

ตารางวิเคราะห์ความสอดคล้องรายวิชา

ระหว่างมาตรฐานการเรียนรู้/ผลการเรียนรู้/จุดประสงค์การเรียนรู้

รายวิชา การตลาดเบื้องต้น 1 รหัสวิชา ง 31203 เวลา 40 ชั่วโมง

กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568

มาตรฐานการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้	จุดประสงค์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้
ง 1.1 เข้าใจการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะกระบวนการทำงาน ทักษะ การจัดการ ทักษะกระบวนการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะ การแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม และลักษณะนิสัยในการทำงาน มีจิตสำนึก ในการใช้พลังงาน ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อดำรงชีวิตและครอบครัว	1.แสดงความรู้พื้นฐานการตลาด 5.แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานการตลาด	K : 1.รู้ความหมายของการตลาด 2.เข้าใจเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางการตลาด 3.เข้าใจลักษณะการตลาดในแต่ละยุค 4.เข้าใจความสำคัญของการตลาด 5.รู้ข้อเสียของการตลาด 6.รู้และเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณนักการตลาด	1.ความหมายของการตลาด (Marketing) 2.ความสำคัญของการตลาด 3.วัตถุประสงค์ของการตลาด 4.วิวัฒนาการทางการตลาด 5.ลักษณะการตลาดในแต่ละยุค 6.การตลาดภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

มาตรฐานการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้	จุดประสงค์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้
ง 1.1 เข้าใจการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะกระบวนการทำงาน ทักษะ การจัดการ ทักษะกระบวนการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะ การแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม และลักษณะนิสัยในการทำงาน มีจิตสำนึก ในการใช้พลังงาน ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อการดำรงชีวิตและครอบครัว	1.แสดงความรู้พื้นฐานการตลาด 5.แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานการตลาด	1.รู้ความหมายของแนวความคิดทางการตลาด 2.เข้าใจลักษณะของแนวความคิดทางการตลาดแบบต่าง ๆ 3.เข้าใจความแตกต่างระหว่างแนวความคิดทางการตลาดสมัยเก่ากับสมัยใหม่ 4.เข้าใจประโยชน์ของการศึกษาทางการตลาดในลักษณะ	1.แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) 2.แนวทางการศึกษาทางการตลาด (Marketing Approach)

มาตรฐานการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้	จุดประสงค์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้
ง 1.1 เข้าใจการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะกระบวนการทำงาน ทักษะ การจัดการ ทักษะกระบวนการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะ การแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม และลักษณะนิสัยในการทำงาน มีจิตสำนึก ในการใช้พลังงาน ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อการดำรงชีวิตและครอบครัว	2.แสดงความรู้เกี่ยวกับหน้าที่และ กิจกรรมทางการตลาด 5.แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานการตลาด	1. รู้ความหมายของการตลาด 2. มีความเข้าใจเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางการตลาด 3. มีความเข้าใจลักษณะการตลาดในแต่ละยุค 4. มีความเข้าใจความสำคัญของการตลาด 5. รู้ข้อเสียของการตลาด 6. รู้และเข้าใจเกี่ยวกับจรรยาบรรณ นักการตลาด	1. ความหมายของหน้าที่และกิจกรรมการตลาด 2. การจำแนกหน้าที่การตลาด

มาตรฐานการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้	จุดประสงค์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้
ง 1.1 เข้าใจการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะกระบวนการทำงาน ทักษะการจัดการ ทักษะกระบวนการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะ การแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม และลักษณะนิสัยในการทำงาน มีจิตสำนึก ในการใช้พลังงาน ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อดำรงชีวิตและครอบครัว	3.วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคตามสถานการณ์ 5.แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานการตลาด	1. รู้ความหมายของสภาพแวดล้อมทางการตลาด 2.เข้าใจองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด 3.ความหมายของระบบการตลาด 4.เข้าใจกลไกการทำงานของระบบการตลาด 5.รู้และเข้าใจหลักการในการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด 6.มีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดเพื่อค้นหาโอกาส ทางการตลาดตามแนวทางของ SWOT 7.เข้าใจหลักการทำงานเป็นทีม	1.ความหมายของสภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment) 2.ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการตลาด 3.องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางการตลาด 4.ระบบการตลาด (Marketing System) 5.บทสรุป

มาตรฐานการเรียนรู้	ผลการเรียนรู้	จุดประสงค์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้
ง 1.1 เข้าใจการทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะกระบวนการทำงาน ทักษะการจัดการ ทักษะกระบวนการแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกัน และทักษะ การแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม และลักษณะนิสัยในการทำงาน มีจิตสำนึก ในการใช้พลังงาน ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อดำรงชีวิตและครอบครัว	4. กำหนดส่วนประสมทางการตลาด 5.แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการดำเนินงานการตลาด	1.รู้ความหมายของตลาด 2.เข้าใจลักษณะของตลาดแต่ละประเภท 3.รู้ความหมายของการแบ่งส่วนตลาด 4.เข้าใจความสำคัญของการแบ่งส่วนตลาด 5.รู้เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด 6.เข้าใจขั้นตอนของการแบ่งส่วนตลาด 7.เข้าใจกลยุทธ์การกำหนดตลาดเป้าหมาย 8.มีทักษะในการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ ต่าง ๆ 9.รู้และเข้าใจความหมาย และความสำคัญของการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ 10.รู้และเข้าใจเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาด	1. ความหมายของตลาด (Market) 2. ประเภทของตลาด 3. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) 4. ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) 5. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting) 6. การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) 7. บทสรุป