

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา	DBS211 การตลาดดิจิทัลและการพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Marketing and Digital Commerce)
2. จำนวนหน่วยกิต	3 หน่วยกิต (3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	ดร.ปาริย์ เหลียงประดิษฐ์
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน	ภาคการศึกษาที่ 1/2568
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	-
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	-
8. สถานที่เรียน	อาคารประสิทธิ์รัตน์ ห่อง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	สิงหาคม 2568

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการพาณิชย์ดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและเครื่องมือสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล แบบจำลองการพาณิชย์ดิจิทัล ประเด็นความปลอดภัยในการพาณิชย์ดิจิทัล ระบบชำระเงินดิจิทัล กลยุทธ์การตลาด การขาย การซื้อและการโฆษณา ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ดิจิทัล กลยุทธ์ธุรกิจสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานเป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญหาในการนำความรู้ ความเข้าใจ ในพาณิชย์ดิจิทัล เพื่อเป็นพื้นฐานการเรียนในวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ควรมีการเปลี่ยนแปลงตัวอย่างอ้างอิงให้สอดคล้องกับแนวโน้มด้านพาณิชย์ดิจิทัลที่ได้มีความก้าวหน้าไปตามยุคสมัย

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล แบบจำลองการตลาดดิจิทัล การสำรวจความต้องการของลูกค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การสื่อสารกับลูกค้า เครื่องมือการตลาดดิจิทัล ขั้นตอนการทำการตลาดดิจิทัล ร้านค้าดิจิทัล และการตลาดดิจิทัลในอนาคต การพาณิชย์ดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและเครื่องมือสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล แบบจำลองการพาณิชย์ดิจิทัล ประเด็นความปลอดภัยในการพาณิชย์ดิจิทัล ระบบชำระเงินดิจิทัล ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ดิจิทัล กลยุทธ์ธุรกิจสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อ ภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของ นักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาที่หน้าห้องพักอาจารย์ และบอร์ดประกาศที่ห้องหลักสูตร
- อาจารย์ให้คำปรึกษาท้ายชั่วโมงเรียน

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม
1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา พัฒนานักศึกษาให้มีความรับผิดชอบตนเอง และสังคมโดยรวม โดยพิจารณาจากงานที่ได้รับมอบหมาย มีระเบียบวินัย ตลอดจนตระหนักถึงการทำศิลปวัฒนธรรมที่ดีงามของคนไทย เช่น การเคารพต่อผู้ที่มีอาวุโสกว่า การกตัญญูต่อเวที มีจรรยาบรรณในวิชาชีพการตลาด โดยมีคุณธรรมจริยธรรมตามคุณสมบัติหลักสูตร ดังนี้ - มีความตระหนักถึงคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต - มีระเบียบวินัย การรักษา และความตรงต่อเวลา - การตระหนักถึงศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของคนไทย - มีภาวะความเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี ตลอดจนสามารถทำงานเป็นทีมได้ - เคารพสิทธิ และยินดียินยอมฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่า และศักดิ์ศรีในความเป็นปัจเจกชน - เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม ในฐานะที่ตนเป็นส่วนหนึ่งในสังคมนั้นๆ - มีจรรยาบรรณในการดำเนินงานทางพาณิชย์ดิจิทัล
1.2 วิธีการสอน - บรรยายเนื้อหา โดยใช้ PowerPoint พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง - การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหัวข้อที่เรียน - กำหนดให้นักศึกษาไปศึกษาค้นคว้าหาตัวอย่างมานำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน
1.3 วิธีการประเมินผล - พฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และการส่งงานที่ตรงต่อเวลา - ประเมินผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม - ประเมินผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค
2. ความรู้
2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ความสำคัญของการพาณิชย์ดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและเครื่องมือสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล แบบจำลองการพาณิชย์ดิจิทัล ประเด็นความปลอดภัยในการพาณิชย์ดิจิทัล ระบบชำระเงินดิจิทัล กลยุทธ์การตลาด การขาย การซื้อและการโฆษณา ประเด็นทางกฎหมายและจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ดิจิทัล กลยุทธ์ธุรกิจสำหรับการพาณิชย์ดิจิทัล

2.2 วิธีการสอน บรรยาย อภิปราย การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าอ้างอิงต่างๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การศึกษาโดยใช้ปัญหา Problem Based Learning และ Student Center โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
2.3 วิธีการประเมินผล - พฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และการส่งงานที่ตรงต่อเวลา - ประเมินผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม - ประเมินผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค
3. ทักษะทางปัญญา
3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา พัฒนาความสามารถในการคิดอย่างมีการคิดอย่างเป็นระบบ มีการวิเคราะห์กรณีศึกษา และงานที่มอบหมายให้ค้นคว้าต่างๆ เพื่อผู้เรียนจะได้นำความรู้ที่ได้มาพัฒนาและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม
3.2 วิธีการสอน บรรยาย อภิปราย การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าอ้างอิงต่างๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การศึกษาโดยใช้ปัญหา Problem Based Learning และ Student Center โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
3.3 วิธีการประเมินผล - พฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และการส่งงานที่ตรงต่อเวลา - ประเมินผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม - ประเมินผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค
4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ
4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา - พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกัน โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน - พัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีม - พัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดี - พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย และกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน บรรยาย อภิปราย การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าอ้างอิงต่างๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การศึกษาโดยใช้ปัญหา Problem Based Learning และ Student Center โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นอกจากนั้นยังมีการเน้นให้นักศึกษาได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นการขยายมุมมองของนักศึกษา ตลอดจนยังพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอีกด้วย
4.3 วิธีการประเมินผล - พฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และการส่งงานที่ตรงต่อเวลา - ประเมินผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม - ประเมินผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค
5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา - พัฒนาทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกัน โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียน - พัฒนาทักษะในการสื่อสารทั้งการพูด การฟัง การแปล การเขียน โดยการทราขางงาน และนำเสนอในชั้นเรียน - พัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา - พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต - ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสาร เช่น การส่งงานทางอีเมล เป็นต้น - ทักษะในการนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม
5.2 วิธีการสอน บรรยาย อภิปราย การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าอ้างอิงต่างๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การศึกษาโดยใช้ปัญหา Problem Based Learning และ Student Center โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ นอกจากนั้น ยังมีการศึกษาประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม และการจัดการกลยุทธ์ในธุรกิจดิจิทัล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกรณีศึกษา หรือประเด็นการจัดการในปัจจุบันภายในชั้นเรียน เพื่อเป็นการฝึกทักษะในการสื่อสารของนักศึกษา และเป็นการเสริมสร้างการกล้าแสดงออกของนักศึกษา ตลอดจนการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นหาข้อมูลต่างๆ ทางสารสนเทศ
5.3 วิธีการประเมินผล - พฤติกรรมการเข้าเรียน และการส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้ และการส่งงานที่ตรงต่อเวลา - ประเมินผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา - ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม - ประเมินผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	แนะนำรายวิชา แนะนำ Tools ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน เช่น ให้เข้า Google Classroom, Line Open Chat -แบ่งกลุ่ม -อธิบาย Assignment -อธิบายกฎ กติกา เพื่อใช้ร่วมกันตลอด 1 ภาค การศึกษา	3	Google Classroom Line Open Chat	ดร. ปาจริย์ เหลียง ประดิษฐ์
2	บทที่ 1 : บทนำสู่การตลาดดิจิทัลและการพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Marketing and Digital Commerce Introduction)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
3	บทที่ 2 : กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Strategy)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทดสอบย่อย	
4	บทที่ 3 : แบบจำลองการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Models)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
5	บทที่ 4 : การสำรวจและการวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Demand Survey & Customer Behavior Analysis)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
6	บทที่ 5 : การจัดการฐานข้อมูลและการสื่อสารกับลูกค้า (Customer Database Management & Communication with Customers)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทดสอบย่อย	
7	สอบกลางภาค	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
8	บทที่ 6 : เครื่องมือการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Tools)	3		
9	บทที่ 7 : ขั้นตอนการทำการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Process)	3	บรรยาย ยกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทดสอบย่อย	

ครั้งที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
10	Assignment-WorkShop	3	บรรยาย ชกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
11	บทที่ 8 : ร้านค้าดิจิทัล และการตลาด ดิจิทัลในอนาคต (Digital Storefronts & The Future of Digital Marketing)	3	บรรยาย ชกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
12	บทที่ 9 : การพาณิชย์ดิจิทัล (Digital Commerce)	3	บรรยาย ชกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน ทดสอบย่อย	
13	บทที่ 10 : โครงสร้างพื้นฐานทาง เทคโนโลยีและความท้าทายในการ พาณิชย์ดิจิทัล(Technological Infrastructure & Challenges in Digital Commerce)	3	บรรยาย ชกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
14	บทที่ 11 : กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อการ พาณิชย์ดิจิทัล & สรุป (Business Strategies for Digital Commerce & Course Summary)	3	บรรยาย ชกตัวอย่างประกอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน	
15	สอบปลายภาค	3	นำเสนองานกลุ่ม	

2. แผนการประเมินผลการ เรียนรู้				
กิจกรรม ที่	ผลการ เรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
1	1.1, 2.1, 3.2	สอบกลางภาค	8	40
		สอบปลายภาค	16	40
2	5.3, 5.6, 5.7	วิเคราะห์กรณีศึกษา ค้นหาหาข้อมูล เพิ่มเติม การเสนอรายงานเดี่ยว, กลุ่ม	ตลอดภาคการศึกษา	10
3	1.3-1.5, 4.1-4.3	การเข้าชั้นเรียน ทดสอบย่อย การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความ คิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก - เอกสารประกอบการสอน โดย ดร.ปาริย์ เหลียงประดิษฐ์
2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ - ข่าว และ Clip VDO กรณีศึกษาที่ตรงกับหัวข้อนั้นๆ
3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ -

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวความคิด และความคิดเห็นจากนักศึกษา ดังนี้ 1. การสนทนากลุ่มระหว่างผู้เรียน และผู้สอน 2. การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน 3. จากแบบประเมินการสอนที่ได้เก็บจากนักศึกษา
2. กลยุทธ์การประเมินการสอน ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีการใช้กลยุทธ์ ดังนี้ 1. ผลจากการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค 2. ประเมินผลจากการทำวิเคราะห์กรณีศึกษาตามที่ได้รับมอบหมาย 3. สังเกตจากพฤติกรรมในการเรียนของนักศึกษา
3. การปรับปรุงการสอน หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมในการเรียนการสอน และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอน ดังนี้ 1. สัมมนาการจัดการเรียนการสอน 2. ปรับปรุงวิธีการสอน เพื่อให้สอดคล้องกับนักศึกษามากขึ้น 3. การวิจัยในและนอกชั้นเรียน
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา จะมีการวัดผลสัมฤทธิ์ในแต่ละหัวข้อตามเนื้อหาวิชาที่ได้กำหนดไว้ จากการสังเกตพฤติกรรมในการเรียนของนักศึกษา การสอบถามความคิดเห็นจากนักศึกษา การตรวจงานของนักศึกษาตามที่ได้รับมอบหมายไป มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา ดังนี้

1. มีการตรวจสอบจากหัวหน้าสาขาธุรกิจดิจิทัลคณะบริหารธุรกิจ
2. มีการตั้งคณะกรรมการในหลักสูตร เพื่อตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมิน และการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการเรียนการสอน และรายละเอียดรายวิชา เพื่อให้เกิดประสิทธิผล และประสิทธิภาพในการเรียนการสอนให้มากขึ้น ดังนี้

1. มีการปรับปรุงหลักสูตร พร้อมทั้งเนื้อหาวิชาทุกๆ 5 ปี ทั้งนี้เพื่อให้รายวิชามีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา
2. นำข้อเสนอแนะ ที่ได้จากข้อ 4 ข้างต้น มาปรับปรุงวิธีการเรียนการสอน
3. ผู้สอนมีการทำวิจัย ทั้งนี้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ที่ตรงกับสถานการณ์มากขึ้น
4. มีการเปลี่ยน หรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้ศึกษามีมุมมองใหม่ในการศึกษา