

	แผนการจัดการเรียนรู้มุ่งเน้นสมรรถนะ	หน่วยที่ 3
	ชื่อหน่วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	สอนครั้งที่ 13-16 ชั่วโมงรวม 4 ชม.
		จำนวนชั่วโมง 4 ชม.

1. สาระสำคัญ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ขององค์กรทั่ว ๆ ไปนั้น จะทำการวิเคราะห์ทั้งสภาพภายในและสภาพภายนอกองค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมนี้ จะทำให้ธุรกิจทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานได้

2. สมรรถนะประจำหน่วย

- 2.1 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร
- 2.2 การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร
- 2.3 การวิเคราะห์ SWOT
- 2.4 ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT

3. จุดประสงค์การเรียนรู้

- 3.1 สามารถอธิบายการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในองค์กรได้
- 3.2 สามารถอธิบายการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรได้
- 3.3 สามารถอธิบายการวิเคราะห์ SWOT ได้
- 3.4 สามารถอธิบายตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT ได้

4. เนื้อหาสาระการเรียนรู้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของบริษัท (Company's marketing environment) ประกอบด้วยสองประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ปัจจัยภายในบริษัท (Internal Factors) ประกอบด้วย
 - (1) สิ่งแวดล้อมภายในซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาด (Marketing Mix) และ
 - (2) สิ่งแวดล้อมภายในที่เป็นปัจจัยอื่น ซึ่งปัจจัยภายในที่บริษัทมีเหนือกว่าคู่แข่งนับถือเป็นจุดแข็งของบริษัท (Strength) ในขณะที่ความอ่อนแอหรือความด้อยกว่าของปัจจัยภายใน

ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งหรือค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรม ก็อาจถือเป็นจุดอ่อนของบริษัท (Weakness)

2. ปัจจัยภายนอกบริษัท (External Factors) ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการตลาด ประกอบด้วย
 - (1) สิ่งแวดล้อมจุลภาค
 - (2) สิ่งแวดล้อมมหภาค โดยสิ่งแวดล้อมภายนอกนี้อาจก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดหรือข้อได้เปรียบแก่ธุรกิจ (Opportunity) หรือสร้างข้อจำกัดหรือปัญหาให้แก่ธุรกิจ (Threat) โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดนี้ เรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT Analysis และจะนำไปใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบายและกลยุทธ์การตลาดต่อไป

5.1 การนำเข้าสู่บทเรียน

- ครูอ่านคำศัพท์ หน่วยที่ 2 ให้นักศึกษาฟัง 1 รอบ แล้วให้นักศึกษาอ่านพร้อมกันอีก 1 รอบ
- ศึกษากลุ่มที่ 2 ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน
- ครูผู้สอนอธิบายสมรรถนะประจำหน่วยที่ 3 เริ่มเข้าสู่บทเรียน

5.2 การเรียนรู้

- ครูผู้สอนให้ผู้เรียน เปิดหนังสือตามขณะที่เพื่อนรายงาน
- ครู ฟัง และสังเกตการเรียนรู้ของนักศึกษา ภายในห้องขณะฟังรายงาน
- ครูสั่งงานให้นักศึกษากลุ่มต่อไปเตรียมตัว และทำแบบฝึกหัดหน่วยที่ 3 และเขียนคำศัพท์ หน่วยที่ 3 ใต้สมุด

5.3 การสรุป

- ครูผู้สอนสรุปเนื้อหาสาระของหน่วยที่ 3 เมื่อผู้เรียนนำเสนอเสร็จสิ้น
- ครูผู้สอนมอบหมายงานในชั่วโมงต่อไป ให้ผู้เรียนกลุ่มต่อไปเตรียมรายงาน
- ครูผู้สอนมอบหมายการทำคำศัพท์ท้ายหน่วยที่ 3 และทำแบบฝึกหัดท้ายหน่วยที่ 3 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 3

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 ใบความรู้หน่วยที่3

8.การบูรณาการ/ความสัมพันธ์กับวิชาอื่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค เทคนิคการนำเสนอข้อมูล