

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
คณะ/ภาควิชา : คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ภาควิชาสถิติประยุกต์

### หมวดที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

- รหัสวิชาและชื่อรายวิชา  
040533302 สถิติประยุกต์ทางการตลาด  
(Statistical Applications in Marketing)
- จำนวนหน่วยกิต  
3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาสถิติธุรกิจและการประกันภัย หรือวิชาเลือกเสรี
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์  
E-mail kanita.p@sci.kmutnb.ac.th
- ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 2/2560 / ชั้นปีที่ 2 สาขาสถิติธุรกิจและการประกันภัย  
รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)  
040513104 สถิติวิเคราะห์ 2
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
- สถานที่เรียน  
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
29 ธันวาคม 2560

## หมวดที่ 2 : จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อเป็นส่วนประกอบหรือเติมเต็มเกี่ยวกับความรู้ที่จะนำไปใช้ในภาคธุรกิจ และการประกันภัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ความหมาย ความสำคัญ ระบบการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค สามารถประยุกต์เครื่องมือทางสถิติที่ช่วยในการบริการการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และทราบบทบาทและความรับผิดชอบของนักสถิติที่มีต่อการตลาด เศรษฐกิจ และสังคม

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เกิดความทันสมัยในหลักการบริหารการตลาด การตลาดยุคใหม่ เทคนิคทางสถิติที่พัฒนาเพื่อวิเคราะห์ปัญหาทางการตลาด

## หมวดที่ 3 : ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมายและความสำคัญของการตลาดในฐานะที่เป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจ โดยศึกษาถึงแนวคิด และหลักการตลาดสมัยใหม่ ระบบการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด ศึกษาเครื่องมือทางสถิติที่ช่วยในการบริหารการตลาดให้มีประสิทธิภาพ บทบาทและความรับผิดชอบของนักสถิติที่มีต่อการตลาด เศรษฐกิจ และสังคม

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม / การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอน เสริม ตาม ความ ต้องการ ของ นักศึกษา เฉพาะราย	ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล	ศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

มีการจัดตารางเวลาการเข้าพบเพื่อขอคำปรึกษาแก่นักศึกษาเป็นเวลา 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยประกาศให้นักศึกษาทราบหน้าห้องพัก นักศึกษาสามารถเข้าพบปรึกษาได้ตามวัน และเวลาดังกล่าว

## หมวดที่ 4 : การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรมจริยธรรมที่ต้องพัฒนา

พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีจรรยาบรรณวิชาชีพ เคารพในสิทธิของข้อมูลส่วนบุคคลไม่ละเมิดสิทธิทางปัญญา มีความซื่อสัตย์ โดยมีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติหลักสูตร ประกอบด้วย

- ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- ความซื่อสัตย์สุจริต
- มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและแก้ไขข้อขัดแย้งได้ เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- มีมารยาททางสังคม
- เคารพกฎ ระเบียบ มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

#### 1.2 วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา
- มอบหมายงานให้นักศึกษาได้ฝึกคิดวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาในกิจกรรมทางการตลาด

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียนและการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา
- ประเมินผลการเรียนรู้จากงานที่มอบหมาย
- ประเมินผลการเรียนรู้จากการสอบวัดผล

### 2. ความรู้

#### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

มีความเข้าใจในหลักการตลาด ระบบการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมการตลาด และเชื่อมโยงสถิติศาสตร์เพื่อการใช้งานในแต่ละส่วนของการทำงานจริงได้ เรียนรู้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ด้วยตนเอง

## 2.2 วิธีการสอน

- บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา
- มอบหมายงานให้นักศึกษาแต่ละกลุ่ม เพื่อให้สามารถวิเคราะห์นำหลักสถิติมาใช้ในการตลาดได้

## 2.3 วิธีการประเมินผล

สอบกลางภาค ร้อยละ 40

สอบปลายภาค ร้อยละ 45

งานที่ได้รับมอบหมาย ร้อยละ 10

การเข้าชั้น และความตรงต่อเวลา ร้อยละ 5

## 3. ทักษะทางปัญญา

### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

การพัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงสถิติศาสตร์เพื่อใช้ในการตลาดได้อย่างเหมาะสม

### 3.2 วิธีการสอน

- ยกตัวอย่างกรณีศึกษา เพื่อให้ให้นักศึกษาได้คิดอย่างเป็นระบบและเห็นความเชื่อมโยง

### 3.3 วิธีการประเมินผล

มอบหมายงานเดี่ยวและงานกลุ่ม

## 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

มีความรับผิดชอบในงานที่มอบหมาย ใส่ใจในการศึกษาเรียนรู้อย่างจริงจัง และส่งงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้นภายในกำหนดเวลา

### 4.2 วิธีการสอน

มอบหมายงานเพื่อให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและเป็นกลุ่ม

### 4.3 วิธีการประเมินผล

ตรวจให้คะแนนงานที่มอบหมาย

## 5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### 5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลข
- มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ
- มีทักษะในการนำเสนองาน

## 5.2 วิธีการสอน

- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขในห้องบรรยาย
- พัฒนาเทคนิคการเลือกใช้เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานที่ได้รับมอบหมาย

## 5.3 วิธีการประเมิน

ตรวจให้คะแนนงานที่มอบหมาย

### หมวดที่ 5 : แผนการสอนและการประเมินผล

#### 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/ รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ข้อตกลงเบื้องต้นในการเรียนและภาพรวมของเนื้อหาของรายวิชาที่สืบเนื่องกัน	3	มคอ 3	อ.ดร.คณิตา
2	แนวความคิดทางการตลาดและระบบการตลาด	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
3	พฤติกรรมผู้บริโภคและการแบ่งส่วนการตลาด	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
4	ความหมายของคุณภาพและแนวคิดการบริหารคุณภาพทางการตลาด	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
5-6	ส่วนประสมการตลาดกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
7-8	ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
9	สอบกลางภาค			
10	สอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัย (โครงการรับตรง) (มหาวิทยาลัยยังดการเรียน การสอน การสอบ)			
11-12	การวางตำแหน่งและช่องทางการจัดจำหน่าย	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
13	ราคาและกลยุทธ์การกำหนดราคา		บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
14	การส่งเสริมการตลาด	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
15	การวิจัยทางการตลาดและขั้นตอนเชิงปฏิบัติ	3	บรรยาย	อ.ดร.คณิตา
16	การประยุกต์ใช้สถิติทดสอบทางการตลาด	3	บรรยาย /โปรแกรม	อ.ดร.คณิตา
17	การประยุกต์ใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางการตลาด	3	บรรยาย /โปรแกรม	อ.ดร.คณิตา
18	นำเสนอ	3	บรรยาย /โปรแกรม	อ.ดร.คณิตา
19-20	สอบปลายภาค			

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1		สอบย่อยครั้งที่ 1	8	40 %
		สอบกลางภาค	9	
2		สอบย่อยครั้งที่ 2	17	45 %
		สอบปลายภาค	19-20	
3		นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย	18	10 %
4		การเข้าชั้นเรียน	ตลอดภาคเรียน	5%

### หมวดที่ 6 : ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### 1. เอกสารและตำราหลัก

วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล ตำราหลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 9 ; กรุงเทพฯ ; ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . 2558  
สุดาพร กุณชลบุตร หลักการตลาดสมัยใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 6 ; กรุงเทพฯ ; ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558  
เอกชัย อภิศักดิ์กุล และ จตุพร เลิศล้ำ การวิจัยการตลาด ; กรุงเทพฯ ; แมคกรอ-ฮิลล์

#### 2. เอกสารและข้อมูลที่สำคัญ

ไม่มี

#### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ศึกษาเพิ่มเติมจากหนังสือ(ซึ่งอ้างอิงไว้)ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการตลาด
- หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมคุณภาพ
- สถิติเพื่อการวิจัยทางการตลาด
- สถิติสำหรับนักบริหาร