

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 10
	ชื่อหน่วยเทคโนโลยีทางการตลาด และจรรยาบรรณ นักการตลาด	สอนครั้งที่ 65-68 ชั่วโมงรวม 4 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 4 ชม.

## 1. สาระสำคัญ

งานขายเป็นงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า การให้บริการทางการขายที่ดีและเหมาะสมแก่ลูกค้าย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจ ใ่วางใจ และภักดีต่อผลิตภัณฑ์ที่เราเป็นตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นการมีจรรยาบรรณในการขายจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่องานขาย ทั้งนี้จรรยาบรรณมีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพการขาย ดังนี้ (บรรจง รัตนเลิศ, 2555 : ออนไลน์)

1. เป็นสิ่งที่ใช้ควบคุมมาตรฐานการประกอบอาชีพงานขาย
2. เป็นสิ่งที่ใช้ควบคุมจริยธรรมของผู้ประกอบอาชีพให้ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต
3. เป็นสิ่งที่ใช้ส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพ
4. เป็นสิ่งที่ใช้ส่งเสริมจริยธรรมของผู้ประกอบอาชีพผู้ผลิต
5. เป็นสิ่งที่ใช้ลดปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ลดปัญหาการหลอกลวง คดโกง

## 2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 เทคโนโลยีทางการตลาด
- 2.2 เทคโนโลยีการขายออนไลน์ในยุค 4.0
- 2.3 ความหมายของจรรยาบรรณ
- 2.4 จรรยาบรรณของนักการตลาด

## 3. จุดประสงค์การเรียนรู้

- 3.1 สามารถอธิบายเทคโนโลยีทางการตลาดได้
- 3.2 สามารถอธิบายเทคโนโลยีการขายออนไลน์ในยุค 4.0 ได้
- 3.3 สามารถอธิบายความหมายของจรรยาบรรณได้
- 3.4 สามารถอธิบายจรรยาบรรณของนักการตลาดได้

## 4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

### การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการงานด้านการตลาด

1. **การปฏิบัติงาน (operations)** เป็นข้อมูลที่แสดงถึงยอดขายและการดำเนินงานด้านการตลาด ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยข้อมูลการปฏิบัติงานจะเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่ช่วยในการตรวจสอบ ควบคุม และวางแผนทางปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในอนาคต

2. **การวิจัยตลาด (marketing research)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด โดยเฉพาะพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ของธุรกิจ โดยนักการตลาดจะทำการวิจัยบนสมมติฐานและการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ปกติข้อมูลในการวิจัยตลาดจะได้อาจมาจากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม การวิจัยตลาดช่วยผู้บริหารในการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาด แต่อาจมีข้อจำกัดของความถูกต้องและความน่าเชื่อถือในการอธิบายพฤติกรรมของ กลุ่มเป้าหมาย

3. **คู่แข่ง (competitor)** คำกล่าวที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะทั้งร้อยครั้ง” แสดงความสำคัญที่ธุรกิจต้องมีความเข้าใจในคู่แข่งทั้งด้านจำนวนและ ศักยภาพ โดยข้อมูลจากการดำเนินงาน ของคู่แข่ง ช่วยให้ธุรกิจสามารถวางแผนการตลาดอย่างเหมาะสม ปกติข้อมูลจากคู่แข่งจะมีลักษณะไม่มีโครงสร้าง ไม่เป็นทางการ และมีแหล่งที่มาไม่ชัดเจน เช่น การทดลองใช้สินค้าหรือบริการ การสัมภาษณ์ลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย การติดตามข้อมูลในตลาด และข้อมูลจากสื่อสารมวลชน เป็นต้น

4. **กลยุทธ์ขององค์กร (corporate strategy)** เป็นข้อมูลสำคัญทางการตลาด เนื่องจากกลยุทธ์จะเป็นเครื่องกำหนดแนวทางปฏิบัติของธุรกิจ และเป็นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร

5. **ข้อมูลภายนอก (external data)** การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลต่อโอกาสหรืออุปสรรคของธุรกิจ โดยทำให้ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของลูกค้าขยาย หรือหดตัว ตลอดจนสร้างคู่แข่งใหม่หรือ เปลี่ยนขั้นตอนและรูปแบบในการดำเนินงาน

### 5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน

- ครูอ่านคำศัพท์ หน่วยที่ 9 ให้นักศึกษาฟัง 1 รอบ แล้วให้นักศึกษาอ่านพร้อมกันอีก 1 รอบ
- ให้นักศึกษากลุ่มที่ 9 ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ครูผู้สอนอธิบายสมรรถนะประจำหน่วยที่ 10 เริ่มเข้าสู่บทเรียน

### 5.2 การเรียนรู้

- ครูผู้สอนให้ผู้เรียน เปิดหนังสือตามขณะที่เพื่อนรายงาน
- ครู ฟัง และสังเกตการเรียนรู้ของนักศึกษา ภายในห้องขณะฟังรายงาน
- ครูสั่งงานให้นักศึกษากลุ่มต่อไปเตรียมตัว และทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 10 และเขียนคำศัพท์ หน่วยที่ 10 ใใส่สมุด

### 5.3 การสรุป

- ครูผู้สอนสรุปเนื้อหาสาระของหน่วยที่ 10 เมื่อผู้เรียนนำเสนอเสร็จสิ้น
- ครูผู้สอนมอบหมายงานในชั่วโมงต่อไป ให้ผู้เรียนกลุ่มต่อไปเตรียมรายงาน
- ครูผู้สอนมอบหมายการทำคำศัพท์ท้ายหน่วยที่ 10 และทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยที่ 10 ใ้สมุดและเขียนให้ผู้เรียนทุกคน

### 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 10

### 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 ใบความรู้หน่วยที่10

## 8.การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิคการนำเสนอข้อมูล