



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
สาขาวิชาการออกแบบ กลุ่มวิชานิติศาสตร์

## แผนการสอนรายวิชา (Lesson Plan)

1. หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
2. สาขาวิชา นิเทศศิลป์, ภาพยนตร์และวีดิโอ
3. ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2555
4. รหัสวิชา 02046003 จำนวนหน่วยกิต 3(3-0)
5. ชื่อวิชา (ภาษาไทย) การสื่อสารการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS
6. อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ทรงศิริ พันธุ์เสรี
7. คำอธิบายรายวิชาตามหลักสูตร ( Course Description)

ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทางการตลาด การศึกษากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ การส่งเสริมการขาย และการวิจัยการตลาด รวมถึงการออกแบบเปรียบเทียบลักษณะและประสิทธิภาพของความหลากหลายในการเลือกสื่อเพื่อส่งเสริมการตลาด

### 8. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานด้านกระบวนการทางการตลาด การศึกษากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ การส่งเสริมการขาย และการวิจัยการตลาด
2. การประยุกต์ใช้ทฤษฎี ขั้นตอน และกระบวนการของการสื่อสารการตลาด รวมถึงการออกแบบเปรียบเทียบลักษณะและประสิทธิภาพของความหลากหลายในการเลือกสื่อเพื่อส่งเสริมการตลาด

### 9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้เรียนได้รับความรู้และสามารถเข้าใจเรื่องพื้นฐานด้านกระบวนการทางการตลาด การศึกษากลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ การส่งเสริมการขาย และการวิจัยการตลาด อันเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานและประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ทั้งด้านนิเทศศิลป์ ถ่ายภาพ และภาพยนตร์
2. ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการเรียนใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ขั้นตอนและกระบวนการของการสื่อสารการตลาด รวมถึงสามารถวางแผนและผลิตผลงานสร้างสรรค์ด้านการสื่อสารการตลาดได้อย่างมีคุณภาพ

### 10. วิธีการสอน

1. การสอนโดยวิธีการบรรยาย พร้อมเอกสาร-ตำราประกอบการสอน พร้อมตัวอย่างผลงานด้านการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆ
2. การมอบหมายงานให้ผู้เรียนทำการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด (ตามหัวข้อหรือประเด็นที่เกี่ยวข้องในการเรียนแต่ละบทเรียน) รวมถึงการสร้างสรรค์ผลงานโฆษณาตามโจทย์ที่กำหนดให้

### 11. แผนการสอน (ระบุนายสัปดาห์)

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	อาจารย์ผู้สอน	อุปกรณ์การสอน	ห้องเรียน
1.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อธิบายรายวิชา</li> <li>- marketing คืออะไร / มีความสำคัญอย่างไร</li> <li>- อธิบาย Production – Product – Selling Concept ต่างจาก Marketing Concept อย่างไร</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
2.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้นำตลาด (Market Leader)</li> <li>- คู่แข่ง (Market Challenger)</li> <li>- ผู้ตาม (Market Follower)</li> <li>- และ Nitch Market</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
3.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 7 Ps</li> <li>- การแบ่ง Segmentation ของลูกค้า</li> <li>- Positioning สินค้าและคู่แข่ง</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
4.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boston Matrix Portfolio Analysis (การวิเคราะห์สินค้า ผลิตภัณฑ์ภายในบริษัท จากยอดขายว่าสินค้าตัวไหนควรจะใช้กลยุทธ์อย่างไร)</li> <li>- Product Life Cycle (การวิเคราะห์สินค้า 4 ช่วง ได้แก่ 1.แนะนำ 2.เติบโต 3.อิ่มตัว และ 4.เสื่อม โดยแต่ละช่วงมีกลยุทธ์อย่างไร)</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
5.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Service Marketing คืออะไร มีคุณสมบัติอย่างไร และแตกต่างจาก Product Marketing อย่างไร</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
6.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ธุรกิจ Porter's generic</li> <li>- Strategies Positioning Map (การวางตำแหน่งของบริษัทและคู่แข่ง)</li> <li>- Ansoff Matrix (กลยุทธ์เพื่อการขยายตัว เติบโต)</li> <li>- Wheel of Retailing (การอธิบายสภาวะแต่ละช่วงของบริษัทค้าปลีก)</li> <li>- Retail of Cycle (กลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์ว่าร้านค้า-บริษัท อยู่ในช่วงใด)</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
7.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Internet Marketing</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
8.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กระบวนการและขั้นตอนในการสื่อสารการตลาด</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
9.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดและการส่งเสริมการขาย</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
10.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
11.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประเภทและคุณสมบัติของสื่อที่ใช้ในการสร้างความสำเร็จของการสื่อสารการตลาด</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	
12.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การออกแบบเปรียบเทียบลักษณะและประสิทธิภาพของความหลากหลายในการพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>	อ.ทรงศิริ	สไลด์ทัศนูปกรณ์	

13.	- การวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้การสื่อสารการตลาด เพื่อความสำเร็จในด้านต่างๆ - มอบหมายงานให้นักศึกษา (กลุ่มละประมาณ 5-7 คน) ทำการศึกษาเพิ่มเติมและจัดทำรายงานพร้อมเตรียมการ นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน	อ.ทรงศิริ	โสตทัศนูปกรณ์	
14.	- นักศึกษานำเสนอผลงานกลุ่ม (โครงการที่ได้รับ มอบหมายจากผู้สอน) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด (ครั้งที่ 1)	อ.ทรงศิริ	โสตทัศนูปกรณ์	
15.	- นักศึกษานำเสนอผลงานกลุ่ม (โครงการที่ได้รับ มอบหมายจากผู้สอน) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด (ครั้งที่ 2)	อ.ทรงศิริ	โสตทัศนูปกรณ์	
16.	- ทบทวนและสรุปเนื้อหาที่เกี่ยวข้องของการสื่อสาร การตลาดที่เรียนมาทั้งหมด	อ.ทรงศิริ	โสตทัศนูปกรณ์	

## 12. วิธีการประเมินผลการเรียน

1. การทดสอบเก็บคะแนนเป็นระยะเพื่อทดสอบความเข้าใจของผู้เรียน
2. การทดสอบปลายภาค (Final Exam)
3. การทำรายงาน พร้อมการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียนหรือแบบฝึกหัดตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้สอน

## 13. เอกสารประกอบการเรียนและเอกสารอ้างอิง

1. เอกสารประกอบการสอน / ตำราเรียนวิชาการสื่อสารการตลาด โดย ผศ.กิตติชัย เกษมศานต์ / อาจารย์ทรงศิริ พันธุเสวี (ผู้สอนประจำวิชา)
2. เอกสารหรือสื่ออื่นๆที่เกี่ยวข้องกับสาระหรือตัวอย่างของงานโฆษณาหรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

.....