

บันทึกโครงสร้างรายวิชา เพิ่มเติม

รหัสวิชา ง 31203 ชื่อวิชา การตลาดเบื้องต้น 1 กลุ่มสาระการเรียนรู้ การงานอาชีพ
 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 เวลา 40 ชม. จำนวน 1.0 หน่วยกิต

ลำดับ ที่	ชื่อ หน่วยฯ	มาตรฐาน / ตัวชี้วัด	สาระการเรียนรู้/เนื้อหา สาระ	เวลา คาบ/ ชม.	น้ำหนัก (คะแนน)	สื่อฯ
1	ลักษณะทั่วไป ของการตลาด (The Nature of Marketing)	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 1,5	1. ความหมายของการตลาด 2.วิวัฒนาการทางการตลาด 3.ลักษณะการตลาดในแต่ละ ยุค 4.ความสำคัญของการตลาด 5.ข้อเสียของการตลาด 6.จรรยาบรรณนักการตลาด	8	5	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
2	แนวความคิด ทางการตลาด และแนวทาง การศึกษา งานการตลาด (Marketing Concept and Marketing Approach)	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 1,5	1. ความหมายของ แนวความคิดทางการตลาด 2. ลักษณะของแนวความคิด ทางการตลาด 3. ความแตกต่างระหว่าง แนวความคิดทางการตลาด สมัยเก่ากับการตลาดสมัยใหม่ 4. แนวทางการศึกษางาน การตลาด	6	5	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
3	หน้าที่และ กิจกรรม การตลาด (Marketing Function and Marketing	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 2,5	1. ความหมายของหน้าที่ และกิจกรรมการตลาด 2. ก า ร จ า แ น ก ห ้ น ้า ที่ การตลาด	6	10	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด

	Activities)					
	สอบกลางภาค			1	20	
4	การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทาง การตลาด และระบบ ตลาด (Marketing Environme nt Analysis and Marketing System)	มาตรฐานการ เรียนรู้ 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 3,5	1. ความหมายของ สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment) 2. ความสำคัญของ สภาพแวดล้อมทางการตลาด 2.1 สามารถนำมา วิเคราะห์ถึงโอกาส อุปสรรค 2.2 สามารถนำข้อมูลมา ใช้ประกอบในการตัดสินใจ 2.3 สามารถปรับเปลี่ยน สภาพแวดล้อมภายใน หรือ ทรัพยากรทั้งหมด 2.4 สามารถรับรู้ความ เคลื่อนไหวของสถานการณ์ใน ด้านต่าง ๆ ได้ทันเวลา 3. องค์ประกอบของ สภาพแวดล้อมทางการตลาด 3.1 ปัจจัยภายนอกหรือ ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ (External or Uncontrollable Factors) 3.2 ปัจจัยภายในหรือ ปัจจัยที่ควบคุมได้ (Internal or Controllable Factors) 4. การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมทางการตลาด (Marketing Environment Analysis) 5. ระบบการตลาด	10	20	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด

			(Marketing System) 5.1 ความหมายของ ระบบการตลาด 5.2 กลไกการทำงานของ ระบบการตลาด 6. บทสรุป			
5	การกำหนด ตลาด เป้าหมาย (Market Targeting)	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 4,5	1. ความหมายของตลาด 2. การจำแนกประเภทของ ตลาด 3. ความหมายและ ความสำคัญของ การแบ่งส่วนตลาด 4. เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการ แบ่งส่วนตลาด 5. ขั้นตอนในการแบ่งส่วน ตลาด 6. การกำหนดตลาด เป้าหมาย 7. การกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ 8. ส่วนแบ่งตลาด	8	20	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
	สอบปลายภาค			1	20	
	รวมตลอดภาคเรียน			40	100	