

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 6
	ชื่อหน่วยผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์	สอนครั้งที่ 37-44 ชั่วโมงรวม 8 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 8 ชม.

1. สาระสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ หรือ Product เป็นองค์ประกอบแรกของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix or 4Ps) นักการตลาดจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารและจัดการทางการตลาดให้ประสบความสำเร็จต่อไป

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 ความหมายและประเภทของผลิตภัณฑ์
- 2.2 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 2.3 การบรรจุหีบห่อ

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

- 3.1 สามารถอธิบายความหมายและประเภทของผลิตภัณฑ์ได้
- 3.2 สามารถอธิบายวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ได้
- 3.3 สามารถอธิบายการบรรจุหีบห่อได้

1. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง "สิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ" ดังนั้นจากความหมายนี้ "ผลิตภัณฑ์" จึงมีความหมายที่กว้างครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคได้ โดยครอบคลุมถึง

- **สินค้า (Goods)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนจับต้องได้ เช่น รองเท้า อาหาร ยา วัคซีน โทรศัพท์
- **บริการ (Service)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ เช่น การตัดผม การชมนอนเสิร์ด
- **บุคคล (Person)** เช่น นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง นักการเมือง
- **สถานที่ (Place)** เป็นสถานที่ที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคในแง่ใดแง่หนึ่งได้ เช่น เพื่อการพักผ่อน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เช่น พระราชวัง อุทยานประวัติศาสตร์ เกาะภูเก็ต เขาใหญ่ ถนนข้าวสาร เป็นต้น

- แนวความคิด (Idea) เป็นแนวความคิดที่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ของผู้บริโภค (ประชาชน) เช่น นโยบายพรรคการเมือง การรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ การรณรงค์ความประหยัด

5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน

- ครูอ่านคำศัพท์ หน่วยที่ 5 ให้นักศึกษาฟัง 1 รอบ แล้วให้นักศึกษาอ่านพร้อมกันอีก 1 รอบ
- ศึกษากลุ่มที่ 5 ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ครูผู้สอนอธิบายสมรรถนะประจำหน่วยที่ 6 เริ่มเข้าสู่บทเรียน

5.2 การเรียนรู้

- ครูผู้สอนให้ผู้เรียน เปิดหนังสือตามขณะที่เพื่อนรายงาน
- ครู ฟัง และสังเกตการเรียนรู้ของนักศึกษา ภายในห้องขณะฟังรายงาน
- ครูตั้งงานให้นักศึกษากลุ่มต่อไปเตรียมตัว และทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 6 และเขียนคำศัพท์ หน่วยที่ 6 ได้สมุด

5.3 การสรุป

- ครูผู้สอนสรุปเนื้อหาสาระของหน่วยที่ 6 เมื่อผู้เรียนนำเสนอเสร็จสิ้น
- ครูผู้สอนมอบหมายงานในชั่วโมงต่อไป ให้ผู้เรียนกลุ่มต่อไปเตรียมรายงาน
- ครูผู้สอนมอบหมายการทำคำศัพท์ท้ายหน่วยที่ 6 และทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยที่ 6 ได้สมุดและเขียนให้ผู้เรียนทุกคน

5.4 การวัดและประเมินผล

- ครูผู้สอนตรวจคำศัพท์
- ครูผู้สอนตรวจแบบฝึกหัด
- ครูผู้สอนให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ผลงาน
10	เตรียมตัวดี, มีอุปกรณ์ครบ, รายงานได้เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน
9	เตรียมตัวดี, ขาดอุปกรณ์ครบ, รายงานได้เนื้อหาละเอียด ครบถ้วน
8	เตรียมตัวไม่ค่อยพร้อม, มีอุปกรณ์ครบ, รายงานเนื้อหาไม่ครบถ้วน

6. สื่อการเรียนรู้/แหล่งการเรียนรู้

6.1 สื่อสิ่งพิมพ์

- 6.1.1 หนังสือหลักการตลาด 30200-1002 ของนางวันรัก วงศ์แก้ว
- 6.1.2 ใบความรู้และใบงาน
- 6.1.3 แบบประเมินหลังหน่วยการเรียนรู้ที่ 6

6.2 สื่อโสตทัศน (ถ้ามี)

6.2.1 กระดานไวท์บอร์ด ปากกาไวท์บอร์ด

6.2.2 เครื่องขยายเสียง

6.2.3 เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์

6.2.4 เครื่อง LCD Projector

7.เอกสารประกอบการจัดการเรียนรู้ (ใบความรู้ ใบงาน ใบมอบหมายงาน ฯลฯ)

7.1 ใบความรู้หน่วยที่6

8.การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิคการนำเสนอข้อมูล