

บันทึกโครงสร้างรายวิชา เพิ่มเติม

รหัสวิชา ง 31206 ชื่อวิชา การตลาดเบื้องต้น 2 กลุ่มสาระการเรียนรู้ การงานอาชีพ

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 เวลา 40 ชม. จำนวน 1.0 หน่วยกิต

ลำดับที่	ชื่อหน่วยฯ	มาตรฐาน / ตัวชี้วัด	สาระการเรียนรู้/เนื้อหาสาระ	เวลาคาบ/ชม.	น้ำหนัก (คะแนน)	สื่อฯ
1	พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)	มาตรฐานการเรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 1,7	1. ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ 2. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 3. แนวทางการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค 4. พฤติกรรมการซื้อของตลาดธุรกิจ 5. ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	8	10	-หนังสือเรียน -หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
2	ผลิตภัณฑ์ (Product)	มาตรฐานการเรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 2,7	1. ความหมายของผลิตภัณฑ์ 2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 3. ประเภทของผลิตภัณฑ์ 4. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ 5. ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ 6. วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ 7. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 8. ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	6	10	-หนังสือเรียน -หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด

3	ราคาและการกำหนดราคา (Price and Pricing)	มาตรฐานการเรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 3,7	1. ความหมายของราคา 2. ความหมายของการกำหนดราคา 3. วัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา 4. นโยบายการกำหนดราคา 5. วิธีการกำหนดราคา 6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดราคา 7. กลยุทธ์การกำหนดราคา 8. ขั้นตอนในการกำหนดราคา	6	10	-หนังสือเรียน -หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
	สอบกลางภาค			1	20	
4	การจัดจำหน่าย (Channel of Distribution : Place)	มาตรฐานการเรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 4,7	1. ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย 2. ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย 3. ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย 5. ความหมายของคนกลาง 6. หน้าที่และความสำคัญของคนกลาง 7. ประเภทของคนกลาง 8. การเลือกจำนวนคนกลาง 9. การกระจายสินค้า	6	10	-หนังสือเรียน -หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด

5	การส่งเสริม การตลาด (Marketing Promotion)	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 5,7	1. ความหมายของการ ส่งเสริมการตลาด 2. กระบวนการส่งเสริม การตลาด 3. วัตถุประสงค์ของการ ส่งเสริมการตลาด 4. ส่วน ประสม ของ การ ส่งเสริมการตลาด	6	10	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
6	เทคโนโลยีทาง การตลาด (Technology of Marketing)	มาตรฐานการ เรียนรู้ ง 1.1 ผลการเรียนรู้ ข้อที่ 6,7	1. ความหมายของเทคโนโลยี ทางการตลาด 2. ความสำคัญของเทคโนโลยี 3.ประโยชน์ของเทคโนโลยี 4.โทษของเทคโนโลยี 5. ลักษณะของเทคโนโลยีที่ นำมาใช้ด้านการตลาด 5.1 การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic – Commerce) 5.2 การใช้ระบบ POS (Point of Sale) 5.3 การใช้ระบบ EDI (Electronic Data Interchange) 5.4 การใช้ระบบ บาร์โค้ด (Barcode)	6	10	-หนังสือเรียน หลักการตลาด -สื่อออนไลน์ -Powerpoint -แบบฝึกหัด
	สอบปลายภาค			1	20	
	รวมตลอดภาคเรียน			40	100	