รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)
รหัสวิชา LOG ๓๒๐๔ การจัดการการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า
(Management, marketing and customer relationships)
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๕

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	LOG๓๒๐๔
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การจัดการการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Management, marketing and customer relationships.

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ หน่วยกิต (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	รายวิชาเลือก

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

๕. สถานที่ติดต่อ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม
E – Mail : wiriya.bo@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๕ ชั้นปีที่ ๓ (ภาคปกติ)
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๒๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดระนอง

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑) มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร
๒) สามารถสื่อสารและประสานงานกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
๓) ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้และสมรรถนะของนักบริหารที่ดี ประกอบกับการที่วิชาในสายการตลาดนั้นเป็นวิชาที่เนื้อหามีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับโลกาภิวัตน์

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า รวมถึงการวางแผนการจัดการความสัมพันธ์และประสิทธิภาพของการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า และการศึกษาเครื่องมือใหม่ ๆ ที่ช่วยในการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า

(ภาษาอังกฤษ) Issues related to customer relationship management. Including planning, relationship management and the effectiveness of customer relationship management. New tools and education to help manage customer relationships.

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๔๘ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา	ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๑-๗๒๑๕-๘๖๒
๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) wiriya.bo@ssru.ac.th
๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) -
๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) -

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีวินัยตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเอง วิชาชีพและสังคม

● (๒) แสดงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ

○ (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรม

○ (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) อธิบาย ยกตัวอย่างสอดแทรกให้เนื้อหาสาระให้สาระที่เกี่ยวข้องและกำหนดให้นักเรียนอภิปรายแนวปฏิบัติที่ดีและเหมาะสม

(๒) กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องที่สนใจและสงสัยมานำเสนอเป็นกลุ่มเกี่ยวกับธุรกิจ

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

(๒) มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(๓) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาของธุรกิจค้าปลีก

(๔) ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

● (๑) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก

○ (๒) สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์

○ (๓) เข้าใจและวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการทำงาน

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา การวิเคราะห์เกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกแต่ละประเภท

(๒) บรรยาย และมอบหมายให้ทำกรณีศึกษาภายในห้องเรียน พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

(๓) เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในกรณีที่นักศึกษาไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัย พร้อมตอบข้อซักถามของนักศึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในเรื่องธุรกิจค้าปลีก

(๔) การทำงานเป็นกลุ่มตามที่นักศึกษาได้ Defense การนำเสนอผลงาน

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ทดสอบย่อย สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการ ทฤษฎีและการวิเคราะห์

(๒) นำเสนอสรุปการค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

(๓) วิเคราะห์กรณีศึกษา

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์เหตุการณ์ โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ในสถานการณ์จริงได้

○ (๒) สามารถแก้ไขปัญหาทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีกได้โดยนำหลักการต่างๆมาอ้างอิงได้อย่างเหมาะสม

● (๓) มีการใฝ่หาความรู้

(๔) พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีการคิดอย่างเป็นระบบ

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) นำเสนอเพื่อตอบโจทย์กรณีศึกษาและขายแผนงานการทำธุรกิจ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาในการทำธุรกิจให้เกิดความสะดวกมากขึ้น

(๒) เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในกรณีที่นักศึกษาไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัย พร้อมตอบข้อซักถามของนักศึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยมอบหมายให้มีการสืบค้นเนื้อหาเพื่อเติม

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) สอบปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือวิเคราะห์แนวคิดในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการนำเสนอ

(๒) สังเกตจากการมีส่วนร่วมและแนวความคิดเห็นต่อสถานการณ์และการเรียนการสอน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● (๑) สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

● (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย

(๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กร

○ (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานในองค์กรและบุคคลทั่วไป

○ (๕) มีภาวะผู้นำ

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทำงานเป็นทีมเวิร์ค

(๒) มอบหมายงานรายกลุ่ม และรายบุคคล เช่น การค้นคว้า สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานประเภทธุรกิจค้าปลีก/การนำตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอแผนธุรกิจ หรือ อ่านบทความที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา

(๓) การนำเสนอรายงานแผนธุรกิจที่มอบหมาย

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินตนเอง และเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด

(๒) รายงานที่นำเสนอ พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

(๓) รูปเล่มผลงานนักศึกษา

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีทักษะการใช้ภาษาไทยในได้อย่างมีประสิทธิภาพ

● (๒) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอ

(๓) ใช้ความรู้ทางคณิตศาสตร์และสถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอ

○ (๔) ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

๕.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์และจากเอกสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในห้องสมุด website บทความการตลาดทางสื่อหนังสือพิมพ์ และทำรายงาน โดยเน้นการนำข้อมูลจาก แหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(๒) การนำตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอแผนธุรกิจ หรือ อ่านบทความที่เกี่ยวข้องกับรายวิชานำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

(๓) การใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาเกี่ยวกับธุรกิจ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

(๒) มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(๓) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๔) ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

๖. ด้านอื่นๆ

(๑) .....

(๒) .....

(๓) .....

(๔) .....

(๕) .....

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ O หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทนำ แนะนำรายวิชา ชี้แจง/ข้อตกลงต่างๆของวิชานี้ เช่น การประเมินผล การมอบหมายงาน/การบ้านฯลฯ	๓	• แนะนำตัวและแนะนำการเรียนการสอน • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำรายงาน • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๒	หลักการสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง - เทคนิคการสื่อสารในองค์กร - การประสานงาน - เทคนิคการสร้างทีมงานให้มีประสิทธิภาพ - การสร้างมนุษย์สัมพันธ์ในการทำงาน	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเพื่อนำเสนอข้อมูลระหว่างฟังบรรยายกลุ่มละ 5 - 8 คน ในการทำธุรกิจ • แบบฝึกหัด • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr • **โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)** โดย ให้นักศึกษาเริ่มต้นด้วย	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			สถานการณ์ที่พบเจอที่ผู้เรียนเห็นว่าเป็นปัญหาและนำมาวิเคราะห์ปัญหา	
๓	หลักการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - ความหมาย - วิสัยทัศน์และเป้าหมาย - วิวัฒนาการการจัดการความสัมพันธ์ - หลักการสำคัญในการใช้ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำรายงานการวิจัย กลุ่มละ 5 - 8 คน/ส่งรายชื่อกลุ่มเพื่อคิดผลิตสินค้า • ทำแบบฝึกหัด • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๔	หลักการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) - การจัดการความสัมพันธ์ที่ประสบความสำเร็จ - ความล้มเหลวในการนำการจัดการความสัมพันธ์มาใช้ - การจัดการซัพพลายเชน	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • มอบหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้นักศึกษาวิเคราะห์ STP • นำเสนอผลการวิเคราะห์ STP • ทดสอบย่อย • **โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)** • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๕	บทบาทการบริการลูกค้าในงานโลจิสติกส์ - ขอบเขตการให้บริการงานโลจิสติกส์ - ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ - โครงสร้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำรายงานแผนธุรกิจ กลุ่มละ 6 - 8 คน/ส่งรายชื่อกลุ่ม • เตรียมหาหัวข้อแผนธุรกิจ • วิเคราะห์กรณีศึกษา • **โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)** สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๖	บทบาทการบริการลูกค้าในงานโล	๓	• Pretest ความรู้ก่อนเรียน	ผศ.ดร.วิริยา บุญ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	จิสติกส์ (ต่อ) - ลักษณะการให้บริการงานโลจิสติกส์ - การจัดองค์การบริหารงานโลจิสติกส์		• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • วิเคราะห์กรณีศึกษา • ทดสอบย่อย • **โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)** • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	มาเลิศ
๗	การวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า - ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ - การประเมินผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ - ขั้นตอนการดำเนินการตอบแบบสอบถามและการวิเคราะห์ - การตรวจสอบลูกค้าภายนอก	๓	• ให้คำแนะนำกับนักศึกษาเกี่ยวกับแผนธุรกิจที่นำเสนอส่วนแรก • สรุปการทบทวนเนื้อหาในบทเรียนเพื่อใช้สอบกลางภาค • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๘	**สอบกลางภาค**			
๙	เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้านโลจิสติกส์ - เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้านโลจิสติกส์ - ดัชนีวัดด้านการบริการลูกค้า - เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • มอบหมายให้นักศึกษาและนำเสนอว่าควรแก้ไขปรับปรุงอย่างไร • ส่งรายงานครั้งที่ 2 (บทที่ 1 และ บทที่ 2) • แบบฝึกหัด • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๐	ระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - ความหมายของระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - ชุดทำงานหลักของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การสร้างระบบการจัดการ	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • มอบหมายให้นักศึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระบบธุรกิจ • วิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างของการบริหารงาน • แบบฝึกหัด • โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดย	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	ความสัมพันธ์กับลูกค้า - การสร้างแบบจำลองกระบวนการ CRM - การสร้างความเป็นผู้นำในตลาด - ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า		ใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	
๑๑	ระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (ต่อ) -การอบรม การสนับสนุน และการจัดการเปลี่ยนแปลง -การสร้างระบบ CRM ในกรณีธุรกิจ - เป้าหมาย ในการทำ CRM	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • กรณีศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจ • ทดสอบย่อย • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๒	เทคโนโลยีสื่อสาร - ระบบโทรคมนาคมสำหรับโลจิสติกส์ - ศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์ - ระบบบันทึกเสียงแบบดิจิตอล - ระบบคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวที่สามารถใช้งานพร้อมกัน	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • แบ่งกลุ่มละ ๕-๘ คน เพื่อคิดงานบริการที่ธุรกิจควรมีให้กับผู้บริโภค • นำเสนอและ Defense แต่ละกลุ่ม • แบบฝึกหัด • โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๓	การวัดผลงานการให้บริการลูกค้า - ระเบียบปฏิบัติการวัดความพึงพอใจของลูกค้า - ฟอร์มที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า - ระเบียบปฏิบัติ การรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า	๓	• การบรรยายและตอบข้อซักถาม • แบบฝึกหัด กรณีศึกษา • เช็คแผนธุรกิจของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๔	การนำเสนอการวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงาน	๓	• บรรยาย พร้อมยกตัวอย่างเกี่ยวกับจริยธรรมทางการค้าปลีก • ตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาอธิบายถึงจริยธรรมที่ควรมีใน	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			ธุรกิจบริการ • แบบฝึกหัด • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	
๑๕	การนำเสนอการวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงาน	๓	• นักศึกษารายงานแผนธุรกิจ • กำหนดส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๖	การนำเสนอการวิเคราะห์กรณีศึกษาและรายงาน	๓	• นักศึกษารายงานแผนธุรกิจ • กำหนดส่งรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ • สอนออนไลน์ https://meet.google.com/yap-zsvt-wsr	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๗	**สอบปลายภาค**			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	๕ %
๒	การปฏิบัติงานกลุ่ม (รูปเล่มรายงาน)	ตลอดภาคการศึกษา	๒๐ %
๔	การทดสอบย่อย	ตลอดภาคการศึกษา	๕ %
๕	การทดสอบกลางภาค	ตลอดภาคการศึกษา	๓๐ %
๖	การทดสอบปลายภาค	๑๗	๔๐ %

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2548). **การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า**. กรุงเทพฯ : โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่ง.

คำนวณ ประสมผล. **จัดการCRM ให้ได้ผล**. สานักพิมพ์ผู้จัดการ, 2548.

จาริณี แซ่ว่อง. **ทำไมต้อง CRM**. สานักพิมพ์ โอเดียรสโตร์ จากัด. 2549.

ชลิต ลิมปนะเวช. **Cutting Edge CRM**. บริษัท ทิปปิ้ง พอยท์ จากัด. 2545.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. **Retro Marketing (สูตรใหม่การตลาดย้อนยุค ปลุกกระแส)**. 2549

ณัฐวุฒิ พิมพา. **การตลาดแบบตัวจริง**. บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จากัด, 2549.
ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. **การจัดการการตลาด**. บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จากัด, 2547.
บุญเกียรติ โชควัฒนา. **การตลาดเชิงบวก**. บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จากัด(มหาชน), 2548.
วิทยา ด่านธารงกุล และพิภพ อุดร. **ซีอาร์เอ็ม ซีอีเอ็ม หยิน หยางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2,สำนักพิมพ์วงกลม, 2549.
ศศินันท์ วิวัฒนชาติ. **เทคนิคการขายอย่างมีประสิทธิภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
สมชาติ กิจยรรยง. **เทคนิคการขายทางโทรศัพท์**. พิมพ์ครั้งที่ 1, บริษัทอินฟอร์มีเดีย บุ๊คส์. 2546.
สมิต สัชณุกร. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ**. พิมพ์ครั้งที่ 3, สานักพิมพ์สายธาร.2545.
สุดใจ โชติภาภรณ์. **วิธีการรักษาลูกค้า**. สานักพิมพ์ โอเดียรสโตร์ จำกัด. 2550.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

บทความทางด้านการจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ การตลาดและการสร้างสรรค์ จากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจต่างๆ เช่น ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Marketeer Magazine, Search Marketing Magazine, and Brandage Magazine

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ขอเสนอแนะผ่าน e-mail ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- การประเมินการสอนของ Peer Evaluate
- ผลการทดสอบย่อย
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ ๒ จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การแชร์ความรู้ระหว่างกลุ่ม

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- คณะกรรมการสอบไล่ประเมินข้อสอบเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหารายวิชา และการให้คะแนนในแต่ละรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชาเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก ๓ ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

****

หลักสูตรระดับปริญญา ☐ ตรี ☐ โท ☐ เอก

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้					ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะด้านอื่น ๆ
	●ความรับผิดชอบหลัก							○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 LOG๓๒๐๔ **ชื่อรายวิชา** (ภาษาไทย) การจัดการการตลาดและกับความสัมพันธ์กับลูกค้า (ภาษาอังกฤษ) Management, marketing and customer relationships	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	●	