



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)
รหัสวิชา LOG๓๒๐๔ การจัดการการตลาดและความสัมพันธ์กับลูกค้า
(Management, marketing and customer relationships)
สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๖

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	ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

๕. สถานที่ติดต่อ

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

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๖ ชั้นปีที่ ๓ (ภาคพิเศษ)
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๕๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี)

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด วันที่ ๒๐ เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- ๑) มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- ๒) สามารถสื่อสารและประสานงานกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง
- ๓) ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้และสมรรถนะของนักบริหารที่ดี ประกอบกับการที่วิชาในสายการตลาดนั้นเป็นวิชาที่เนื้อหา มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อให้สอดคล้องกับโลกาภิวัตน์

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า รวมถึงการวางแผนการจัดการความสัมพันธ์ และประสิทธิภาพของการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า 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/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๔๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา	ไม่มี	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- ๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
- ๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๑-๗๒๑-๕๘๖๒
- 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) กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องที่สนใจและส่งมามาเสนอเป็นกลุ่มเกี่ยวกับธุรกิจหรือกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา
- (๒) มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมางานที่มอบหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม
- (๓) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาขององค์การหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- (๔) ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมาย

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีด้านการจัดการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- (๒) สามารถนำหลักการและทฤษฎีไปประยุกต์
- (๓) เข้าใจและวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องและนำมาใช้เป็นพื้นฐานของการทำงาน

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษา การวิเคราะห์เกี่ยวกับการจัดการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- (๒) บรรยายและมอบหมายให้ทำกรณีศึกษาภายในห้องเรียนพร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (๓) เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในกรณีศึกษาไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัย พร้อมตอบข้อซักถามของนักศึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- (๔) การทำงานเป็นกลุ่ม และการนำเสนอผลงานผ่าน VDO Presentation

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ทดสอบย่อย สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการทฤษฎีและการวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๒) นำเสนอสรุปการค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- (๓) วิเคราะห์กรณีศึกษา

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์เหตุการณ์ โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ในสถานการณ์จริงได้
- (๒) สามารถแก้ไขปัญหาทางด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนได้โดยนำหลักการต่างๆมาอ้างอิงได้อย่างเหมาะสม
- (๓) มีการใฝ่หาความรู้
- (๔) พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีการคิดอย่างเป็นระบบ

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) นำเสนอเพื่อตอบโจทย์กรณีศึกษา โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาในการทำธุรกิจให้เกิดความสะดวกรวดมากขึ้น
- (๒) เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามในกรณีที่นักศึกษาไม่เข้าใจ หรือมีข้อสงสัย พร้อมตอบข้อซักถามของนักศึกษา และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยมอบหมายให้มีการสืบค้นเนื้อหาเพิ่มเติม

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) จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทำงานเป็นทีม
- (๒) มอบหมายงานรายกลุ่มและรายบุคคล เช่น การค้นคว้า สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานประเภทโลจิสติกส์/การนำตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอกรณีศึกษาหรืออ่านบทความที่เกี่ยวข้อง
- (๓) การนำเสนอรายงานกรณีศึกษาที่มอบหมาย

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินตนเอง และเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด
- (๒) งานที่นำเสนอ 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 บทความการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน บทความทางการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- (๒) การนำตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอกรณีศึกษา หรืออ่านบทความที่เกี่ยวข้องกับรายวิชา
 นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- (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 ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	บทนำ แนะนำรายวิชา ชี้แจง/ข้อตกลง ต่างๆของวิชานี้ เช่น การประเมินผล การมอบหมายงาน/การบ้าน ฯลฯ	๓	<ul style="list-style-type: none"> แนะนำตัวและแนะนำการเรียนการสอน การบรรยายและตอบข้อซักถาม ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำรายงาน รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OQT1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๒-๔	หลักการสร้างความสัมพันธ์ และการสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง <ul style="list-style-type: none"> เทคนิคการสื่อสารในองค์กร การประสานงาน เทคนิคการสร้างทีมงานให้มีประสิทธิภาพ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน ความหมาย 	๙	<ul style="list-style-type: none"> การบรรยายและตอบข้อซักถาม ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มเพื่อนำเสนอข้อมูลระหว่างฟัง บรรยายกลุ่มละ ๓ - ๕ คน ในการทำธุรกิจ ตอบคำถามใน Padlet โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) โดย ให้นักศึกษา เริ่มต้นด้วยสถานการณ์ที่พบเจอที่ผู้เรียนเห็นว่าเป็น 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - วิสัยทัศน์และเป้าหมาย - วิวัฒนาการการจัดการความ สัมพันธ์ - หลักการสำคัญในการใช้ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ - การจัดการความสัมพันธ์ที่ประ สบความสำเร็จ - ความล้มเหลวในการนำการจัด การความสัมพันธ์มาใช้ 		<p>ปัญหาและนำมาวิเคราะห์ปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> • รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	
๕-๖	<p>บทบาทการบริการลูกค้าในงานโลจิสติกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขอบเขตการให้บริการงานโลจิสติกส์ - ผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ - โครงสร้างผู้ให้บริการงานโลจิสติกส์ - ลักษณะการให้บริการงานโลจิสติกส์ - การจัดองค์การบริหารงานโลจิสติกส์ 	๖	<ul style="list-style-type: none"> • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำกรณีศึกษากลุ่มละ ๓-๕ คน/ • เตรียมหาหัวข้อกรณีศึกษา • วิเคราะห์กรณีศึกษา • โดยจัดการสอนแบบ Active Learning โดยใช้เทคนิค การตั้งคำถามให้ผู้เรียนใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) • รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๗	<p>การวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ - การประเมินผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ - ขั้นตอนการดำเนินการตอบแบบสอบถามและการวิเคราะห์ - การตรวจสอบลูกค้าภายนอก 	๓	<ul style="list-style-type: none"> • ให้คำแนะนำกับนักศึกษาเกี่ยวกับแผนธุรกิจที่นำเสนอส่วนแรก • สรุปรายการทบทวนเนื้อหาในบทเรียนเพื่อใช้สอบกลางภาค • รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๘	สอบกลางภาค			
๙	<p>เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้านโลจิสติกส์</p> <ul style="list-style-type: none"> - เครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการให้บริการลูกค้าด้านโลจิสติกส์ - ดัชนีวัดด้านการบริการลูกค้า - เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 	๓	<ul style="list-style-type: none"> • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • แบบฝึกหัด • ตอบคำถามเล่นเกมใน Kahoot • รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๐-๑๒	<p>ระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - จุดทำงานหลักของการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 	๙	<ul style="list-style-type: none"> • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • มอบหมายให้นักศึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับองค์การหรือบริษัทที่นำหลักการ CRM ไปปรับใช้ • ตอบคำถามใน Padlet • รูปแบบการสอน On-Demand 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างระบบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การสร้างแบบจำลองกระบวนการ CRM - การสร้างความเป็นผู้นำในตลาด - ผลกระทบที่เกี่ยวเนื่องกับการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า - การอบรม การสนับสนุน และการจัดการเปลี่ยนแปลง - การสร้างระบบ CRM ในกรณีธุรกิจ - เป้าหมาย ในการทำ CRM 		<ul style="list-style-type: none"> • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	
๑๓	เทคโนโลยีสื่อสาร <ul style="list-style-type: none"> - ระบบโทรคมนาคมสำหรับโลจิสติกส์ - ศูนย์บริการตอบรับทางโทรศัพท์ - ระบบบันทึกเสียงแบบดิจิทัล - ระบบคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวที่สามารถใช้งานพร้อมกัน 	๓	<ul style="list-style-type: none"> • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • ตอบคำถามใน Padlet • รูปแบบการสอน On-Demand • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๓-๑๕	การวัดผลงานการให้บริการลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> - ระเบียบปฏิบัติการวัดความพึงพอใจของลูกค้า - ฟอรัมที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า - ระเบียบปฏิบัติ การรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า 	๙	<ul style="list-style-type: none"> • การบรรยายและตอบข้อซักถาม • แบบฝึกหัด กรณีศึกษา • เช็คแผนธุรกิจของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม • รูปแบบการสอน Online และ Onsite ควบคู่กัน • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๖	การนำเสนอการวิเคราะห์กรณีศึกษา และรายงาน	๓	<ul style="list-style-type: none"> • นักศึกษารายงานกรณีศึกษา • กำหนดส่งงานในรูปแบบ VDO Presentation • https://classroom.google.com/c/NTIzMDY2OTQ1OTEz?cjc=65virfc 	ผศ.ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	๕ %
๒	การปฏิบัติงานกลุ่มและนำเสนอกรณีศึกษาผ่าน VDO Presentation	ตลอดภาคการศึกษา	๑๕ %
๔	การทดสอบย่อยผ่าน Padlet/Kahoot	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐ %
๕	การทดสอบกลางภาค	๘	๓๐ %
๖	การทดสอบปลายภาค	๑๗	๔๐ %

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

คำนาย อภิปรัชญาสกุล.(๒๕๔๘). การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.

คำนวน ประสมผล. (๒๕๔๘). จัดการCRM ให้ได้ผล. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.

จาริณี แซ่ว่อง. (๒๕๔๙). ทำไมต้อง CRM. กรุงเทพฯ: โอเดียร์สโตร์ จำกัด..

ชลิท ลิมนะเวช. (๒๕๔๕). Cutting Edge CRM. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์ จำกัด.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (๒๕๕๗). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภพ อุดร. (๒๕๕๙) .ซีอาร์เอ็ม ซีอีเอ็ม หยีน หยางการตลาด. กรุงเทพฯ : วรกลม.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- บทความทางด้านการจัดการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

- บทความทางด้านการบริการลูกค้าในงานด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

-

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ ดังนี้

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา
- ข้อเสนอแนะผ่าน 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 ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- คณะกรรมการสอบไล่ประเมินข้อสอบเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาวิชา และการให้คะแนนในแต่ละรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก ๓ ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้					ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบต่อ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบต่อ			ทักษะการวิเคราะห์ เชิงตัวเลข การ สื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ เชิงตัวเลข การ สื่อสารและการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะ ด้าน อื่น 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 LOG ๓๒๐๔ ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการการตลาดและ ความสัมพันธ์กับลูกค้า (ภาษาอังกฤษ) Management, marketing and customer relationships	●	●	●	○	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	○	●	○	●	○	●	●	●	