



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา LOB ๒๒๑๐

รายวิชา การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภค สาขาวิชา การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจออนไลน์
คณะ/วิทยาลัย โลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม
ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	LOB ๒๒๑๐
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภค
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Consumer Analysis and Consumer Insights

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๐-๖-๓)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	กลุ่มวิชาเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์

๕. สถานที่ติดต่อ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑/๒๕๖๖
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	หมู่เรียนที่ ๘๐๑ ประมาณ ๓๕ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) -

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)(ถ้ามี) -

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๖
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจ มีความรู้เกี่ยวกับหลักการการวิเคราะห์ผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภค
๒. เพื่อให้ศึกษามีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะของผู้บริโภคในปัจจุบัน
๓. เพื่อให้ศึกษานำความรู้ที่ได้รับนำไปใช้ในวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง
๔. เพื่อให้ศึกษานำความรู้ที่ได้รับสามารถประยุกต์ใช้การวางแผนการตลาดและการสื่อสารการขายทั้งออฟไลน์และออนไลน์

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา และเพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้งานของนักศึกษา

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) ปฏิบัติการศึกษาพฤติกรรม วิธีการดำเนินชีวิต ข้อมูลเชิงลึกและอุปนิสัยของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ค้นหาแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค คาดการณ์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคต วางแผนกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง นำเสนอการขายและปิดการขายอย่างมืออาชีพ

(ภาษาอังกฤษ) An operation on the study of consumer behavior; consumer lifestyles and insights; consumer characteristics; consumer's motivation for purchasing; consumer behaviors forecasting; efficient marketing strategies for proper customers' needs responses; professional sales presentation and closing sales techniques.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมง / สัปดาห์	ตามความต้องการของ นักศึกษา	-	๖ ชั่วโมง / สัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ก่อนเวลาเรียนในวันเสาร์
 ๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๖๑-๖๒๔ ๖๕๖๖
 ๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ananya.ba@ssru.ac.th
 ๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Line: ตามที่นักศึกษาตั้งกลุ่มขึ้น
 ๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Web board)
http://www.elcls.ssru.ac.th/Ananya_ba

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัยตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบสูง ทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
- (๒) แสดงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) สอนคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพโดยสอดแทรกเข้าไปในการบรรยายในแต่ละหัวข้อที่สอน
- (๒) บรรยาย และการอธิบายแล้วสาธิต
- (๓) การฝึกทำแบบฝึกหัด และกรณีศึกษา
- (๔) การนำเสนองานเป็นกลุ่ม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) สังเกตพฤติกรรมในการเข้าชั้นเรียน ได้แก่ การตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์ การแต่งกาย การตั้งใจ หรือเอาใจใส่ระหว่างเรียน การส่งงานตามที่มอบหมาย
- (๒) ประเมินผลการนำเสนอรายงานการทำงานกลุ่ม การนำเสนองาน และการอภิปรายกลุ่ม
- (๓) ตรวจให้คะแนนและประเมินจากการทำแบบฝึกหัด หรือกรณีศึกษา

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) เข้าใจและวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านห่วงโซ่อุปทาน
- (๒) สามารถนำไปประยุกต์ในกิจกรรมด้านห่วงโซ่อุปทาน
- (๓) เข้าใจและวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องธุรกิจโลจิสติก เช่น หลักเศรษฐศาสตร์ หลักการจัดการ เป็นต้น และสามารถนำมา หรือ สามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นพื้นฐานของธุรกิจได้

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) การบรรยายและถามตอบเพื่อทดสอบความรู้และความเข้าใจในเนื้อหาที่เรียน
- (๒) การอภิปรายและซักถามปัญหา
- (๓) การทำแบบฝึกหัด วิเคราะห์กรณีศึกษาเป็นกลุ่มและนำเสนอรายงาน
- (๔) การมอบหมายงานให้ค้นคว้า

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การทดสอบกลางภาค และปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี

- (๒) การนำเสนอผลงาน จากกรณีศึกษาหรืองานที่ค้นคว้า
 (๓) สังเกตพฤติกรรมการถามตอบและมีส่วนร่วมในชั้นเรียน

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความคิดเดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรมหรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ
- (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม
- (๓) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้
- (๔) มีความกล้าในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การบรรยายและถามตอบเพื่อทดสอบทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักศึกษาในประเด็นต่าง ๆ
- (๒) การอภิปรายและซักถามปัญหา
- (๓) การทำแบบฝึกหัดและวิเคราะห์กรณีศึกษาเป็นกลุ่ม
- (๔) ทำการทดสอบเพื่อติดตามพัฒนาการของการเรียนรู้ของนักศึกษา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) สังเกตจากพฤติกรรมการซักถามของนักศึกษาในชั้นเรียน
- (๒) ประเมินจากการตอบข้อซักถามของนักศึกษาในชั้นเรียน
- (๓) ประเมินจากการให้คะแนนการวิเคราะห์โจทย์
- (๔) ประเมินจากการทำแบบฝึกหัด การทดสอบกลางภาคและการสอบปลายภาคโดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์จากสถานการณ์จริง

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่นด้วยพื้นฐานความเข้าใจถึงความแตกต่างของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีจิตวิทยา
- (๒) มีความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม การประสานงาน การมอบหมายบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบพร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ
- (๓) มีความกระตือรือร้นและความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ ยอมรับฟังและแสดงความเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งมีความเป็นผู้ตามในจังหวะที่เหมาะสม
- (๔) มีความสามารถในการริเริ่มแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ที่อาจมีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) สังเกตพฤติกรรมระหว่างการทำงานอภิปราย การร่วมแสดงความคิดเห็นและการยอมรับความคิดเห็นจากผู้อื่น
- (๒) มอบหมายแบบฝึกหัด โครงการและกรณีศึกษาในกลุ่ม
- (๓) การนำเสนอรายงานและการตอบข้อซักถาม

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ผลงานที่ได้รับมอบหมายแบบงานกลุ่ม โครงการงานและกรณีศึกษาที่นำเสนอและพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

(๒) สังเกตพฤติกรรมมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและการเข้าเรียนสม่ำเสมอ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

● (๑) มีทักษะการใช้ภาษาไทยในการอธิบายหลักการและสถานการณ์ตลอดจนการสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● (๒) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอรายงาน

● (๓) มีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในอันที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ตลอดจนนำเสนอข้อมูลโดยใช้คณิตศาสตร์หรือสถิติ

○ (๔) ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

๕.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและจัดทำโครงการโดยเน้นการนำตัวเลขเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล

(๒) นำเสนอผลงานโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากผลงานการจัดทำโครงการ/กรณีศึกษาโดยมีการวิเคราะห์และอ้างอิงข้อมูลนำเสนอและนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม

(๒) ความสามารถในการอธิบายและชี้แจงข้อซักถาม การมีส่วนร่วมในการอภิปราย

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.) / สัปดาห์	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	แนะนำการเรียนรู้และข้อตกลงในการบรรยาย บทที่ ๑ ภาพรวมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้บริโภคและการเข้าถึงผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● แบบบรรยาย ● PowerPoint ● เอกสารประกอบการสอน และ ใบงาน ● หนังสือ/ตำราเรียน 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๒-๓	บทที่ ๒ การเข้าถึงผู้บริโภคและการตอบสนองผู้บริโภค	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● PowerPoint ● กรณีศึกษา ● Active Learning โดยจัดกลุ่ม นักศึกษาอธิบายเกี่ยวกับการตอบสนองผู้บริโภค 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๔-๕	บทที่ ๓ เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภค	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● PowerPoint ● กรณีศึกษา ● Active Learning โดยจัดกลุ่ม นักศึกษานำเสนอพฤติกรรม ของผู้บริโภคแต่ละ Generation 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๖-๗	บทที่ ๔ ประเภทของ Influencer	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● PowerPoint ● กรณีศึกษา ● Active Learning โดยจัดกลุ่ม นักศึกษานำเสนอสินค้าที่ใช้ Influencer แต่ละประเภท ● สัมมนาเชิญวิทยากร Influencer บรรยายให้ความรู้ 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๘-๑๐	บทที่ ๕ หลักการวิเคราะห์ พฤติกรรมของลูกค้า	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● PowerPoint ● กรณีศึกษา ● Active Learning โดยจัดกลุ่ม นักศึกษานำเสนอการวิเคราะห์ พฤติกรรมของลูกค้าแต่ละกลุ่ม 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.) / สัปดาห์	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๒-๑๓	บทที่ ๖ การอ่านใจลูกค้าจากภาษา กาย	๖	<ul style="list-style-type: none"> ● PowerPoint ● กรณีศึกษา ● Active Learning โดยจัดกลุ่ม นักศึกษาวิเคราะห์และอธิบาย ลักษณะและพฤติกรรมของ ลูกค้าต่าง ๆ 	อาจารย์ ดร.อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์
๑๔-๑๕	นำเสนอผลงาน และทบทวนก่อนสอบ			
๑๖	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
- ความรู้และทักษะ ทางปัญญา	- การสอบปลายภาค	๑๗	๔๐%
- คุณธรรม จริยธรรม - ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ	- การนำเสนอรายงาน - การวิเคราะห์กรณีศึกษา การค้นคว้า - การทำรายงานกลุ่ม	๕, ๗, ๑๐	๔๐%
- ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข	- การทำแบบฝึกหัดท้ายบท และตอบคำถาม	ทุกสัปดาห์	๑๐%
- ทักษะการสื่อสาร และ ICT	- สังเกตจากพฤติกรรมการเข้าเรียน - สังเกตจากการอภิปรายและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น - สังเกตจากการมีส่วนร่วมในการทำงาน	ทุกสัปดาห์	๑๐%

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑. ชูชัย สมितिไกร. (๒๕๕๔). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
๒. ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (๒๕๕๒). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
๓. Kotler, P. (๒๐๐๓). Marketing: An introduction. (ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

-

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ๑) การประเมินการสอนของอาจารย์ของนักศึกษาแต่ละคน
- ๒) จากการสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน
- ๓) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของนักศึกษาแต่ละคน
- ๔) จากการประเมินของผู้สอน
- ๕) จากการสื่อสารระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ผู้สอนผ่านเว็บไซต์ของอาจารย์

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ๑) ผลการสอบและวิเคราะห์ข้อสอบ
- ๒) การทวนสอบมาตรฐานผลการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

ผู้สอนมีการวางแผนเพื่อดำเนินการปรับปรุงการสอนในภาคเรียนถัดไปในกรณีที่ไม่เป็นไปตามรายละเอียดที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละหัวข้อโดยมีการจัดประชุมและการสัมมนาเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์รายวิชานั้น ผู้สอนจะดำเนินการให้แล้วเสร็จภายหลังการส่งผลการเรียน โดยวิธีการ ดังนี้

สัมภาษณ์นักศึกษา โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน ร้อยละ ๑๐ ของจำนวนผู้มีสิทธิเข้าสอบในเนื้อหาที่เรียนในรายวิชานี้ในบางหัวข้อที่ศึกษาว่ามีความรู้มากน้อยเพียงใด หรือ พิจารณาจากแบบประเมินผลของผู้เรียนเฉพาะด้านของแต่ละสาขาทั้งนี้ตามความเหมาะสมของเวลา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ผู้สอนจะนำผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษาและผลการประเมินการสอน (ข้อ ๑ และ ข้อ ๒) มาใช้ในการทบทวนและวางแผนการปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Program specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้					ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะด้านอื่น ๆ		
	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔			
	<input checked="" type="radio"/> ความรับผิดชอบหลัก														<input type="radio"/> ความรับผิดชอบรอง										
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔			
รหัสวิชา LOB ๒๒๑๐ ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การวิเคราะห์ผู้บริโภคและการเข้าถึง ผู้บริโภค (ภาษาอังกฤษ) Consumer Analysis and Consumer Insights	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	●			