

มคอ. 3 รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)
รหัสวิชา RTL 2302
ภาคเรียนที่ 2/2557
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจค้าปลีก

แบบ มคอ. 3 รายละเอียดของรายวิชา

รายละเอียดของรายวิชา หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการของแต่ละรายวิชาเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนสอดคล้องและเป็นไปตามที่วางแผนไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร ซึ่งแต่ละรายวิชาจะกำหนดได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาความรู้ในรายวิชา แนวทางการปลูกฝังทักษะต่างๆ ตลอดจนคุณลักษณะอื่นๆที่นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน วิธีการเรียน การสอน การวัดและประเมินผลในรายวิชา ตลอดจนหนังสืออ้างอิงที่นักศึกษาจะสามารถค้นคว้าได้ นอกจากนี้ยังกำหนดยุทธศาสตร์ในการประเมินรายวิชา และกระบวนการปรับปรุง

ประกอบด้วย 7 หมวด ดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| หมวดที่ 1 | ข้อมูลทั่วไป |
| หมวดที่ 2 | จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ |
| หมวดที่ 3 | ลักษณะและการดำเนินการ |
| หมวดที่ 4 | การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา |
| หมวดที่ 5 | แผนการสอนและการประเมินผล |
| หมวดที่ 6 | ทรัพยากรประกอบการเรียน |
| หมวดที่ 7 | การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา |

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา RTL 2302 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)
2. จำนวนหน่วยกิต 3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ประเภทวิชาบังคับ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ
5. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2/ ชั้นปีที่ 1
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (pre-requisite) (ถ้ามี) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (co-requisites) (ถ้ามี) ไม่มี
8. สถานที่เรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด 25 กรกฎาคม 2557

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

<p>1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ถึงลักษณะของผู้บริโภค ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด</p>
<p>2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา</p> <p>เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและหลักการในการวิเคราะห์และเลือกทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก หรือร้านค้าในห้างสรรพสินค้า</p>

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

<p>1. คำอธิบายรายวิชา</p> <p>ศึกษาถึงลักษณะของผู้บริโภค พฤติกรรมและกระบวนการซื้อในตลาดผู้บริโภค การประยุกต์ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มานุษยวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ศึกษาถึงการนำพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ในการกำหนดตลาด</p>								
<p>2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา</p> <table border="1"><thead><tr><th>บรรยาย</th><th>สอนเสริม</th><th>การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน</th><th>การศึกษาด้วยตนเอง</th></tr></thead><tbody><tr><td>3 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์</td><td>ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย</td><td>6</td><td>6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์</td></tr></tbody></table>	บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง	3 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์	ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	6	6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง					
3 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์	ตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	6	6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์					
<p>3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล</p> <ul style="list-style-type: none">• อาจารย์ประจำรายวิชาประกาศเวลาให้คำปรึกษาในชั่วโมงเรียน• อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์								

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง ซึ่งต้องสอดคล้องกับที่ระบุไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร โดยมาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้าน ให้แสดงข้อมูลต่อไปนี้

1. สรุปสั้นๆ เกี่ยวกับความรู้ หรือทักษะที่รายวิชามุ่งหวังที่จะพัฒนานักศึกษา
2. คำอธิบายเกี่ยวกับวิธีการสอนที่จะใช้ในรายวิชาเพื่อพัฒนาความรู้ หรือทักษะในข้อ 1
3. วิธีการที่จะใช้วัดและประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาในรายวิชานี้เพื่อประเมินผลการเรียนรู้ในมาตรฐานการเรียนรู้แต่ละด้านที่เกี่ยวข้อง

<p>1. คุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none">• ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และมีความซื่อสัตย์สุจริต
--

<ul style="list-style-type: none"> • มีวินัยต่อการเรียน ตรงต่อเวลา ส่งงานที่มอบหมายตามเวลาที่กำหนด • มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม • มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ • มีสัมมาคารวะเคารพอ่อนน้อมต่อผู้อาวุโส ทั้งภายในมหาวิทยาลัยและภายนอก • แต่งกายถูกต้องตามระเบียบและรู้จักกาลเทศะ
<p>1.2 วิธีการสอนที่จะใช้พัฒนาการเรียนรู้</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผู้เรียนฟังบรรยาย ประกอบสื่อและเอกสารการสอน • ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนและหลังฟังบรรยาย • ผู้เรียนทำกิจกรรมกลุ่ม • ผู้เรียนจัดทำรายงานและนำเสนอผลงานทั้งงานเดี่ยวและงานกลุ่ม • ผู้เรียนฟังบรรยายพิเศษจากวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน • ผู้เรียนออกภาคสนามเพื่อการเก็บข้อมูลด้านการวิเคราะห์และทำเลที่ตั้งร้านค้าปลีก
<p>1.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> • ประเมินพฤติกรรมการตรงต่อเวลา ในการเข้าเรียนและการส่งงานที่ได้รับมอบหมาย • การแต่งกายและมารยาทในชั้นเรียน • พฤติกรรมการมีส่วนร่วมอภิปราย การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นและการทำงานกลุ่ม • งานที่มอบหมายมีการเรียบเรียงโดยใช้ถ้อยคำของตนเอง เนื้อหาถูกต้องตามหัวข้อและมีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม • การทำกิจกรรมกลุ่ม และเดี่ยว • การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน • การส่งงานตรงต่อเวลา
<p>2. ความรู้</p> <p>2.1 ความรู้ที่จะได้รับ</p> <p>มีความรู้ในหลักการ ความสำคัญ องค์ประกอบการดำเนินงานของการค้าส่งและค้าปลีก กลยุทธ์ทางการตลาดของการค้าส่งและการค้าปลีก การจัดรูปแบบองค์กร และเทคนิคการขาย</p>
<p>2.2 วิธีการสอน</p> <p>บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน งานวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยนำมาสรุปและนำเสนอ การศึกษาโดยใช้ปัญหา และโครงงาน Problem base learning โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ</p>
<p>2.3 วิธีการประเมินผล</p> <ul style="list-style-type: none"> • ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี • สังเกตความสามารถในการร่วมอภิปราย • การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้า กรณีตัวอย่าง • ตรวจผลงาน

<p>3. ทักษะทางปัญญา</p> <p>3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> • สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อการคิดวิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นต่อปัญหาและสถานการณ์ทางด้านการตลาดจริงได้ • พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีระบบและมีวิจารณ์ญาณ และแก้ปัญหาโดยการสืบค้น ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์ ผ่านแบบฝึกหัดและการศึกษาอิสระโดยการสรุปประเด็น • ทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจและการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม
<p>3.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> • มีการระดมสมองเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ทางด้านการตลาดในธุรกิจจริง • การอภิปรายรายบุคคลและอภิปรายกลุ่ม การแสดงบทบาทสมมติ • การตั้งคำถามและให้มีการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน • ฝึกการนำเสนอรายงานโดยให้มีการนำเสนอได้อย่างเป็นระบบและน่าสนใจ
<p>3.3 วิธีการประเมินผลทักษะทางปัญญาของนักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> • ประเมินจากการตอบคำถามและแสดงความคิดเห็น ทั้งรายบุคคลและรายกลุ่ม • การทำแบบฝึกหัด การสอบย่อย สอบข้อเขียนกลางภาคและปลายภาค • การนำเสนอรายงานกลุ่ม
<p>4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> <p>4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องการพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> • นักศึกษามีความรับผิดชอบต่อภาระของตนเอง พัฒนาการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง • มีความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสม • มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งงานกลุ่มและรายบุคคล • ปรับตัวให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานการณ์ • พัฒนาทักษะในการริเริ่มแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ การแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน <p>ระหว่างนักศึกษาในเชิงสร้างสรรค์</p> <ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามในการทำงานเป็นทีม โดยฝึกให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความรับผิดชอบต่องานกลุ่ม ยอมรับฟังและเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น
<p>4.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> • มอบหมายงานรายบุคคลและรายงานกลุ่ม โดยให้มีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรม เพื่อให้ นักศึกษาทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ • จัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อวิเคราะห์กรณีศึกษา และนำเสนอวิธีแก้ปัญหา • ให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากร้านค้าปลีก เพื่อให้นักศึกษาได้มีปฏิสัมพันธ์กับนักธุรกิจและบุคคลอื่น
<p>4.3 วิธีการประเมิน</p> <ul style="list-style-type: none"> • ประเมินการมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน • ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานที่นำเสนอ • ให้นักศึกษากำหนดความรับผิดชอบในกลุ่ม และประเมินการทำงานของตนเองและสมาชิกในกลุ่มโดย

มุ่งหวังให้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น
5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
<p>5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา</p> <ul style="list-style-type: none"> • สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะโดยการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ใช้ทักษะการคำนวณเชิงตัวเลขในการแก้ปัญหาทางด้านการตลาดได้อย่างเหมาะสม • นำทักษะการสื่อสารในการฟัง พูด อ่าน และเขียน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ • สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ • จัดทำรายงานและนำเสนอโดยพัฒนาสื่อจากคอมพิวเตอร์ตามที่ได้รับมอบหมาย
<p>5.2 วิธีการสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> • มอบหมายงานให้นักศึกษาสืบค้นและรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง • ให้นักศึกษาจัดทำรายงานและสื่อโดยใช้โปรแกรม Word / PowerPoint โดยจัดข้อมูลสารสนเทศให้อยู่ในขอบเขตที่ถูกต้อง • ให้นักศึกษาฝึกการใช้สื่อเทคโนโลยีประกอบการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
<p>5.3 วิธีการประเมิน</p> <ul style="list-style-type: none"> • การจัดทำรายงาน ประเมินจากการวิเคราะห์ข้อมูล การเรียบเรียงภาษา และสื่อประกอบ • ประเมินทักษะในการสื่อสารภายในชั้นเรียน การมีส่วนร่วมและการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<ul style="list-style-type: none"> - ปฐมนิเทศการเรียนการสอนของรายวิชา ภาระงาน และการประเมินผลโดยนักศึกษามี ส่วนร่วมในการวางแผน - ประเมินผลก่อนการเรียนการสอน 	3	บรรยาย อธิบาย ร่วมกันอภิปราย เสนอทางเลือกปฏิบัติ	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
2	บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - ใครคือผู้บริโภค - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค 	3	บรรยาย อธิบาย ยกตัวอย่าง ประกอบ อภิปรายกลุ่ม กิจกรรม ตามใบงาน ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
3	บทที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ - การแบ่งส่วนตลาด 	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่ม กิจกรรมตามใบ งาน ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
4	ทดสอบย่อยและบรรยาย บทที่ 3 การตัดสินใจ <ul style="list-style-type: none"> - การตัดสินใจซื้อ - กระบวนการตัดสินใจซื้อ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค 	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
5	บทที่ 4 การรับรู้ <ul style="list-style-type: none"> - ธรรมชาติของการรับรู้ของผู้บริโภค - ระดับของการรับรู้ - กระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค 	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
6-7	บทที่ 5 การเรียนรู้ <ul style="list-style-type: none"> - การเรียนรู้ของผู้บริโภค - ส่วนประกอบของการเรียนรู้ - ระดับของการเรียนรู้ - กระบวนการสร้างการเรียนรู้ - ทฤษฎีการเรียนรู้ - การจำและการลืม - ขั้นตอนการจำ 	6	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
	- วิธีการทำให้ผู้บริโภคนำสินค้าได้ง่ายขึ้น			
8	สอบกลางภาค	3	-	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
9-10	บทที่ 6 ทักษะคิด - ความสำคัญของการศึกษาทักษะคิด - ความหมายของทักษะคิด - หน้าที่ของทักษะคิด - องค์ประกอบของทักษะคิด - รูปแบบความสัมพันธ์ของการเกิดทักษะคิด - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทักษะคิด - ปัจจัยที่ทำให้ทักษะคิดของผู้บริโภคไม่มั่นคง - การเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค - กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค - กลยุทธ์การเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค	6	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
11	บทที่ 7 ความต้องการและการจูงใจ - ความหมายของความต้องการ - ทฤษฎีความต้องการ - ความหมายของแรงจูงใจ - ธรรมชาติของแรงจูงใจ - กระบวนการของการจูงใจ - การจูงใจด้านบวกและด้านลบ - การจูงใจด้านเหตุผลและอารมณ์ - ความต้องการกับการจูงใจ	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้ ฝึกปฏิบัตินอกห้องเรียน โดยการ เก็บข้อมูลด้านลักษณะพฤติกรรม ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
12	ทดสอบย่อย บทที่ 8 บุคลิกภาพ - ความหมายและความสำคัญของบุคลิกภาพ - ทฤษฎีบุคลิกภาพที่นำมาใช้ด้านการตลาด - การประยุกต์เรื่องบุคลิกภาพกับการตลาด	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
13	บทที่ 9 กลุ่มอ้างอิง - ความหมายของกลุ่ม - การแบ่งประเภทของกลุ่มอ้างอิง - อิทธิพลของกลุ่มที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายของกลุ่มอ้างอิง - ประเภทของกลุ่มอ้างอิง - ลักษณะของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค - บุคคลที่สามารถเป็นกลุ่มอ้างอิงได้	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ อภิปรายกลุ่มจากกรณีศึกษา ฝึกปฏิบัติ ทบทวน สรุปองค์ ความรู้	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
14	บทที่ 10 ครอบครัว - แนวคิดพื้นฐานของครอบครัว	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - หน้าที่ของครอบครัว - วิธีการดำเนินชีวิตของครอบครัว - วงจรชีวิตของครอบครัว - บทบาทของบุคคลในครอบครัว - บทบาทการตัดสินใจซื้อในครอบครัว 			
15	ทดสอบย่อย บทที่ 11 วัฒนธรรม <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของวัฒนธรรม - องค์ประกอบของวัฒนธรรม - ประโยชน์ของการศึกษาวัฒนธรรม - วัฒนธรรมและการวางแผนกลยุทธ์ - วัฒนธรรมย่อย 	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
16	บทที่ 12 ชั้นทางสังคม <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของชั้นทางสังคม - การจำแนกชั้นทางสังคม - เกณฑ์การแบ่งชั้นทางสังคมในไทย 	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ นำเสนอผลงานการจัดการทำ โครงการด้านการศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภค	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
17	สอบปลายภาค	3	-	อ.วิริยา บุญมาเลิศ อ.ดร.อรพินท์ บุญสิน
2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้				
ผลการเรียนรู้*	วิธีการประเมิน**	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน	
1	งานที่ได้รับมอบหมาย	4 5	20	
2	สอบกลางภาค	8	30	
3	รายงานเดี่ยว	14	20	
4	สอบปลายภาค	17	30	

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก ฉัตรยาพร เสมอใจ . พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) กรุงเทพฯ
2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ ร.ศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, “การบริหารการค้าปลีก”, Retailing Management แหล่งข้อมูลจากนิตยสารและเว็บไซต์ สรุปข้อมูลการเสวนาทางวิชาการ
3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ ตำราวิชาการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าปลีก ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง www.matichon.co.th, www.brandagemag.com, www.marketingthai.or.th www.manager.com, www.4ponline.com, www.position.com, www.businesssthai.co.th, www.manager.co.th, www.marketeer.co.th, www.positioningmag.com

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา <ul style="list-style-type: none">ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของการสอนรายวิชา โดยใช้แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา โดยครอบคลุมประเด็นในด้าน คุณธรรมและจริยธรรม ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีและกิจกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอนการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนทุกคน ความสนใจและการมีส่วนร่วม
2. กลยุทธ์การประเมินการสอน <ul style="list-style-type: none">การประเมินการสอนโดยคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยการประเมินการสอนโดยโปรแกรมและทีมสอนการให้ผลสะท้อนกลับจากการประเมินของนักศึกษา
3. การปรับปรุงการสอน <ul style="list-style-type: none">การปรับปรุงการสอนจากการประเมินผลการสอนโดยอาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการประเมิน และนักศึกษา

<ul style="list-style-type: none"> • โปรแกรมมีการประชุมเพื่อวางแผนการสอนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง • มีการศึกษาดูงาน อบรมสัมมนา ในด้านที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 ครั้ง • การฝึกอบรมเทคนิคในการสอนสมัยใหม่ เทคนิคการถ่ายทอดความรู้และการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ • การพัฒนาโจทย์วิจัยจากชุมชน และทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น และเพิ่มความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา
<p>4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชาของนักศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> • โปรแกรมมีการสุ่มประเมินข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนของรายวิชา • การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา ได้แก่ แบบฝึกหัด รายงาน ข้อสอบ โดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา
<p>5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา</p> <ul style="list-style-type: none"> • การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะของการประเมินการสอน และผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ • แนวทางการวางแผนการปรับปรุงจากรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน