



มคอ.3 รายละเอียดของรายวิชา
Course Specification

รหัสวิชา 0102434 การตลาดเพื่อการประกอบการชุมชน
(Marketing for Community Enterprise)

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาชุมชน
หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2564
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0102434 การตลาดเพื่อการประกอบการชุมชน

3(2-2-5)

Marketing for Community Enterprise

บูรพาวิชา : ไม่มี

ควบคู่ : ไม่มี

ความหมาย แนวคิด และความสำคัญของการตลาดเพื่อการประกอบการชุมชน การจัดการห่วงโซ่อุปทานสำหรับการประกอบการชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับนักการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างพันธมิตรทางการตลาดเพื่อการประกอบการชุมชน การวิเคราะห์ตลาด แนวทางการส่งเสริมการตลาดเพื่อการประกอบการชุมชนในสังคมดิจิทัล การตลาดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการประกอบการชุมชน โดยวิเคราะห์กรณีศึกษาและฝึกปฏิบัติ

Definitions, concepts and significance of marketing for community enterprise, supply chain management for community enterprise, concepts relating marketers, marketing strategies and creating marketing alliances for community enterprise; marketing analysis; guidelines on the marketing promotion for community enterprise in a digital society; creative marketing for community enterprise by analyzing case study and practicing

2. ประเภทของรายวิชา

- ศึกษาทั่วไป
- วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน
- วิชาเอกบังคับ
- วิชาเอกเลือก
- วิชาโท
- วิชาเลือกเสรี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ดร.โอริสา ชุมพงศ์

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ ดร.โอริสา ชุมพงศ์

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

ปีการศึกษา 2567 / ภาคการศึกษาต้น / นิสิตการบริหารและพัฒนาชุมชนปีที่ 4

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

วันที่ 10 มิถุนายน 2567

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้/มีความสามารถ/สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อเพื่อนมนุษย์ เพื่อการบริหารและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับการประกอบการชุมชน

1.3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ ออกแบบ หาแนวทาง รูปแบบ และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สำหรับการประกอบการชุมชนได้อย่างเหมาะสม

1.4 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ ทักษะ แนวคิด และกลยุทธ์ด้านการตลาด มาประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนชุมชนให้เกิดประโยชน์ได้

2. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

พัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยกับสถานการณ์ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สนองต่อตลาดแรงงานด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในเรื่องการพัฒนาแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับการประกอบการ และการพัฒนาขับเคลื่อนการประกอบการชุมชน

หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
30	30	75

หมายเหตุ รายวิชานี้มีการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลภาคสนามจากสถานการณ์จริง โดยมีการจัดการเรียนการสอน เชิงรุก (Active Learning) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมดของรายวิชา ตลอดจนใช้ชุมชนเป็น ฐานในการพัฒนาการเรียนการสอน และเป็นรายวิชาที่เน้นนวัตกรรมสังคมในชุมชนที่เชื่อมโยงกับการเป็นผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์และช่องทางที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล

การให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนอย่างน้อย 3 ชั่วโมง/สัปดาห์ ณ ห้องพักอาจารย์ อาคาร 13 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา และผ่านช่องทาง Line / Email และ โทรศัพท์ เป็นต้น โดยผ่านการนัดหมายล่วงหน้า

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1	แนะนำรายวิชา การเรียนการสอน การวัด/ประเมินผล เอกสาร/ตำรา แนะนำแนวทางการศึกษาเพื่อให้บรรลุ ความมุ่งหมายของรายวิชา	2	2	- มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย - สื่อ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
2	บทที่ 1 การพัฒนาแนวคิดของผู้ประกอบการเพื่อการประกอบการชุมชน (Entrepreneurial Mindset) - แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ - องค์ประกอบการของจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการสำหรับสังคมยุคใหม่ - การเสริมสร้างลักษณะผู้ประกอบการในชุมชน	2	2	- มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย - สื่อ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
3	บทที่ 2 กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) - กลยุทธ์การตลาด 4Ps - กลยุทธ์การตลาด 7Ps - ประโยชน์ของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด	2	2	- มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย - สื่อ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
4	บทที่ 3 กลยุทธ์การตลาดกำหนดทิศทางโดยรวม (Segmentation Targeting Positioning: STP) - การแบ่งส่วนตลาด - คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย - กำหนดตำแหน่งของสินค้าหรือบริการ	2	2	- มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย - สื่อ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
5-6	บทที่ 4 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) - ความหมายการคิดเชิงออกแบบ	4	4	- มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย	ดร.โอริสา ชุมพงศ์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
	<ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการคิดเชิงออกแบบ - ประโยชน์ของระบบการคิดเชิงออกแบบ - การประยุกต์ใช้กระบวนการการคิดเชิงออกแบบสำหรับการพัฒนาการประกอบการชุมชน 			<ul style="list-style-type: none"> -สื่ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip 	
7-8	บทที่ 5 กระบวนการสร้างคุณค่าให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (Value Proposition & Segmentation) <ul style="list-style-type: none"> - การตลาดและคุณค่าของผู้บริโภค - การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 	4	4	<ul style="list-style-type: none"> - มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย -สื่ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip 	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
9	สอบกลางภาค				
10-13	บทที่ 6 โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน <ul style="list-style-type: none"> - แนวคิดดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน Environment, Social, Governance (ESG) - โมเดลธุรกิจ Bio-Circular-Green Economic Model - การบูรณาการแนวคิดในเรื่องของ Sustainability กับ New Business - กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ BCG 	8	8	<ul style="list-style-type: none"> - มคอ.3 - การบรรยาย - การอภิปราย -สื่ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - Video Clip 	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
14-15	การนำเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการนำแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนชุมชน	4	4	<ul style="list-style-type: none"> -สื่ PowerPoint - แลกเปลี่ยนความคิดเห็น - นำเสนอโครงการ 	ดร.โอริสา ชุมพงศ์
16	สอบปลายภาค				
17	สอบปลายภาค				
รวม		30	30		

หมายเหตุ รายวิชานี้มีการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลภาคสนามจากสถานการณ์จริง โดยมีการจัดการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมดของรายวิชา ตลอดจนใช้ชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาการเรียนการสอน และเป็นรายวิชาที่เน้นนวัตกรรมสังคมในชุมชนที่เชื่อมโยงกับการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

2. แผนพัฒนาประสิทธิภาพรายวิชา (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. จัดการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของระยะเวลาทั้งหมดของรายวิชา
- 2. จัดการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการ องค์กร หรือหน่วยงาน
- 3. จัดการเรียนรู้เชิงรุก
- 4. รายวิชาส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการของผู้เรียน
- 5. รายวิชาก่อให้เกิดนวัตกรรมของผู้เรียน โดยมีหนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงาน
- 6. จัดการเรียนรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ (online) ร่วมกับ ในที่ตั้ง (on-site)
- 7. มีการพัฒนาสื่อการสอนแบบออนไลน์โดยผ่าน TSU MOOC
- 8. เปิดเผยคะแนนเก็บก่อนการสอบปลายภาค
- 9. ส่งระดับขึ้นตามเวลาที่กำหนด โดยไม่มีข้อผิดพลาด
- 10. มีการทวนสอบรายวิชาในระบบของคณะฯ
- 11. อื่น ๆ ระบุ

. แผนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	หัวข้อเรื่อง/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
1	- การตรงต่อเวลาของนิสิตในการเข้าเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย การเข้าร่วม กิจกรรม - ความมีวินัยและความพร้อมเพรียงของ นิสิตในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อการบริหารและพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน - ความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย	สังเกตการมีส่วนร่วม และพฤติกรรมในชั้น เรียน	1-16	10
2	- ความสามารถด้านการคิดของของนิสิต เช่น การตั้งคำถาม การสืบค้นข้อมูล การ คิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การตัดสินใจ - การทำผลงานและการนำเสนอผลงานของ นิสิต	การทดสอบย่อยและ งานเดี่ยว	3-13	10
3	- ความสามารถด้านการคิดของของนิสิต เช่น การตั้งคำถาม การสืบค้นข้อมูล การ คิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การตัดสินใจ - การทำผลงานและการนำเสนอผลงานของ นิสิต	สอบระหว่างภาค	9	20
4	- ความสามารถด้านการคิดของนิสิต เช่น การตั้งคำถาม การสืบค้นข้อมูล การคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ การตัดสินใจ	งานกลุ่มและการ นำเสนอโครงการ	14-16	30

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
	- การทำงานวิจัยและการนำเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการนำแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนชุมชน			
5		สอบปลายภาค	17-18	30
คะแนนรวม				100

วิธีการตัดเกรด อิงเกณฑ์ (FIX-Rate)
 อิงกลุ่ม (T-Score)

การกำหนดช่วงคะแนนของเกรด

เกรด	A	B+	B	C+	C	D+	D	E/F
ช่วงคะแนน	≥80	≥75	≥70	≥65	≥60	≥55	≥50	≥0

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำรา เอกสารหลัก และข้อมูลสำคัญ

ภาษาต่างประเทศ

Anna Nagurney: Supply Chain Network Economics: Dynamics of Prices, Flows, and Profits, Edward Elgar Publishing, 2006, ISBN 1-84542-916-8

Chen, I. J., Paulraj, A. (2004): Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. In: Journal of Operations Management, 22/2: 119-150

Martin, James (1995). The Great Transition: Using the Seven Disciplines of Enterprise Engineering. New York: AMACOM. ISBN 978-0814403150., particularly the Con Edison example.

Mitchell, J., Coles, C., and Keane, J. (2009) Upgrading along value chains: Strategies for poverty reduction in Latin America London, UK: COPLA Global - Overseas Development Institute.

Oliver, R.K., Webber, M.D., 1982, "Supply-chain management: logistics catches up with strategy", Outlook,

Booz, Allen and Hamilton Inc. Reprinted 1992, in Logistics: The Strategic Issues, ed. M Christopher, Chapman Hall, London, pp. 63-75.

Porter, M. E. (1996). What is strategy? Harvard Business Review, November–December, 61-78. The value chain

Porter, Michael E., *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: The Free Press. 1985.

Porter Michael E., "Changing Patterns of International Competition", *California Management Review*, Vol 28, No.2, 1986.

ภาษาไทย

โกสินทร์ ชำนาญพล, & สุดาใจ โล่ห์วนิชชัย. (2019). การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริม ศักยภาพผู้ประกอบการ. *Ratchaphruek Journal*, 17(2), 130-138.

Kittimetheekul, N. (2020). แนวคิดการพัฒนาจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ. *Journal of the Association of Researchers*, 25(3), 334-349.

สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). ที่ปรึกษาโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน กิจกรรม Village E-Commerce. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เข้าถึงได้จาก <https://www.onde.go.th/>

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

บทความวิจัยประกอบการสอน

อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์, & ณภัทชาปานเจริญ. (2021). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมไทยแลนด์ 4.0 สำหรับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, 15(1), 94-108.