



มคอ.3 รายละเอียดของรายวิชา

Course Specification

0122372 การตลาดภาครัฐ

Marketing in Public Sector

รายวิชานี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต

หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ.2565

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยทักษิณ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัส ชื่อรายวิชา จำนวนหน่วยกิต รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน รายวิชาที่เรียนพร้อมกัน และคำอธิบายรายวิชา

0122372 การตลาดภาครัฐ

3(3-0-6)

Marketing in Public Sector

หลักการ แนวคิด และขอบเขตการศึกษาที่ว่าด้วยการตลาดในฐานะที่เป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจของรัฐ ส่วนผสมทางการตลาด แผนการตลาด ความท้าทายทางการตลาด การตลาดบริการ การตลาดสมัยใหม่ การตลาดกับนวัตกรรม จรรยาบรรณด้านการตลาด

Principles, concepts, and scopes of marketing as a key business activity of the public sector; marketing mix; marketing plans; marketing challenges; service marketing; modern marketing; marketing and innovations; marketing ethics

2. ประเภทของรายวิชา

- ☐ ศึกษาทั่วไป
- ☐ วิชาพื้นฐานเฉพาะด้าน
- ☐ วิชาเอกบังคับ
- ☒ วิชาเอกเลือก
- ☐ วิชาโท
- ☐ วิชาเลือกเสรี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์วรธา มงคลสืบสกุล

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์วรธา มงคลสืบสกุล

4. ปีการศึกษา/ ภาคการศึกษา/ กลุ่มผู้เรียน

ปีการศึกษา 2568/1 กลุ่ม S102

5. สถานที่เรียน

Onsite ณ มหาวิทยาลัยทักษิณ

6. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

1 มิถุนายน 2568

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้/มีความสามารถ/สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

- 1.1 สามารถปรับวิถีชีวิตในความขัดแย้งทางค่านิยม และจัดการปัญหาทางคุณธรรมจริยธรรม โดยใช้ดุลยพินิจทางค่านิยมพื้นฐานและความรู้สึกของผู้อื่น
- 1.2 ตระหนักถึงงานวิจัยด้านการตลาดภาครัฐในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาและการต่อยอดองค์ความรู้ในสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
- 1.3 สามารถศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์หรือสภาพปัญหาที่ซับซ้อน โดยใช้ความรู้ แนวคิด และทฤษฎีทางการตลาดและการตลาดภาครัฐเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขได้อย่างสร้างสรรค์
- 1.4 มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการตลาดภาครัฐได้อย่างเหมาะสมกับพื้นฐานของตนเองและบริบทของกลุ่ม

2. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 2.1 เพื่อพัฒนานิสิตให้มีความรู้เกี่ยวกับการตลาดภาครัฐทั้งในด้านทฤษฎีและการปฏิบัติที่สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน โดยนำความรู้เกี่ยวกับการตลาดภาครัฐไปปรับใช้ในองค์การได้อย่างเหมาะสม
- 2.2 เพื่อพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานด้านวิชาชีพราชการทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น
- 2.3 เพื่อพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ พ.ศ. 2558

หมวดที่ 3 ลักษณะการดำเนินการ

1. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ภาคบรรยาย	ภาคปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง/ภาคเรียน	-	90 ชั่วโมง/ภาคเรียน

คำชี้แจง : ภาคการศึกษาคิดเป็นไม่น้อยกว่า 15 สัปดาห์

2. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์และช่องทางที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาแจ้งให้นิสิตทราบเกี่ยวกับสถานที่ติดต่อและชั่วโมงการให้คำปรึกษา (office hours) โดยจะให้คำปรึกษานิสิตเป็นรายบุคคลนอกชั้นเรียนอย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ระหว่างเวลา 13.00- 16.00 น. ของทุกวันพุธ ณ ศูนย์ให้คำปรึกษา counselling (center) สาขารัฐประศาสนศาสตร์ ห้อง 13531 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา หรือช่องทางออนไลน์ โดยตรงกับอาจารย์ผู้สอน

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
1	แนะนำรายวิชาและเค้าโครงของการศึกษา และข้อตกลงในชั้นเรียน	3	-	กิจกรรมการเรียนรู้ 1. แจ้ง มคอ.3 แผนการ สอน และอธิบายแนว ทางการเรียนการสอน 2. การบรรยายโดยให้ นิสิตร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการ เรียนรู้สื่อและอุปกรณ์ 1. มคอ. 3 2. โปรแกรมนำเสนอ	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
2-3	- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับหลักการตลาด - การแบ่งส่วนการตลาด - กิจกรรมและหน้าที่ทางการตลาด	6	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น	อ.วรธา มงคลสืบสกุล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	
4-5	- ส่วนประสมทางการตลาด - แผนการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด	6	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
6-7	- ความท้าทายทางการตลาด - อิทธิพลและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง - การตลาดบริการ	6	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
8-9	- การตลาดสมัยใหม่ - การตลาดอย่างยั่งยืน	3	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
10	การตลาดกับนวัตกรรมบริการของภาครัฐ	3	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์	อ.วรธา มงคลสืบสกุล

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง		กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้	ผู้สอน
		บรรยาย	ปฏิบัติ		
				1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	
11-12	จรรยาบรรณด้านการตลาด	3	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	- อ.วรธา มงคลสืบสกุล - วิทยากรจาก หน่วยงาน ภายนอก
13-14	กิจกรรมเรียนรู้แลกเปลี่ยนร่วมกัน	3	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
15-16	นำเสนอผลงานนิสิต กิจกรรมเรียนรู้แลกเปลี่ยนร่วมกัน	6	-	กิจกรรมการเรียนรู้ การบรรยายโดยให้นิสิต ร่วมอภิปรายประเด็น สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้ สื่อและอุปกรณ์ 1. โปรแกรมนำเสนอ 2. เอกสารการสอน	อ.วรธา มงคลสืบสกุล
17	สอบปลายภาค				
18					
รวม		45	0		

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

3. แผนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน/ลักษณะการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	1.1, 4.1	กิจกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	1-16	10
2	1.1, 4.3	รายงาน/ผลงานของรายวิชา	1-16	30
3	1.2, 2.2	ทดสอบย่อยเก็บคะแนน	5-16	20
4	1.2, 2.2	สอบปลายภาค	18	40
รวม				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

-

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

จิรประภา อัครบวร, ประยูร. (2552). อัครบวรการตลาดสำหรับภาครัฐ (Marketing in public sector).

กรุงเทพฯ : กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ

วิหวัธ รุ่งเรืองผล. (2563). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งมูฟ.