



วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย

โครงการสอนวิชา การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)

รหัสวิชา 3202-2023 3 (3)

สาขาวิชา ประเภทวิชา บริหารธุรกิจ

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2552

ระหว่าง 19 พฤษภาคม 2552 - 19 กุมภาพันธ์ 2553

ระดับชั้น สกต.1/1 - 1/2

ผู้สอน นางสาวภนิชญา ชมสุวรรณ

โทรศัพท์ 081 880 7410, 083 120 4977

e-mail address : kru_panich@yahoo.com

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับบทบาทและความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวิธีการและสื่อที่ต้องใช้กระบวนการสื่อสาร การใช้เครื่องมือ สื่อสารทางการตลาด การกำหนดงบประมาณและการพิจารณาคัดเลือกสื่อที่เหมาะสม สำหรับกิจการ

การประเมินผล คะแนนร้อยละ 100 แบ่งเป็น

1. คุณธรรม จริยธรรม ร้อยละ 30

- 1.1 ขยัน(ตรงเวลา,เข้าเรียนสม่ำเสมอ, รับผิดชอบ ร้อยละ 10
งานและเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย)
- 1.2 มีวินัย, ประพฤติดี, แต่งกายถูกระเบียบ มี ร้อยละ 5
บุคลิกภาพที่ดี
- 1.3 มีน้ำใจ เสียสละ ร่วมกิจกรรม ร้อยละ 5
- 1.4 ประหยัด ดูแลและใช้ทรัพย์สินอย่างคุ้มค่า ตาม ร้อยละ 2
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- 1.5 ซื่อสัตย์สุจริต ร้อยละ 2
- 1.6 สุขภาพ มีสัมมาคารวะ มีมารยาท ไม่ก้าวร้าว ร้อยละ 2
- 1.7 สามัคคี ร่วมมือร่วมใจ ไม่ทะเลาะวิวาท ร้อยละ 2
- 1.8 มีคุณลักษณะของนักการตลาด กระตือรือร้น ร้อยละ 2
เชื่อมั่น สร้างสรรค์และจินตนาการ

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. ทราบถึงบทบาทและความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดแบบต่าง ๆ
2. ทราบทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร
3. ทราบถึงวิธีการและการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมสำหรับกิจการ
4. ตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาด

มาตรฐานรายวิชา

1. เขียนแผนงานการสื่อสารทางการตลาด
2. กำหนดงบประมาณการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด

แนวทางการศึกษา (กรอบการเรียนรู้ของผู้เรียน)

1. ทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร
2. สื่อทางการตลาด
3. การสื่อสารทางการตลาดแบบต่าง ๆ
4. เขียนแผนงานการสื่อสารทางการตลาด
5. ผลิตภัณฑ์ทางการตลาด

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

สารสนเทศจาก Internet, หนังสือในห้องสมุด เอกสารประกอบการสอน

หนังสืออ่านประกอบ

1. สมวงศ์ พงศ์สถาพร. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานภาคปฏิบัติ (Practical IMC). กรุงเทพฯ : Nut Republic, 25456.
2. ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท เลิฟ แอนด์ ลิฟ จำกัด, 2546.
3. เสรี วงษ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2547.

การศึกษาด้วยการค้นคว้าด้วยตนเอง (สามารถปรับตามความเหมาะสม)

1. **Internet** เรื่อง IMC การสื่อสารทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ของบริษัทต่าง ๆ การโฆษณาบนเว็บไซต์ e-marketing e-commerce class on line - ครูแอ๋ว www.learnmarketing.net
2. **ห้องสมุด** เรื่อง กลยุทธ์สื่อสารทางการตลาด นิตยสารต่าง ๆ
3. **แหล่งเรียนรู้อื่น** ทวี วิฑูยกระจายเสียง บริษัทโฆษณา ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า