



วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย

โครงการสอนวิชา นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา รหัสวิชา 3202-2022 3 (3)

สาขาวิชา ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552

ระหว่าง 19 ตุลาคม 2552 - 19 กุมภาพันธ์ 2553

ระดับชั้น สกต. 2/1 – 2/2

ผู้สอน นางสาวภนิชญา ชมสุวรรณ

โทรศัพท์ 081 880 7410, 083 120 4977

e-mail address : kru_panich@yahoo.com, panichaya@gmail.com

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

การประเมินผล คะแนนร้อยละ 100 แบ่งเป็น

1. คุณธรรม จริยธรรม ร้อยละ 30

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 1.1 | ขยัน (ตรงเวลา, เข้าเรียนสม่ำเสมอ, รับผิดชอบงานและเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย) | ร้อยละ 10 |
| 1.2 | มีวินัย, ประพฤติดี, แต่งกายถูกระเบียบ มีบุคลิกภาพที่ดี | ร้อยละ 5 |
| 1.3 | มีน้ำใจ เสียสละ ร่วมกิจกรรม | ร้อยละ 5 |
| 1.4 | ประหยัด ดูแลและใช้ทรัพย์สินอย่างคุ้มค่า ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง | ร้อยละ 2 |
| 1.5 | ซื่อสัตย์สุจริต | ร้อยละ 2 |
| 1.6 | สุขภาพ มีสัมมาคารวะ มีมารยาท ไม่ก้าวร้าว | ร้อยละ 2 |
| 1.7 | สามัคคี ร่วมมือร่วมใจ ไม่ทะเลาะวิวาท | ร้อยละ 2 |
| 1.8 | มีคุณลักษณะของนักรบการตลาด กระตือรือร้น เชื้อมั่น สร้างสรรค์และจินตนาการ | ร้อยละ 2 |

2. การเรียนการสอน ร้อยละ 50

3. ชิ้นงาน/โครงการ (Project Work) ร้อยละ 20

เกณฑ์การวัดผล

ช่วงคะแนน	ระดับผลการเรียน		ช่วงคะแนน	ระดับผลการเรียน
80-100	4		60-64	2
75-79	3.5		55-59	1.5
70-74	3		50-54	1
65-69	2.5		ต่ำกว่า 50	0

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และราคาสินค้า
2. มีความรู้ความเข้าใจเรื่องส่วนประสมผลิตภัณฑ์
3. มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการกำหนด
4. ตระหนักถึงความสำคัญของนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

มาตรฐานรายวิชา

1. เขียนแผนงานนโยบายผลิตภัณฑ์และราคาให้สอดคล้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
2. กำหนดต้นทุนและการกำหนดราคา
3. ประเมินสภาพตลาดที่มีผลกระทบต่อนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา

แนวทางการศึกษา (กรอบการเรียนรู้ของผู้เรียน)

1. การกำหนดส่วนประสมผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร
2. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และราคาเป็นอย่างไร
3. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคาที่มีสัมพันธ์กับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร
4. สภาพแวดล้อมมีผลต่อการกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์และราคาอย่างไร
5. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่และกำหนดราคา

กิจกรรมการสอน

1. สอนแบบบรรยาย (Lecture)
2. แบ่งกลุ่มค้นคว้า (Grouping of Committee Works)
3. สอนแบบอภิปราย (Discussion)
4. สอนแบบแก้ปัญหา (Problem Solving)
5. สอนแบบการปฏิบัติ (Drill and Practice)

สื่อการสอน ประสบการณ์จริงของผู้เรียนและผู้สอน, ตัวอย่าง / ของจริง, Power point, CAI สารสนเทศจาก Internet (manager on line) หนังสือในห้องสมุด เอกสารประกอบการสอน, นิตยสารผู้จัดการ

หนังสืออ่านประกอบ

1. ชงชัย สันติวงศ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัทประชุมช่าง จำกัด, 2546.
2. ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร. บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โดไชน่า จำกัด, 2547.
3. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, ม.ป.ป.
4. ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, ม.ป.ป.
5. สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาด : ภาคสอง การวางแผนส่วนประสมการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พี เอ ลีฟวิ่ง จำกัด, 2534

การศึกษาด้วยการค้นคว้าด้วยตนเอง (สามารถปรับตามความเหมาะสม)

1. **Internet** : กรณีศึกษาทางการตลาดเกี่ยวกับนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา เว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย (TCU) <http://www.learnmarketing.net/> ครูแฉ่ - class on line (<http://gotoknow.org/blog/krupanichaya>)
2. **ห้องสมุด** การบริหารการตลาดสมัยใหม่ กลยุทธ์การตลาดบริการ นิตยสารผู้จัดการรายสัปดาห์ ฯลฯ
3. **แหล่งเรียนรู้อื่น** ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า กลุ่มแม่บ้าน แหล่ง OTOP

