเพื่อให้นักศึกษาได้คิดตามอย่างเป็นระบบ
- \* ให้ติดตามข่าว และแวดวงทางธุรกิจ การตลาด
- \* ยกกรณีศึกษาจากสังคมปัจจุบันให้วิเคราะห์ตามและติดตามหาข้อผลสรุปเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่แท้จริง

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

วิเคราะห์จากกรณีศึกษา คำตอบที่ได้รับจากนักศึกษาจากการอภิปรายกลุ่ม

### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- \* พัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีม
- \* พัฒนาความเป็นผู้ฟังที่ดี
- \* พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย ให้ครบถ้วน ตรงเวลา
- \* พัฒนาการเรียนรู้การแก้ไข

#### 4.2 วิธีการสอน

- \* มอบหมายงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

#### 4.3 วิธีการประเมินผล

- \* จากงานและรายงาน

### 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- \* ทักษะการคิดคำนวณเชิงตัวเลข
- \* ทักษะการสื่อสารด้วยการพูด และรายงาน
- \* ทักษะการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการค้นคว้า
- \* ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- \* ทักษะการนำเสนองาน

#### 5.2 วิธีการสอน

- \* วิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขในห้องบรรยาย
- \* พัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจากการมอบหมายงาน
- \* พัฒนาเทคนิคการเลือกใช้เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานที่มอบหมาย

#### 5.3 วิธีการประเมิน

- \* การจัดทำรายงาน
- \* จากการสอบย่อย สอบกลางภาค และปลายภาคการศึกษา

## หมวดที่ 5 : แผนการสอนและการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรม/ สื่อที่ใช้	ผู้สอน	หมายเหตุ
1	ข้อตกลงเบื้องต้นในการเรียนและภาพรวมของเนื้อหาของรายวิชาที่สืบเนื่องกัน	3	มคอ. 3	KWS	
2	บทที่ 1 แนวความคิดทางการตลาดและระบบการตลาด	3	Power point	KWS	
3	บทที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและการแบ่งส่วนการตลาด	3	Power point	KWS	
4	บทที่ 3 ความหมายของคุณภาพและแนวคิดการบริหารคุณภาพทางการตลาด	3	Power point	KWS	
5	บทที่ 4 ส่วนประสมการตลาดและกลยุทธ์ตลาดสมัยใหม่	3	Power point	KWS	
6	บทที่ 5 ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3	Power point	KWS	
7	บทที่ 6 การวางตำแหน่งและช่องทางการจัดจำหน่าย	3	Power point	KWS	
8	บทที่ 7 ราคาและกลยุทธ์การกำหนดราคา	3	Power point	KWS	
9	<b>สอบกลางภาคบทที่ 1- 6</b>				
10	<b>หยุดสอบคัดเลือก</b>				
11	บทที่ 9 การส่งเสริมการตลาด	3	Power point	KWS	
12	บทที่ 10 การวิจัยทางการตลาดและขั้นตอนเชิงปฏิบัติ	3	Power point	KWS	
13	บทที่ 11 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการบริหารการตลาด	3	Power point	KWS	
14	<b>หยุดช่วงสงกรานต์</b>				
15	(ขดเชย) บทที่ 12 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเชิงสถิติ	3	โปรแกรมฯ	KWS	
16	บทที่ 13 การประยุกต์ใช้สถิติทดสอบทางการตลาด	3	โปรแกรมฯ	KWS	
17	บทที่ 14 การประยุกต์ใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางการตลาด	3	โปรแกรมฯ	KWS	
18	(ขดเชย) บทที่ 15 ประยุกต์ใช้สถิติเพื่อควบคุมคุณภาพ	3	โปรแกรมฯ	KWS	
19-20	<b>สอบปลายภาคบทที่ 7-15</b>				

### 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรม	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1, 2.1, 2.3, 3.1, 3.3, 5.1, 5.3	สอบย่อย สอบกลางภาคและสอบปลายภาค	4 , 15 9 และ 18 -19	40% และ 45%
2	1.1, 2.1, 3.1, 4.1, 5.1	งานที่มอบหมาย การอภิปรายกลุ่ม การบ้าน และรายงาน	ตลอดภาคเรียน	10%
3	1.1	การเข้าชั้นเรียน/ ความตรงต่อเวลา	ตลอดภาคเรียน	5%

หมายเหตุ : คะแนนการประเมินผลอาจปรับเปอร์เซ็นต์ได้ในทุกส่วนไม่เกิน 5 %

## หมวดที่ 6 : ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

กรองแก้ว หวังนิเวศน์กุล, เอกสารประกอบการสอนวิชาสถิติประยุกต์ทางการตลาด  
อัจจิมา เศรษฐบุตรและสายสวรรค์ วัฒนพานิช, การบริหารการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 13,  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.

วิทวัสรุ่งเรืองผล, หลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.  
มัลลิกา บุญนาค, สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2548.

### 2. เอกสารและข้อมูลที่สำคัญ

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ วารสารเกี่ยวกับการบริหาร การควบคุมคุณภาพ การประกันคุณภาพ

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ศึกษาเพิ่มเติมจากหนังสือ (ซึ่งอ้างอิงไว้ในตำรา) ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย
  - หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
  - หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการตลาด
  - หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมคุณภาพ
  - สถิติเพื่อการวิจัยและตัดสินใจ
  - สถิติเพื่อการวิจัยทางการตลาด
  - สถิติเพื่อธุรกิจและเศรษฐศาสตร์
  - สถิติสำหรับนักบริหาร

## หมวดที่ 7 : การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตพฤติกรรมผู้เรียน และแบบประเมินผู้สอน

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ผลการสอบ

### 3. การปรับปรุงการสอน

สัมมนาการจัดการเรียนการสอน

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ความสนใจในการอภิปรายกลุ่มของนักศึกษา

### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

พิจารณาปรับปรุงเนื้อหาวิชาทุก 5 ปี และปรับระบบการเรียนการสอนทุกปีตามความเหมาะสม