

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 9
	ชื่อหน่วย การส่งเสริมการตลาด	สอนครั้งที่ 61-64 ชั่วโมงรวม 4 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 4 ชม.

1. สารสำคัญ

การส่งเสริมการตลาด(Marketing Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาด ตัวหนึ่งขององค์กรหรือบริษัทกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคาและการจำหน่ายที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) เพื่อผู้มุ่งหวัง (Prospect) ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร (Inform) ชูงใจ (Persuade) และเตือนความทรงจำ (Remind) ของลูกค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีแก่องค์กรหรือบริษัท กิจการร้านค้าทั่วไป หากธุรกิจใดมีการวางแผนทางการส่งเสริมการตลาดโดยมีตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ มีการกำหนดราคาอย่างเหมาะสม โดยมีการวางแผนการจัดจำหน่ายที่ดีและสามารถทำได้อย่างทั่วถึง ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการอาจจะขายได้ในระดับหนึ่ง แต่ถ้าหากต้องการให้การดำเนินการด้านการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลอย่างเห็นผลรวดเร็ว บริษัทก็ควรใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดควบคู่กันไปด้วย

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 ความหมายของการส่งเสริมการตลาด
- 2.2 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด
- 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

- 3.1 สามารถอธิบายความหมายของการส่งเสริมการตลาดได้
- 3.2 สามารถอธิบายส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้
- 3.3 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดได้

4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

การส่งเสริมการตลาด (Marketing Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวหนึ่งของกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคาและการจำหน่าย ที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาด กับผู้มุ่งหวัง ทั้งในตลาดอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร ชูงใจ และเตือนความทรงจำให้เกิดความเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีแก่กิจการ

5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน

- ครูอ่านคำศัพท์ หน่วยที่ 8 ให้นักศึกษาฟัง 1 รอบ แล้วให้นักศึกษาอ่านพร้อมกันอีก 1 รอบ
- นักศึกษากลุ่มที่ 8 ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ครูผู้สอนอธิบายสมรรถนะประจำหน่วยที่ 9 เริ่มเข้าสู่บทเรียน

5.2 การเรียนรู้

- ครูผู้สอนให้ผู้เรียน เปิดหนังสือตามขณะที่เพื่อนรายงาน
- ครู ฟัง และสังเกตการเรียนรู้ของนักศึกษา ภายในห้องขณะฟังรายงาน
- ครูสั่งงานให้นักศึกษากลุ่มต่อไปเตรียมตัว และทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 9 และเขียนคำศัพท์ หน่วยที่ 9 ใต้สมุด

5.3 การสรุป

- ครูผู้สอนสรุปเนื้อหาสาระของหน่วยที่ 9 เมื่อผู้เรียนนำเสนอเสร็จสิ้น
- ครูผู้สอนมอบหมายงานในชั่วโมงต่อไป ให้ผู้เรียนกลุ่มต่อไปเตรียมรายงาน
- ครูผู้สอนมอบหมายการทำคำศัพท์ท้ายหน่วยที่ 9 และทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยที่ 9 ใต้สมุดและเขียนให้ผู้เรียนทุกคน

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 9

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 ใบความรู้หน่วยที่ 9

8.การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิคการนำเสนอข้อมูล