

รายละเอียดของรายวิชา

HUSO-Course Specification

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (Khon Kaen University)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Faculty of Humanities and Social Sciences)

หลักสูตรสารสนเทศศาสตรบัณฑิต (Bachelor of Information Science)

วิชาโท การประชาสัมพันธ์

(หลักสูตร (Academic Program) ใหม่ (New) ปรับปรุง (Revised) พ.ศ. (B.E.) 2557)

1. รหัส ชื่อรายวิชา/ชุดวิชา และจำนวนหน่วยกิต (Course Code and Number(s) of Credits)

รหัสวิชา/ชุดวิชา (Course Code) : 412 352

ภาษาไทย (Thai name) : การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

ภาษาอังกฤษ (English name) : Consumer Behavior Studies

จำนวนหน่วยกิต (Number(s) of Credits) : 3 (3-0-6)

รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) : ไม่มี

2. ประเภทของรายวิชา/ชุดวิชา และหลักสูตร (Type of the Subject Course)

 รายวิชาบังคับ (Compulsory course) รายวิชาเลือก (Elective course) เลือกเสรี (Free elective course) รายวิชาวิทยานิพนธ์ (Thesis) รายวิชาดุษฎีนิพนธ์ (Dissertation)

ในหลักสูตร (in the Program of) สารสนเทศศาสตรบัณฑิต และวิชาโทการประชาสัมพันธ์

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบและอาจารย์ผู้สอน (Course Coordinator and Lecturer)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบ (Course Coordinator) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขนิษฐา จิตแสง

อาจารย์ผู้สอน (lecturers) : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญยรัตน์ เคเวียเช่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขนิษฐา จิตแสง

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ระดับรายวิชา/ชุดวิชา (Course learning outcomes-CLO)

4.1 ความรู้ (K-Knowledge)

K1 : นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

K2 : นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจหลักการสื่อสารเบื้องต้นและการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

K3 : นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับผู้บริโภค ซึ่งมีบทบาทเป็นผู้รับสารด้านการสื่อสารการตลาด

K4 : นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจการประเมินผลการตอบสนองต่อการสื่อสารการตลาด

4.2 ทักษะ (S-Skills)

S1 : นักศึกษาทักษะในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์

S2 : นักศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

S3 : นักศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์ และเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดได้อย่างเหมาะสม

S4 : นักศึกษาสามารถประเมินผลการตอบสนองต่อการสื่อสารการตลาด

4.3 คุณลักษณะส่วนบุคคล (A-Attributes)

A1 : นักศึกษามีความสามารถในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดบทเรียนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ

A2 : นักศึกษามีความรับผิดชอบและสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมกับผู้อื่นได้

A3 : นักศึกษามีความพร้อมในการทำงาน และมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต และสามารถเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร

5. คำอธิบายรายวิชา / ชุดวิชา (Description of Subject Course/Module)

5.1 ภาษาไทย (Thai) : แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ หลักการวิเคราะห์อุปสงค์และพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาด การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด การประเมินผลการตอบสนองของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2 ภาษาอังกฤษ (English) : Concepts and theories of behaviorism, principles of market demands and consumer behavior analysis, policy planning and marketing strategy development, evaluation of consumer response to marketing strategies.

6. รูปแบบและรูปแบบการจัดการเรียนรู้ (Delivery mode and Learning management Method)

6.1 รูปแบบ (Delivery mode)

Classroom-based learning

Online learning

Blended learning

Work integrated learning

อื่นๆ โปรดระบุ

6.2 รูปแบบการจัดการเรียนรู้ (Learning management Method)

Content and language integrated learning

Research-based learning

Problem-based learning

Task-based learning

Project-based learning

Community based learning

Flipped classroom

Service-based learning

Experiential learning

Case discussion

Seminar

อื่นๆ โปรดระบุ (Other, please specify)

7. แผนการจัดการเรียนรู้ (Lesson plan)

สัปดาห์ที่ (Week)	หัวข้อการสอน (โปรดระบุหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย) (Teaching Topic--Please specify teaching topics and sub-topics)	จำนวน ชั่วโมง (Number of hours)	CLO (โปรดระบุ KSA ที่สอดคล้องกับ ข้อ 4) (Please specify KSAs that comply with Item No. 4)	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ/เอกสารและช่องทางการสอน (สอดคล้องกับข้อ 6 รูปแบบและวิธีการสอน กรณีออนไลน์โดยใช้ ระบบ KKU E-Learning เป็น platform หลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน) (Teaching and Learning Activities, Instructional Media/ Materials, and Teaching Channels That comply with Item No. 6 Teaching Approach and Method; for online learning, please use KKU E-Learning as a major learning management system)
1	แนะนำรายละเอียดรายวิชา เครื่องมือที่ใช้ในการสอน วิธีการจัดการเรียนการสอน และการประเมินผล	3	S1, A1	1. ผู้สอนแนะนำรายละเอียดรายวิชา แนะนำเครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอนออนไลน์ และการสรุปการเรียนการสอนแต่ละหัวข้อโดยใช้โปรแกรม Zoom อธิบายรูปแบบ (Blended learning, online learning) และรูปแบบจัดการการเรียนรู้อื่นๆ (Project-based learning, Task-based learning และ Case discussion) ให้นักศึกษาเข้าใจและมีส่วนร่วมในการออกแบบการเรียนรู้อื่นๆ
2-5	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ความหมายและความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	12	K1, S1, S2, A1	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom และวิดีโอคลิป (Video clips) ประกอบการบรรยาย (Blended learning, online learning) 2. กิจกรรมอภิปรายกลุ่ม (Case discussion และ Task-based learning) : ให้นักศึกษาเลือกผลิตภัณฑ์และร่วมกันวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning 4. นักศึกษาส่งงานใน KKU E-learning 5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom

สัปดาห์ที่ (Week)	หัวข้อการสอน (โปรดระบุหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย) (Teaching Topic--Please specify teaching topics and sub-topics)	จำนวน ชั่วโมง (Number of hours)	CLO (โปรดระบุ KSA ที่สอดคล้องกับ ข้อ 4) (Please specify KSAs that comply with Item No. 4)	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ/เอกสารและช่องทางการสอน (สอดคล้องกับข้อ 6 รูปแบบและวิธีการสอน กรณีออนไลน์โดยใช้ ระบบ KKU E-Learning เป็น platform หลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน) (Teaching and Learning Activities, Instructional Media/ Materials, and Teaching Channels That comply with Item No. 6 Teaching Approach and Method; for online learning, please use KKU E-Learning as a major learning management system)
6	หลักอุปสงค์อุปทาน และความสัมพันธ์ ของอุปสงค์ อุปทาน และพฤติกรรม ผู้บริโภค	3	K1, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom (online learning) 2. กิจกรรมเดี่ยว (Task-based learning) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ อุปทาน 3. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
7	วัฒนธรรมกับพฤติกรรมผู้บริโภค - วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อยที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	3	K1, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom และวิดีโอคลิป (Video clips) ประกอบการบรรยาย (Blended learning, online learning)) 2. กิจกรรมอภิปรายกลุ่ม (Case discussion และ Task-based learning) : นักศึกษาเลือกผลิตภัณฑ์ และร่วมกันวิเคราะห์อิทธิพลของวัฒนธรรมย่อยต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning 4. นักศึกษาส่งงานใน KKU E-learning 5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
8-10	อิทธิพลทางสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค -อิทธิพลของครอบครัวต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค	9	K1, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom ประกอบการบรรยาย (Online learning) 2. กิจกรรมเดี่ยว (Task-based learning) : นักศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลของครอบครัวและกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning

สัปดาห์ที่ (Week)	หัวข้อการสอน (โปรดระบุหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย) (Teaching Topic--Please specify teaching topics and sub-topics)	จำนวน ชั่วโมง (Number of hours)	CLO (โปรดระบุ KSA ที่สอดคล้องกับ ข้อ 4) (Please specify KSAs that comply with Item No. 4)	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ/เอกสารและช่องทางการสอน (สอดคล้องกับข้อ 6 รูปแบบและวิธีการสอน กรณีออนไลน์โดยใช้ ระบบ KKU E-Learning เป็น platform หลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการ สอน) (Teaching and Learning Activities, Instructional Media/ Materials, and Teaching Channels That comply with Item No. 6 Teaching Approach and Method; for online learning, please use KKU E-Learning as a major learning management system)
	-อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค			4. นักศึกษาส่งงานใน KKU E-learning 5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
11	หลักการสื่อสารเบื้องต้น - คำนิยามและความสำคัญของการ สื่อสาร - องค์ประกอบการสื่อสาร	3	K1, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom ประกอบการบรรยาย (Online learning) 2. กิจกรรมเดี่ยว (Task-based learning) : นักศึกษาเลือกผลิตภัณฑ์และจับคู่วิเคราะห์องค์ประกอบ การสื่อสารร่วมกันผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning 4. นักศึกษาส่งงานใน KKU E-learning 5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
12-14	หลักการตลาดและการสื่อสารการตลาด - หลักการตลาด - หลักการสื่อสารการตลาด - เครื่องมือการสื่อสารการตลาด	9	K1, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom ประกอบการบรรยาย (Online learning) 2. กิจกรรมเดี่ยว (Task-based learning) : นักศึกษาวิเคราะห์หลักการตลาดเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่ กำหนดให้ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning 4. นักศึกษานำเสนอผลงาน

สัปดาห์ที่ (Week)	หัวข้อการสอน (โปรดระบุหัวข้อใหญ่และหัวข้อย่อย) (Teaching Topic--Please specify teaching topics and sub-topics)	จำนวน ชั่วโมง (Number of hours)	CLO (โปรดระบุ KSA ที่สอดคล้องกับ ข้อ 4) (Please specify KSAs that comply with Item No. 4)	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อ/เอกสารและช่องทางการสอน (สอดคล้องกับข้อ 6 รูปแบบและวิธีการสอน กรณีออนไลน์โดยใช้ ระบบ KKU E-Learning เป็น platform หลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการ สอน) (Teaching and Learning Activities, Instructional Media/ Materials, and Teaching Channels That comply with Item No. 6 Teaching Approach and Method; for online learning, please use KKU E-Learning as a major learning management system)
				5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
15	การประเมินผลการตอบสนองต่อการ สื่อสารการตลาด	3	K4, S1, S2, A1, A3	1. การบรรยายถ่ายทอดบทเรียนผ่านสไลด์ (PPT) โดยใช้โปรแกรม Zoom ประกอบการบรรยาย (Online learning) 2. กิจกรรมกลุ่ม (Project-Based learning) นักศึกษาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาตามความต้องการของ ตลาดและร่วมกันวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 3. เรียนรู้จากเอกสารประกอบสอนใน KKU E-learning 4. นำเสนอผลงาน 5. ทบทวนและสรุปบทเรียนโดยใช้โปรแกรม Zoom
Total		45	K1, K2,K3,S1, S2, S3, S4, A1, A2, A3	

8. แผนการประเมินผลการเรียนรู้ (Course assessment)

วิธีการประเมิน (โปรดระบุวิธีการประเมิน เช่น แบบฝึกหัด รายงาน ทดสอบย่อย โครงการ เป็นต้น) (Assessment Method—Please specify assessment methods e.g., assignment, report, quiz, project, etc.)	CLO	สัดส่วนคะแนน (Score breakdown)	หมายเหตุ (Note)
1. การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน ตรวจสอบจากการ เข้าเรียนใน KKU E-learning	S1	10	สัปดาห์ที่ 1-15
2. การส่งงานที่ได้รับมอบหมายและความ รับผิดชอบส่งงานตามกำหนดเวลา	K1,K2,K3,S1,S2,S3,S4,A1,A2,A3	30	สัปดาห์ที่ 2-15
3. นำเสนอผลงาน (Project)	K1,K2,K3,S1,S2,S3,S4,A1,A2,A3	20	สัปดาห์ที่ 15
4. การสอบกลางภาคและปลายภาค	K1,K2,K3,S1,S2,S3,S4,A1,A3	40	Online Take Home

10. ตำราและเอกสารประกอบการสอน (Textbook and instructional materials)

ชูชัย สมितिไกร. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประพันธ์ เศวตนันท์. (2560). **หลักเศรษฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒิ สุขเจริญ. (2559). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไทเท็กซ์.

ศุภกร เสรีรัตน์. (2544). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอ อาร์ บีซีเนส เพรส.

สุภาภรณ์ พลนิกรณ์. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แหล่งข้อมูลและการเรียนรู้ออนไลน์

1. KKU e-Learning: 412352 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
2. Youtube

10. การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา (Course evaluation and Plan for Teaching Improvement)

10.1	<p>การประเมินประสิทธิผลรายวิชาและการทวนสอบ (Evaluation of course effectiveness and validation)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินโดยนักศึกษาผ่านระบบประเมินออนไลน์ของมหาวิทยาลัย (The course is evaluated online by students via the university's course evaluation system)</p> <p><input type="checkbox"/> ประเมินโดยการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้โดยคณะกรรมการบริหารหลักสูตร (The course learning outcomes are validated by the program committee.)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ประเมินโดยสะท้อนผลการจัดการเรียนการสอนในช่วงของการเรียนแต่ละรายวิชา (Effectiveness of teaching and learning is evaluated periodically throughout the semester.)</p> <p><input type="checkbox"/> ประเมินโดยการวิจัยในชั้นเรียนเพื่อประเมินภาพรวมของการจัดการเรียนการสอน (Classroom research is conducted to evaluate the overall picture of instructional management and learning and teaching.)</p> <p><input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ (Other, please specify) :</p>
10.2	<p>การปรับปรุงการเรียนการสอนและประสิทธิผลของรายวิชา (Improving course instruction and effectiveness)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> นำผลการประเมินโดยนักศึกษา มาปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอน (Improve and develop course instruction and assessment according to students' feedback.)</p> <p><input type="checkbox"/> นำผลการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การจัดการเรียนการสอนเพื่อมาปรับปรุงการเรียนการสอนในรายวิชา (Improve and develop course instruction and assessment according to the course validation result.)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> นำผลการวิจัยในชั้นเรียนมาปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอน (Improve and develop course instruction and assessment according to the result from classroom research.)</p> <p><input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ (Other, please specify) :</p>