

### หลักสูตรวิชาโท (Minor Program)

สังกัด/คณะ

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

##### 1.1 ชื่อหลักสูตรวิชาโท

(ภาษาไทย) : การตลาดบนสมาร์ตโฟน

(ภาษาอังกฤษ) : Mobile Marketing

##### 1.2 รูปแบบของหลักสูตร

หลักสูตรปกติ

ภาษาที่ใช้

ภาษาไทย

##### 1.3 สถานภาพของหลักสูตรและการพิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตร

(1) ได้พิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการประจำคณะ ครั้งที่ 2/2567 วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2567

(2) คณะกรรมการวิชาการ ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบหลักสูตรวิชาโท ในการประชุม ครั้งที่ 2/2567 วันที่ 7 พฤษภาคม 2567

(3) สภาวิชาการ ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบหลักสูตรวิชาโท ในการประชุม ครั้งที่ 3/2567 วันที่ 13 พฤษภาคม 2567

(4) สภามหาวิทยาลัย พิจารณาอนุมัติ/เห็นชอบหลักสูตรวิชาโท ในการประชุม ครั้งที่ 5/2567 วันที่ 23 พฤษภาคม 2567

##### 1.4 ชื่อ-นามสกุล คุณวุฒิของอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรวิชาโทและอาจารย์ผู้สอน

(1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรวิชาโท (อย่างน้อย 2 ท่าน)

ลำดับ	ตำแหน่ง ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
1	อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ เนื้อไม้	บธ.ด. การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2561
		บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2551
		ค.อ.บ. เทคโนโลยี	สถาบันเทคโนโลยี	2547
		การวัดคุมทางอุตสาหกรรม	พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	
2	อาจารย์ ดร.วรรณพรรณ รักษัน	บธ.ด. การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2561
		บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2544
		นศ.บ. การจัดการสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยรังสิต	2540

## (2) อาจารย์ผู้สอน

ลำดับ	ตำแหน่ง ชื่อ - นามสกุล	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
1	อาจารย์ ดร.ชูเกียรติ เนื้อไม้	บธ.ด. การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2561
		บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2551
		ค.อ.บ. เทคโนโลยีการ	สถาบันเทคโนโลยี	2547
		วัดคุมทางอุตสาหกรรม	พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง	
2	อาจารย์ ดร.วรรณพรรณ รักษัน	บธ.ด. การตลาด	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	2561
		บธ.ม. การตลาด	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	2544
		นศ.บ. การจัดการสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยรังสิต	2540
3	รศ.อิสริย์ ดอนรัมย์	บธ.ม.	มหาวิทยาลัยนเรศวร	2545
		บธ.บ. การตลาด	มหาวิทยาลัยพายัพ	2536

## 1.5 สถานที่จัดการเรียนการสอน

- มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

## 2. ข้อมูลเฉพาะของหลักสูตร

## 2.1 หลักการและเหตุผล

สังคมปัจจุบันก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัล ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการพึ่งพาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การดำเนินธุรกิจจึงจำเป็นต้องก้าวให้ทันกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีความหลากหลาย เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคสมัยใหม่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน ซึ่งปัจจุบันใช้เวลาอยู่บนสื่อเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า “สื่อออนไลน์” ถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน และมีแนวโน้มที่จะใช้งานมากขึ้น ไม่ว่าเพื่อใช้ในการทำงาน ความบันเทิง ทหารายได้ สร้างโอกาส หาข้อมูล สุขภาพและอื่น ๆ กันมากขึ้น โดยเฉพาะการทำธุรกิจในยุคโควิดและหลังโควิด-19 ที่ต้องอาศัยช่องทางออนไลน์มากขึ้น หรือผสมผสานกับช่องทางออฟไลน์ที่เรียกว่า “O2O” (Online to Offline) จากคนทั่วไปที่ไม่มีรายได้มาก ไม่ได้มีเครื่องมือต่าง ๆ มากมาย แต่ก็ยังสามารถไลฟ์สด ถ่ายคลิป รีวิวสินค้า ขายสินค้าออนไลน์ผ่านหน้าเพจแบบง่าย ๆ ทำให้หลายคนสามารถขายของ สร้างรายได้ หรือเพิ่มโอกาสในอาชีพได้อีกด้วย ดังนั้น หลักสูตรการตลาดเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นทางเลือกให้กับนักศึกษาหรือผู้ที่เป็นผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ศึกษาเรียนรู้และฝึกปฏิบัติการในการสร้างรายได้จากการโฆษณา การขายสินค้าต่าง ๆ การแนะนำร้านค้า การสร้างแบรนด์และตัวตนให้เป็นที่รู้จัก อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้ เป็นอาชีพเสริม หรือประยุกต์ใช้ความรู้ในการประกอบอาชีพหลักได้เมื่อจบการศึกษา

## 2.2 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้และเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดยุคดิจิทัล
2. เพื่อให้ผู้เรียนจัดทำช่องทางการตลาดและสื่อสารในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้
3. เพื่อให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ความรู้เป็นทางเลือกในการสร้างรายได้เสริมหรือประกอบอาชีพในอนาคตได้

## 2.3 ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (Program Learning Outcomes: PLOs)

### (1) ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรวิชาโท

- PLO1 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล วิเคราะห์ STP, BCG Matrix และ BMC Model ได้
- PLO2 สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และกำหนดราคาสินค้าได้
- PLO3 สามารถสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์บนสมาร์ทโฟนได้
- PLO4 สามารถใช้เทคนิคการขายและการพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายได้
- PLO5 สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ตามหลักจริยธรรมและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ได้

### (2) ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้กับผลลัพธ์การเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับ

อุดมศึกษา พ.ศ. 2565

ผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs)		มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 (TQF)			
		1. ความรู้ (Knowledge)	2. ทักษะ (Skills)	3. จริยธรรม (Ethics)	4. ลักษณะบุคคล (Character)
PLO1	สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล วิเคราะห์ STP, BCG Matrix และ BMC Model ได้	✓	✓		
PLO2	สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และกำหนดราคาสินค้าได้	✓	✓		
PLO3	สามารถสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์บนสมาร์ทโฟนได้	✓	✓		
PLO4	สามารถใช้เทคนิคการขายและการพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายได้	✓	✓	✓	
PLO5	สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ตามหลักจริยธรรมและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ได้	✓	✓	✓	✓

(3) ตารางแสดงผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา ระดับความสำเร็จของ PLO และหลักฐานเชิงประจักษ์ ที่แสดงถึงความสำเร็จของ PLO (เกณฑ์1-1)

ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา (PLOs)	ระดับความสำเร็จของ PLO (%)	
	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
PLO1 สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล วิเคราะห์ STP, BCG Matrix และ BMC Model ได้	100%	
PLO2 สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และกำหนดราคา สินค้าได้	100%	
PLO3 สามารถสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์บนสมาร์ทโฟนได้	100%	
PLO4 สามารถใช้เทคนิคการขายและการพัฒนาสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายได้	100%	
PLO5 สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ตาม หลักจริยธรรมและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับตลาดออนไลน์ได้		100%

2.4 โครงสร้างหลักสูตรและรายวิชา

(1) โครงสร้างหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตร ไม่น้อยกว่า 15 หน่วยกิต

(2) รายวิชา

(1) วิชาโทบังคับ จำนวน 15 หน่วยกิต

รหัสวิชา	ชื่อวิชา	น(ท-ป-อ)
	บังคับเรียนวิชาต่อไปนี้	
3543001	การตลาดยุคดิจิทัล	3(2-2-5)
3543002	Digital Marketing การพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคา	3(2-2-5)
3543003	Product Development and Pricing การตลาดเชื่อมต่อทุกช่องทาง	3(2-2-5)
3543004	Omni Chanel Marketing เทคนิคการขาย	3(2-2-5)
3543005	Selling Techniques กลยุทธ์การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	3(2-2-5)
	Sales Strategies of Online Platform	

3) แผนการศึกษา

ชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	รายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543001	การตลาดยุคดิจิทัล	3(2-2-5)
3543002	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคา	3(2-2-5)
	รวม	6 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 2

รหัสวิชา	รายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543003	การตลาดเชื่อมต่อทุกช่องทาง	3(2-2-5)
3543004	เทคนิคการขาย	3(2-2-5)
	รวม	6 หน่วยกิต

ชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1

รหัสวิชา	รายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543005	กลยุทธ์การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	3(2-2-5)
	รวม	3 หน่วยกิต

4) แผนที่กระจายความรับผิดชอบจากผลการเรียนรู้ที่คาดหวังสู่รายวิชา

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	ผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (PLOs)				
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5
3543001	การตลาดยุคดิจิทัล	✓				
3543002	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคา		✓			
3543003	การตลาดเชื่อมต่อทุกช่องทาง			✓		
3543004	เทคนิคการขาย				✓	
3543005	กลยุทธ์การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์					✓

5) คำอธิบายรายวิชา

รหัสวิชา	ชื่อรายวิชา	น(ท-ป-อ)
3543001	การตลาดยุคดิจิทัล	3(2-2-5)

Digital Marketing

แนวคิดและรูปแบบการตลาดสมัยใหม่ในยุคดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคในปัจจุบัน ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคในการตลาดต่อการแบ่งส่วนตลาด และการกำหนดตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ด้วย BCG Matrix การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดด้วย BMC Model ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค STP, BCG Matrix และ BMC Model

- |                 |   |                 |
|-----------------|---|-----------------|
| <b>รหัสวิชา</b> | <b>ชื่อรายวิชา</b>  | <b>น(ท-ป-อ)</b> |
| <b>3543002</b>  | <b>การพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคา</b><br>Product Development and Pricing<br>แนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ประเภทและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล หลักการในการตั้งราคาเบื้องต้น องค์ประกอบที่ต้องพิจารณาในการตั้งราคา การคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาและการกระตุ้นยอดขาย การศึกษาต้นทุนเพื่อวัดผลการดำเนินงาน<br>ฝึกปฏิบัติการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์เพื่อกำหนดราคา | <b>3(2-2-5)</b> |
| <b>3543003</b>  | <b>การตลาดเชื่อมต่อทุกช่องทาง</b><br>Omni Chanel Marketing<br>แนวความคิดการตลาดเชื่อมต่อทุกช่องทางทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์แบบไร้รอยต่อ รวมทั้งวิธีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป พัฒนาช่องทางการตลาดบนสมาร์โฟนการพัฒนาช่องทางการตลาดบนสมาร์ทโฟน<br>ฝึกปฏิบัติการพัฒนาช่องทางการตลาดผ่านโซเชียลมีเดียด้วยโปรแกรม สำเร็จรูปบนสมาร์ทโฟน   | <b>3(2-2-5)</b> |
| <b>3543004</b>  | <b>เทคนิคการขาย</b><br>Selling Techniques<br>เทคนิคการสร้างคำพูดเปิดใจลูกค้า การเล่าเรื่องเพื่อโน้มน้าวใจและกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค การสาธิตสินค้า การพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย การทำร้านค้าชั่วคราว (Popup Store)<br>ฝึกปฏิบัติการใช้เทคนิคและการพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย  | <b>3(2-2-5)</b> |
| <b>3543005</b>  | <b>กลยุทธ์การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์</b><br>Sales Strategies of Online Platform<br>การสร้างคอนเทนต์ (Content) การสร้างเรื่องเล่า (Story Telling) การถ่ายภาพและการทำคลิปวิดีโอ การยิงแอดโฆษณา การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ยูทูปเบอร์ (YouTuber) การไลฟ์ การแชร์ การโพสต์ การไลก์ และการแสดงความคิดเห็น การเป็นแอดมิน หลักจริยธรรมและกฎระเบียบเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ การวัดและประเมินผล<br>ฝึกปฏิบัติการสร้างกลยุทธ์การขายและสามารถจัดจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์   | <b>3(2-2-5)</b> |