

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### 1.1 รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 2512726 ชื่อวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค

Marketing and Consumer Psychology

#### 1.2 จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

#### 1.3 หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

- 1) หลักสูตร : ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
- 2) ประเภทของรายวิชา : หมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

#### 1.4 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

- 1) อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์
- 2) อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

#### 1.5 ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา 1 ปีการศึกษา 2561 / ชั้นปี 2

#### 1.6 รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 1.7 รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

#### 1.8 สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต อาคาร 11 ห้อง 11607

#### 1.9 วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 9 กรกฎาคม 2561

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 2.1 จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. ตระหนักในคุณค่าของจรรยาบรรณนักจิตวิทยา กฎระเบียบข้อบังคับขององค์การ มีความซื่อสัตย์ มีวินัย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน รักความถูกต้อง และความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน มีจิตสาธารณะ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและอยู่ร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์

2. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และเนื้อหาสาระสำคัญในสาขาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง โดยนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง และสามารถบูรณาการความรู้กับศาสตร์อื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการนำความรู้ไปเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

3. มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ มีความสามารถอธิบาย แยกแยะ และวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ จากความรู้ที่ได้ศึกษามาโดยสามารถแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ รวมทั้งสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

4. มีความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวกับผู้อื่นโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเองและแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำตลอดจนสามารถเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม

5. มีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านจิตวิทยา สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ โดยสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นคว้าข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกใช้สื่อในการนำเสนอและสื่อสารข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

### 2.2 วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

รายวิชานี้เปิดสอนเป็นครั้งแรก จึงไม่มีแผนการปรับปรุง

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 3.1 คำอธิบายรายวิชา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค การประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยาในการส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

Influence factors in decision making of consumer behavior, motivation, perception, learning, personality and attitude, roles of psychologist that involve marketing and consumer, the application of psychological theories to promote the marketing activities for more efficiency

### 3.2 จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	ให้คำปรึกษา แนะนำ สอนเสริม ตามความต้องการของนักศึกษา เป็นรายกลุ่ม เพื่อทบทวนความรู้ ให้ชัดเจนและแม่นยำยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มของนักศึกษา ที่มีผลการเรียนต่ำ	30 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	75 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา

### 3.3 จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- 1) อาจารย์ประจำรายวิชา แจ้งเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์ประจำรายวิชา หรือผ่าน Social Network เช่น Facebook Line
- 2) อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการ อย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

### วิธีการสอนและการประเมินผล

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p><b>1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม</b></p> <p>1.1 ตระหนักในคุณค่าของจรรยาบรรณ นักจิตวิทยา ภาวะเยียบข้อบังคับขององค์การ มีความซื่อสัตย์ มีวินัยความรับผิดชอบต่อหน้าที่ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำงาน</p> <p>1.2 รักความถูกต้องและความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและอยู่ร่วมกันได้อย่างสร้างสรรค์</p> <p>1.3 มีจิตสาธารณะ มีความเข้าใจปัญหาทางสังคมคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ</p>	<p>1. ผู้สอนจัดการเรียนการสอนโดยการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อประกอบการบรรยายในแต่ละสัปดาห์</p> <p>2. การปลูกฝังวัฒนธรรมที่ดีงามให้นักศึกษามีระเบียบวินัย และปลูกฝังความเป็นสวนดุสิต โดยเน้นความรับผิดชอบต่อเวลา การแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพที่ดี และการช่วยเหลือให้เพื่อนร่วมชั้นในด้านต่างๆที่ตนเองถนัดชำนาญ</p> <p>3. มอบหมายงานหรือกิจกรรมกลุ่มโดยให้นักศึกษาแบ่งความรับผิดชอบตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและนักศึกษาส่งงานตรงตามเวลาที่กำหนดไว้</p> <p>4. มอบหมายงานหรือกิจกรรมกลุ่มโดยให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงกฎกติกาต่างๆ ในการเรียนการสอน รู้จักถึงความถูกต้องและความยุติธรรม เคารพสิทธิมนุษยชน ยอมรับฟังความ</p>	<p>1. ประเมินจากการสังเกตโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อ บุคลิกภาพ และการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>3. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p>	1-15	10%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>คิดเห็นของผู้อื่นและทำงานร่วมกันโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ</p>			
<p><b>2. ด้านความรู้</b></p> <p>2.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการแนวคิด ทฤษฎี และเนื้อหาสาระสำคัญในสาขาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ</p> <p>2.3 สามารถนำความรู้และประสบการณ์ในการศึกษาวิชาจิตวิทยาและจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม</p> <p>2.4 มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเอง และสามารถบูรณาการความรู้กับศาสตร์อื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการนำความรู้ไปเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ให้นักศึกษาชมวิดีโอที่เกี่ยวกับเนื้อหา</li> <li>ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกัน เป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือตามความสนใจของนักศึกษา หรือการให้นักศึกษาได้ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</li> <li>ให้นักศึกษาได้ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ประกอบกับวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</li> <li>ให้นักศึกษาทบทวนความรู้ด้วยการค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย และการค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต</li> <li>ให้นักศึกษาดำเนินกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6” โดยการบูรณาการความรู้และการใช้ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักเรียน รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</li> <li>ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</li> <li>ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด หรือ รายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือ การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริงกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6”</li> <li>ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</li> <li>ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</li> <li>ข้อสอบปลายภาคโดยเน้นการประยุกต์การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์สาระความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง</li> </ol>	<p>1-15 และ 16</p>	<p>30%</p>

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
<p>3. ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>3.1 มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบตามหลักการที่ได้ศึกษามารวมทั้งสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>3.3 มีความสามารถอธิบาย แยกแยะ และวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆ จากความรู้ที่ได้ศึกษามา รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยการประยุกต์ความรู้ได้อย่างถูกต้องและสร้างสรรค์</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ให้ทำทบทวนแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</li> <li>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือตามความสนใจของนักศึกษา</li> <li>3. ให้นักศึกษาได้ระดมพลังสมอง (Brainstorming) ประกอบกับวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) ในเนื้อหาที่ได้รับมอบหมาย</li> <li>4. ผู้สอนอธิบายขั้นตอนและรายละเอียดในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6” รวมทั้งการจัดทำรูปเล่มรายงาน</li> <li>5. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษามีวิเคราะห์ ออกแบบและประยุกต์ใช้เครื่องมือทางจิตวิทยา ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม</li> <li>6. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษามีทักษะในการทำงานรายบุคคลและรายกลุ่ม โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้คิดอย่างเป็นระบบและสามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาในการทำงาน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัดในแต่ละสัปดาห์</li> <li>2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</li> <li>3. ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด หรือ รายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือ การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริงกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6”</li> <li>4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</li> <li>5. ประเมินจากการวิเคราะห์ออกแบบและประยุกต์ใช้เครื่องมือทางจิตวิทยา ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรม</li> <li>6. ตรวจสอบปลายภาคโดยเน้นการประยุกต์การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์สาระความรู้ที่เรียนไปสู่สถานการณ์จริง</li> <li>7. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</li> <li>8. ประเมินจากการแก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6</li> </ol>	<p>1-15 และ 16</p>	<p>20%</p>

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>7. ผู้สอนฝึกให้นักศึกษาได้การสืบค้นข้อมูล ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ</p> <p>8. ผู้สอนกำกับความก้าวหน้าของการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6</p>			
<p>4. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>4.1 มีความสามารถในการสื่อสารและการปรับตัวกับผู้อื่นโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลและความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสามารถให้ความช่วยเหลือผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>4.3 มีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเองและแสดงออกซึ่งภาวะผู้นำตลอดจนสามารถเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม</p>	<p>1. ผู้สอนแบ่งกลุ่มให้นักศึกษาได้อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องหรือตามความสนใจของนักศึกษา</p> <p>2. ผู้สอนแบ่งกลุ่มนักศึกษาได้ฝึกการลงมือปฏิบัติ (Practice) ดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6 เพื่อฝึกความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การติดต่อสื่อสาร การยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและการเปิดโอกาสได้ทำงานร่วมกันของนักศึกษา</p> <p>3. ผู้สอนแบ่งกลุ่มให้นักศึกษาฝึกการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) เพื่อเป็นการให้นักศึกษาได้เรียนรู้ในประเด็นที่ได้ผู้สอนมอบหมายและมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สามารถมีภาวะผู้นำตลอดจนเป็นสมาชิกที่ดีของกลุ่ม</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษารวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินจากการปฏิบัติ เช่น มอบหมายชิ้นงาน หรือ แบบฝึกหัด หรือ รายงานผลการดำเนินงานกลุ่ม หรือ การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริงกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6”</p> <p>3. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing)</p> <p>4. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>5. ประเมินการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ประเมินจากผลการทบทวนความรู้ด้วย</p>	1-15	20%

ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	<p>4. ให้นักศึกษาทบทวนความรู้ด้วยการค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย การค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ และการพัฒนาตนเอง</p>	<p>การค้นคว้าเพิ่มเติม เช่น รายงาน หรือ ใบงาน</p>		
<p><b>5. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ</b></p> <p>5.1 ทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านจิตวิทยา</p> <p>5.3 สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ</p> <p>5.4 สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นคว้าข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกใช้สื่อในการนำเสนอและสื่อสารข้อมูลได้อย่างเหมาะสม</p>	<p>1. ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและนำเสนอโดยใช้รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม</p> <p>2. ผู้สอนสาธิตการสืบค้นข้อมูลและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์</p> <p>3. ผู้สอนแนะนำวิธีการเลือกใช้ข้อมูลต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>4. มอบหมายงานที่ต้องสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีจากการวิเคราะห์สังเคราะห์</p> <p>5. มอบหมายให้นักศึกษาดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6 โดยฝึกให้นักศึกษามีทักษะการสื่อสารกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสม</p> <p>6. ฝึกให้นักศึกษาได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและการ</p>	<p>1. ประเมินจากการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>2. ประเมินจากการเลือกใช้ข้อมูลประกอบการทำรายงาน</p> <p>3. ประเมินจากวิธีการนำเสนอรายงานผลการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6 ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม</p> <p>4. ประเมินจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นและการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล แปลความหมายและการนำเสนอข้อมูลสารสนเทศมาประกอบการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6</p> <p>5. ประเมินการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p>	<p>1-15</p>	<p>20%</p>



ผลการเรียนรู้ที่ต้องการพัฒนา	วิธีการสอน	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	ค่าน้ำหนักของการประเมินผล
	นำเสนอข้อมูลสารสนเทศมาประกอบการดำเนินกิจกรรมตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6			

หมายเหตุ ผลการเรียนรู้ตัวเข้ม = ความรับผิดชอบหลัก ผลการเรียนรู้ตัวธรรมดา = ความรับผิดชอบรอง

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

### 5.1 แผนการสอน (หมวดที่ 5 ข้อ 2)

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
1 (4 ชม.)	<p>กล่าวนำเนื้อหาและขอบเขตของเนื้อหาวิชา แนวทางในการเรียนการสอน การวัดและ การประเมินผล</p> <p><b>บทที่ 1 บทนำ</b> - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด</p>	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้สอนแนะนำและชี้แจงจุดมุ่งหมายของรายวิชา กิจกรรมการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ รวมทั้งวิธีการวัดและการประเมินผล</li> <li>2. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด โดยแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</li> <li>3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</li> <li>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</li> <li>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</li> <li>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย (Multimedia for Presentation)</li> <li>4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ความเป็นมาของจิตวิทยา</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</li> <li>2. ประเมินจากการทำใบงานเรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาด”</li> <li>3. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</li> <li>4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</li> <li>5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</li> <li>6. ประเมินจากความรับผิดชอบใน</li> </ol>	<p>ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์</p>

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวน ความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงาน เรื่อง “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การตลาด”		หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
2 (4 ชม.)	<b>บทที่ 2</b> การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณาสินค้าต่างๆ จากนั้นตั้งคำถามนำ เกี่ยวกับการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดย ผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้ นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปราย เพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการ อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ	1. เอกสารประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณา สินค้าต่างๆ	1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกต พฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติ ตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่ง งานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึก พฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่าง การเรียนการสอนและการเข้าร่วม กิจกรรม 2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและ การทำแบบฝึกหัด 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตาม หัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการ ทำกิจกรรม	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงาน เรื่อง การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค</p>		<p>5. ประเมินจากความรู้ที่รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>6. ประเมินผลจากการทำใบงาน เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p>	
3 (4 ชม.)	<b>บทที่ 3</b> การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b></p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “การแบ่งส่วนการตลาด” จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการตลาดในยุคปัจจุบัน</p> <p>2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์</p> <p>4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “การ</p>	<p>1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วน</p>	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>นักศึกษา ร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่1” วิเคราะห์ในหัวข้อ “การแบ่งส่วนการตลาดและเป้าหมาย”</p>	แบ่งส่วนการตลาด”	<p>การตลาดและเป้าหมาย”</p> <p>5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
4 (4 ชม.)	<b>บทที่ 4 ผลิตภัณฑ์ (Product)</b>	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</li> <li>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง ผลิตภัณฑ์ (Product)</li> <li>3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</li> <li>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</li> <li>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติม</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</li> <li>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</li> <li>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</li> <li>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</li> <li>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</li> <li>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</li> <li>5. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing)</li> <li>6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</li> </ol>	<p>ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพงศ์</p>

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		จากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูล ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  กิจกรรม/ใบงาน : 1. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “การนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Product)”			
5 (4 ชม.)	<b>บทที่ 5 ราคา (Price)</b>	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณาสินค้าต่างๆ จากนั้นตั้งคำถามนำ เกี่ยวกับราคา (Price) โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมา จำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกัน แสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการ อภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง ราคา (Price) 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองใน	1. เอกสารประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง โฆษณา สินค้าต่างๆ	1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกต พฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติ ตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่ง งานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึก พฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่าง การเรียนการสอนและการเข้าร่วม กิจกรรม 2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและ การทำแบบฝึกหัด 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตาม หัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการ ทำกิจกรรม	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		หัวข้อเรื่อง ราคา (Price) โดยให้นักศึกษา เข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อทบทวนความรู้ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  กิจกรรม/ใบงาน : 1. การอภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion)		5. ประเมินจากรับผิดชอบใน หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
6 (4 ชม.)	<b>บทที่ 6</b> การจัดจำหน่าย (Place)	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “แม่ค้าอาหารเหนือจากตลาดสดสู่โลก ออนไลน์” จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการ จัดจำหน่าย (Place) โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อ ระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษา ร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการ สอนแบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การจัด จำหน่าย (Place)	1. เอกสารประกอบการ เรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “แม่ค้า อาหารเหนือจากตลาดสดสู่ โลกออนไลน์”	1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกต พฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติ ตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่ง งานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึก พฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่าง การเรียนการสอนและการเข้าร่วม กิจกรรม 2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและ การทำแบบฝึกหัด 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตาม หัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพงศ์



ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง การจัดจำหน่าย (Place) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p>		<p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	
7 (4 ชม.)	<b>บทที่ 7 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b></p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “Promotion” จากนั้นตั้งคำถามนำเกี่ยวกับทฤษฎีวางเงื่อนไขแบบการกระทำ โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการสอนแบบระดมพลังสมอง (Brainstorming) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง การส่งเสริม</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยา การตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง “Promotion”</p>	<p>1. การใช้แบบสังเกต โดยสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน และการปฏิบัติตนของนักศึกษา รวมถึงความสนใจ ความมีวินัย ความรับผิดชอบ การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย โดยบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษาในระหว่างการเรียนการสอนและการเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>2. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตาม</p>	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>การตลาด (Promotion)</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอที่ศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 2” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอที่ศน์เรื่อง “CHANGE SMEs ตอนที่ 2”</p>		<p>หัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>5. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>6. ประเมินผลจากใบงาน</p>	

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
8 (4 ชม.)	<b>บทที่ 8 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค</b>	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อระดมพลังสมอง (Brainstorming) กลุ่มละ 10-12 คน โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) โดยการนำเสนอการสำรวจตลาด 3. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อทบทวนความรู้	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากการปฏิบัติ 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		5. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  กิจกรรม/ใบงาน : 1. การนำเสนอการสำรวจตลาด			
9 (4 ชม.)	<b>บทที่ 9</b> พฤติกรรมของผู้บริโภคด้าน <b>แรงจูงใจ</b>	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมภาพโฆษณาสินค้า จากนั้น ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอที่ ศ.น. เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) วิเคราะห์ใน หัวข้อ “แรงจูงใจ” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่อ อภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิด โอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็น อภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้ สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของ ผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองใน	1. เอกสารประกอบการเรียน รายวิชา จิตวิทยาการตลาด และผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และ คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวิดีโอที่ ศ.น. เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) 5. ภาพโฆษณาสินค้า	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและ การทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกต พฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากการปฏิบัติ 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตาม หัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 5. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณี ตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอที่ ศ.น. เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แรงจูงใจ” 6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการ ทำกิจกรรม 7. ประเมินจากความรับผิดชอบใน หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ศศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศรวงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		หัวข้อเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านแรงจูงใจ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 7. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  กิจกรรม/ใบงาน : 1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง เป้าหมายมีไว้พุ่งชน (แม่) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แรงจูงใจ”			
10 (4 ชม.)	<b>บทที่ 10</b> พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้	กิจกรรมการเรียนการสอน : 1. ผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้ โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินจากการลงมือปฏิบัติ (Practice) ในหัวข้อ การแก้ไขปัญหา “การโยนไข่ลงจากที่สูงโดยไม่แตก” 4. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		3. ผู้สอนได้แบ่งกลุ่มให้นักศึกษากลุ่มละ 6-10 คน โดยนักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติ (Practice) ในหัวข้อ “การทดลองการรับรู้” 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ 5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการรับรู้ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้ 6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา  <b>กิจกรรม/ใบงาน :</b> 1. กิจกรรมการทดลองการรับรู้		5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	
11 (4 ชม.)	<b>บทที่ 11</b> พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง นางรำ จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้ 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) วิเคราะห์ในหัวข้อ “แสดมภ์”	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เซเว่น” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการเรียนรู้ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) “แสดมบี้เซเว่น”</p>	<p>(Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง นางรำ</p>	<p>4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) “แสดมบี้เซเว่น”</p> <p>5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
12 (4 ชม.)	<b>บทที่ 12</b> พฤติกรรมของผู้บริโภคด้าน บุคลิกภาพ	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง บุคลิกภาพของผู้ชายและผู้บริโภค จากนั้น ผู้สอนตั้งคำถามนำ 2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง สูตรเสน่ห์หา วิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค” โดยแบ่งเป็นกลุ่ม เพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอน เปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 3. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้ สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านบุคลิกภาพ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง บุคลิกภาพ โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ 4. สื่อวีดิทัศน์ เรื่อง สูตรเสน่ห์หา	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง สูตรเสน่ห์หา วิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค” 5. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) 6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 7. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์



ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบท และเฉลยคำตอบ</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แนวความคิด มนุษยนิยม โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>7. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดิทัศน์ เรื่อง สูตรเสน่ห์ วิเคราะห์ในหัวข้อ “การวิเคราะห์บุคลิกภาพของผู้บริโภค”</p> <p>2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “บุคลิกภาพ”</p>			

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
13 (4 ชม.)	<b>บทที่ 13</b> พฤติกรรมของผู้บริโภคด้าน <b>ทัศนคติ</b>	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) จากวิดีโอ เรื่อง อินเดีย ธรรมชาติสวยงามกันนี้บอกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคด้านทัศนคติ 3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง ทัศนคติกับการตลาด โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย 4. สื่อวิดีโอ เรื่อง อินเดีย ธรรมชาติสวยงามกันนี้บอกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ เรื่อง อินเดีย ธรรมชาติสวยงามกันนี้บอกเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด” 5. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) 6. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 7. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ผศ.พัชรินทร์ ก่อเลิศรพวงศ์

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านทัศนคติ โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวีดิทัศน์ เรื่อง อินเดีย รณรงค์สวมหมวกกันน็อคเล่าผ่านเทพเจ้าฮินดู วิเคราะห์ในหัวข้อ “ทัศนคติกับการตลาด”</p> <p>2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “ทัศนคติกับการตลาด”</p>			
14 (4 ชม.)	<b>บทที่ 14</b> การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค	<p><b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b></p> <p>1. ผู้สอนให้นักศึกษาชมสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ไฟฟ้าพญาลอ จากนั้นผู้สอนตั้งคำถามนำเกี่ยวกับการประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่</p>	<p>1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. เครื่องฉายภาพ</p>	<p>1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด</p> <p>2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน</p>	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศรพงค์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค</p> <p>2. ผู้สอนให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Case Study) จากวิดีโอเรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ในหัวข้อ “การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค” โดยแบ่งเป็นกลุ่มเพื่ออภิปรายกลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>3. ผู้สอนให้นักศึกษาแบ่งเป็นกลุ่มกลุ่มละ 6-10 คน โดยให้นักศึกษาแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing) หัวข้อเรื่อง การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing โดยผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม</p> <p>4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ</p> <p>5. ผู้สอนให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหัวข้อเรื่อง การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่</p>	<p>(Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop)</p> <p>3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย</p> <p>4. สื่อวิดีโอ เรื่อง โกงฟ้าพญาลอ</p> <p>5. สื่อวิดีโอ เรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?)</p>	<p>3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย</p> <p>5. ประเมินจากการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอเรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ในหัวข้อ “การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค”</p> <p>6. ประเมินจากกิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ (Role-Playing)</p> <p>7. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม</p> <p>8. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย</p>	

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		<p>เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค โดยให้นักศึกษาเข้าห้องสมุดเพื่อค้นคว้าเพิ่มเติมจากหนังสือ นิตยสาร งานวิจัย หรือสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อ ทบทวนความรู้</p> <p>6. ผู้สอนให้นักศึกษาร่วมกันสรุปเนื้อหา</p> <p><b>กิจกรรม/ใบงาน :</b></p> <p>1. ใบงานการวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง (Cases Study) จากวิดีโอ เรื่อง ทำไมต้องคนนี้ (WHY HIM?) วิเคราะห์ในหัวข้อ “การประยุกต์ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค”</p> <p>2. กิจกรรมการแสดงบทบาทสมมติ เรื่อง “การนำเสนอการจัดกิจกรรมทางการตลาด Event Marketing”</p> <p>3. กิจกรรมตอบคำถามโปรแกรม คอมพิวเตอร์ KAHOOT เรื่อง การประยุกต์ ทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค</p>			

ลำดับที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
15 (4 ชม.)	<b>บทที่ 15</b> บทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค	<b>กิจกรรมการเรียนการสอน :</b> 1. ผู้สอนตั้งคำถามนำถึงบทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค โดยแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 6-10 คน โดยผู้สอนคัดเลือกมาจำนวน 3 กลุ่ม และให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็นอภิปรายเพิ่มเติม 2. ผู้สอนบรรยายแบบมีปฏิสัมพันธ์และการอภิปรายร่วมกันเป็นกลุ่ม (Group Discussion) โดยใช้สื่อเพาเวอร์พอยต์ เรื่องบทบาทของนักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและผู้บริโภค และการสอนโดยการลงมือปฏิบัติ (Practice) ด้วยการปฏิบัติการจัดกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6” 3. นักศึกษานำเสนอการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ 4. ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดท้ายบทและเฉลยคำตอบ	1. เอกสารประกอบการเรียนรายวิชา จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค 2. เครื่องฉายภาพ (Projector) และคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) 3. สื่อเพาเวอร์พอยต์ มัลติมีเดีย (Multimedia for Presentation)	1. ประเมินด้วยการตอบคำถามและการทำแบบฝึกหัด 2. ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน 3. ประเมินผลจากการอภิปรายตามหัวข้อหรือประเด็นที่มอบหมาย 4. ประเมินจากการแก้ไขปัญหาในการประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6” 5. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม 6. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย	ผศ.พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์

สัปดาห์ที่ (ชม.)	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอน/ใบงาน	สื่อที่ใช้	การวัดและประเมินผล (สัดส่วนการประเมิน)	ผู้สอน
		กิจกรรม/ใบงาน : 1. การประมวลความรู้ด้วยการปฏิบัติจริง กิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6”			
16 (4 ชม.)	สอบปลายภาค				

## 5.2 การวัดและการประเมินผล

1) การวัดผล :

- กิจกรรมในชั้นเรียน 40%
- การจัดกิจกรรม “ตลาดนัดจิตวิทยา ครั้งที่ 6” 20%
- สอบปลายภาค 30%
- จิตพิสัย 10%

2) การประเมินผล : ใช้ระบบ  อิงกลุ่ม  อิงเกณฑ์ของมหาวิทยาลัย ดังนี้

ระดับคะแนน (คะแนน)	ระดับผลการเรียน
90-100	A
85-89	B <sup>+</sup>
75-84	B
70-74	C <sup>+</sup>
60-69	C
55-59	D <sup>+</sup>
50-54	D
0-50	F

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 6.1 เอกสารและตำราหลัก

พัศรินทร์ ก่อเลิศวรพงศ์ .(2561) . เอกสารประกอบการเรียนวิชาจิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค ,  
ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสวนดุสิต . มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

### 6.2 เอกสารและข้อมูลสำคัญ

สิริอร วิชชาวุธ .(2554) . จิตวิทยาการตลาดและผู้บริโภค , กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

### 6.3 เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ปริญ ลักษิตานนท์ .(2544) . จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ทิปปิง พอยท์.



## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 7.1 กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- 1) การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- 2) การประเมินอาจารย์ผู้สอนโดยนักศึกษา
- 3) นักศึกษาประเมินตนเองในผลการเรียนรู้แต่ละด้าน

### 7.2 กลยุทธ์การประเมินการสอน

- 1) ใช้แบบประเมินอาจารย์ผู้สอนโดยนักศึกษา
- 2) ใช้แบบสังเกตการณ์สอนของผู้สอน
- 3) ใช้แบบประเมินตนเองสำหรับนักศึกษา

### 7.3 การปรับปรุงการสอน

หลังจากผ่านการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้

- 1) การนำผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษามาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงการสอน ในกรณีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาต่ำ โดยวิธีการเรียนเสริม
- 2) การสัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- 3) ระดมสมองจากทีมผู้สอน

### 7.4 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจากการสังเกตพฤติกรรม คะแนนการสอบ การปฏิบัติและการนำเสนอผลงาน

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน		
	การสังเกตพฤติกรรม	การสอบ	การปฏิบัติ/การนำเสนอผลงาน
คุณธรรม จริยธรรม	✓		
ความรู้	✓	✓	✓
ทักษะทางปัญญา		✓	✓
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	✓		✓
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ไอที	✓		✓

## 7.5 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

1) อาจารย์ผู้สอนดำเนินการทบทวนสอบด้วยตนเอง ด้วยการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาตามวิธีการ ข้อ 7.4

2) กรณีที่ผลการเรียนรู้ของนักศึกษายังไม่ได้ประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนจะให้โอกาสนักศึกษาปรับปรุงแก้ไขได้ตามความจำเป็นเป็นรายกรณี