



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

课程具体描述

วิทยาลัย/คณะ วิทยาลัยนานาชาติจีน

ภาควิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต

学院 中国国际学院

学科 工商管理学士学位

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

课程 工商管理学士课程

专业 工商管理专业

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

第一部分：基本信息

รหัสและชื่อรายวิชา 课程代码和名称		ICM301 การตลาดระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL MARKETING)	3 学分	3-0-6
วิชาบังคับร่วม 后置课		-		
วิชาบังคับก่อน 前置课		-		
ภาคการศึกษา 学期		1/2568		
กลุ่ม 组		90		
ประเภทของวิชา 所属学科与授课形式	☐	วิชาปรับพื้นฐาน 专业基础课		
	☐	วิชาศึกษาทั่วไป 公共基础课程		
	☒	วิชาเฉพาะ 专业课程		
	☐	วิชาเลือกเสรี 自由选修课		
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ 任课老师	อ. Li Peng		อาจารย์ประจำ 专职教师	
อาจารย์ผู้สอน 授课老师	อ. Li Peng	☒	อาจารย์ประจำ 专职教师	☐ อาจารย์พิเศษ 兼职教师
สถานที่สอน 上课地点	11-401	☒	ในที่ตั้ง	☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ 课程最后一次更新时间	1/2568 学期			

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

第二部分：教学目的和课程结构

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา 课程教学目的

- 1) 能够描述国际市场网络营销理论及方法产生的背景，能够说明网络营销学的基本概念和基本过程，能够复述产品、定价，渠道和促销的基本理论、能够鉴别营销管理导向
- 2) 能够对相对市场占有率计算，并设计公司业务组合，能够根据不同的顾客设计不同的顾客关系的策略，能够运用市场调查问卷等方法进行调查，能够对比五大营销观念并有逻辑地分析现实市场营销活动，能够用国际营销学的分析方法分析现实问题
- 3) 通过学习兴趣的激发促进终身学习观念的形成；通过项目式分小组学习培养学习能力；通过国际营销前沿知识的学习开拓应用型大学商务专业学生的视野、培养创新能力；通过传统营销观念和现代营销观念的对比，提升思辨能力、创新能力及跨文化交际的能力

2. คำอธิบายรายวิชา 课程简介

วิชาบังคับก่อน : ICB 202 หลักการตลาด

Prerequisite : ICB 202 Principles of Marketing

กรอบแนวคิดเชิงการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ มูลค่าทางทรัพยากรการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการคลังข้อมูลลูกค้าและการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้า เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับกิจกรรมทางการตลาดรวมทั้งเพื่อบูรณาการในแต่ละขั้นของการตลาดโดยใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนการวางแผนการตลาด ขั้นตอนสำหรับกิจกรรมเชิงออนไลน์ กรอบแนวคิดร้านค้าเสมือนเพื่อการทำการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการรวมทั้งแนวคิดทรัพยากรเชิงการตลาดออนไลน์ในอนาคต

Concept of electronic marketing, value of electronic marketing resources, customer database management and customer communication, electronic tools for marketing activities and demonstrating to integrate electronic tools into each stage, marketing planning stage, stages for online activities, concept of virtual store for marketing products and services including the future of online electronic marketing resources.

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

每周针对学生个人的辅导时间

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

一星期几个小时

■ e-mail : reine_muzilee@163.com

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) : 课程学习成果

(1) 道德

①遵循职业道德，能够在网络营销工作中实践实事求是的原则并做出符合道德规范的决策。

②掌握可持续发展原则，推动企业社会责任的实践。

(2) 知识

①能够描述国际市场网络营销理论及方法产生的背景，能够说明网络营销学的基本概念和基本过程。

② 能够复述产品、定价，渠道和促销的基本理论、能够鉴别营销管理导向。

(3) 技能

①能够对相对市场占有率计算，并设计公司业务组合，能够根据不同的顾客设计不同的顾客关系的策略。

② 能够运用市场调查问卷等方法进行调查，能够对比五大营销观念并有逻辑地分析现实市场营销活动，能够用国际营销学的分析方法分析现实问题。

(4) 个性特质

①通过国际营销前沿知识的学习开拓应用型大学商务专业学生的视野、培养创新能力。

② 通过传统营销观念和现代营销观念的对比，提升思辨能力、创新能力及跨文化交际的能力。

(5) 分析能力、沟通技能与技术使用

①充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，掌握组织和控制市场营销活动的基本程序和方法。

②培养和提高正确分析和解决市场营销管理问题的实践能力，以使能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要。

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
第三部分：学生的综合培养

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม 道德水准要求

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
1.1	ตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต 树立正确的道德观、 价值观和世界观，具 有牺牲与奉献精神。	按时上课、尊重他人劳动成果（独 立完成报告或作业、控制抄袭 度），懂得在截止时间前按要求提 交作业，准时、惜时。	检查每堂课的出勤 率； 检查每次任务是否按 时提交。
1.2	มีระเบียบ วินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม 遵守法律法规、有时 间观念并对自己、他 人及社会有责任心。	按时上课、尊重他人劳动成果（独 立完成报告或作业、控制抄袭 度），懂得在截止时间前按要求提 交作业，准时、惜时。	考核思考讨论分 析，及考核每堂 课的出勤率、作 业及发表时的责 任度。
1.3	เคารพและปฏิบัติตาม กฎระเบียบและข้อบังคับ ต่าง ๆ ภายใต้หลักธรรมาภิ บาลขององค์กรและสังคม 遵循社会规律，自觉 遵守并践行社会规则 与公德。	课堂里通过讨论分析，让学生懂得 尊重他人的权利、名誉与价值观。	根据章节考核课堂 实践讨论活动。综 合计入最终考核 中。

2. ความรู้ 专业学科知识培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
2.1	สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ รวมทั้งประยุกต์ ความรู้ ทักษะ และการใช้ เครื่องมือที่เหมาะสมกับการ แก้ปัญหา	在学科相关理论知识的学习过程 中，通过课题理论学习，要求学生 掌握主要学科相关理论，并可通过 随堂案例分析和讨论、实践练习， 加深理论及相应专业技能获得更深 层的认识。	考核方式为日常作 业、考勤、期末考 试，日常实践主要为 随堂测试、分组谈判 或课后调研，具体视 章节内容而定，考核 结果计入最终考核

	具备分析本课程相关问题的知识与专业技能，并能利用合适的工具将之运用于实践。		中。
2.2	มีความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลง ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม 深谙学术领域的最新知识并将之妥善运用。	将结合案例进行分析，并对分析结果进行展示和陈述。	考核课堂表现，考核课堂分析讨论，期末考试，最后将考核结果综合计入最终考核中。

3. ทักษะทางปัญญา 专业学科思维培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
3.1	สามารถคิดอย่างมี วิจารณญาณ และอย่างเป็น ระบบ 具有全面思考问题并 得出判断的能力。	每个章节将给出相关的思考讨论点 以及相应的实操练习任务。	考核课堂表现， 考核课堂分析讨论，考核期末考试，最后将考核结果综合计入考核中。
3.2	สามารถสืบค้น ดีความ และ ประเมินข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ ในการแก้ไขปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ 具有查找、检审及评 价相关资料的能力， 并能将之灵活运用于 理论建构和社会实践。	课后让学生查找电子网络营销相关的资料，在阅读和思考后做出总结，如撰写营销策略等，在课堂上让学生讨论营销方案并发表他们的意见。	考核课堂实践讨论分析、以及查找资料分析的作业。
3.3	สามารถบูรณาการความรู้ ในสาขาวิชาที่ศึกษากับ ความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่ เกี่ยวข้อง 能将本专业的知识扩	结合所学知识，拟定营销方案和策略，并能够运用到相关的案例分析和调研中去。	通过期末的 x 学期论文或报告进行考核。

	展运用于其它相关专业领域。	
--	---------------	--

4. ทักษะความสัมพันธระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ 责任感及社交能力培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
4.1	สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มา บใช้สังคมในประเด็นและโอกาส ที่เหมาะสม 能够在适当的时机运用 专业所学回馈社会。	课堂里将把现实生活中的实际问题 与电子营销理论相结合讲解讨论分 析。学生将所学知识应用在现实社 会以及将来的工作当中。	通过课后作业及 期末考试。
4.2	มีความรับผิดชอบต่อความคิ ด คำพูด และการกระทำของตนเองแ ละของกลุ่ม 能对自身想法、观点、 行为及团队的决议负 责。	每课堂里都有与所讲内容的相关思 考讨论分析点。学生需小组讨论及 发表自身的观点。	通过考核课堂表 现及发言等。

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 信息技术能力培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
5.1	สามารถแนะนำประเด็นการ แก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศ ทางคณิตศาสตร์หรือการแสดง สถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่ เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ 能根据实际问题运用计 算机及相关数理研究软 件进行数据的整理、分 析并提出合理的解决方 案。	根据章节内容，学生可以利用各 种先进技术，如 AI，对电子营销 的内容进行准备和总结。	通过课后作业进行考 核。
5.2	มีความสามารถใช้เทคโนโลยี สารสนเทศได้อย่างเหมาะสม 具备根据实际情况灵活 运用信息技术的能力。	学生需结合谈判理论和策略，合 理运用 AI 等技术进行谈判的实 践。	考核课堂讨论分 析和模拟谈判表 现，以及课后的 复盘总结。

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

第四部分：教学计划与成绩考核

1. แผนการสอน

教学计划

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或 设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
1-3	第一章 网络营销：创造顾客价值和顾客契合 第一节 什么是网络营销？ 一、网络营销的定义 二、国际市场网络营销的过程 第二节 理解国际市场与顾客需求 一、网络市场与网络消费者的欲望、需要、需求 二、营销供给-产品、服务和体验 第三节 制定顾客导向的国际市场网络营销战略 一、选择服务的顾客 二、选择一个价值主张 三、营销管理导向 第四节 准备一项整合营销计划和项目 第五节 吸引顾客与管理客户关系 一、客户关系管理 二、顾客契合与现代数字和社交媒体 三、消费者生产的营销	1. 介绍课程内容及考核项目、时间的介绍 2. 讲解课堂内容 3. 思考点的讨论分析，学生提出问题讨论问题	9	Aj. Li Peng
4-5	第二章 公司和营销战略：合作建立客户契合、价值与关系 第一节 公司战略规划：定	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论	6	Aj. Li Peng

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或 设计	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
	义营销的作用 一、定义市场导向的使命 二、 设定公司目标 三、 设计业务组合 第二节 规划营销：协作建立客户关系 第三节 营销战略和营销组合 一、顾客驱动的市场策略 二、 设计一体化的营销组合 第四节 管理营销活动 一、营销分析 二、营销计划 三、营销执行	问题		
6	第三章 分析市场营销环境 第一节 公司的微观环境 第二节 公司的宏观环境 一、人口统计学 二、 经济环境 三、自然环境 四、技术环境 五、政治环境 六、文化环境	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	3	Aj. Li Peng
7-8	第四章 管理营销信息获得顾客洞察 第一节 营销信息和客户洞察 第二节 评价营销信息需求 第三节 开发营销信息 一、内部数据库 二、竞争性市场营销情报	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	6	Aj. Li Peng

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或 设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
	第四节 营销调研 一、界定问题和调研目标 二、制定调研计划 三、执行调研计划 四、解释和报告调研结果 第五节 调研问卷的设计			
9-10	第五章 消费者市场和消费者行为 第一节 消费者市场和消费者购买行为 第二节 购买决策行为的类型 第三节 购买决策行为的类型	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	6	Aj. Li Peng
11	第六章 顾客驱动的营销策略：为目标客户创造价值 第一节 市场细分 第二节 目标市场 一、评估细分市场 二、选择目标细分市场 三、社会责任目标营销 第三节 差异化和定位	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	3	Aj. Li Peng
12	第七章 产品、服务和品牌：构建顾客价值 第一节 产品的概念 第二节 产品和服务决策 第三节 服务营销 第四节 品牌战略：建立强势品牌 第五节 开发新产品与管理产品生命周期	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	3	Aj. Li Peng
13	第八章 定价：理解和获取顾客价值 第一节 什么是价格？	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习	3	Aj. Li Peng

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或 设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
	第二节 主要定价策略 一、基于顾客价值定价 二、基于成本定价 三、基于竞争定价 第三节 其他影响定价决策 的内外部因素 第四节 新产品定价战略 第五节 产品组合定价策略 第六节 价格调整策略	4.学生提出问题讨论 问题		
14	第九章 营销渠道：递 送顾客价值 第一节 供应链与价值传递 网络 第二节 渠道行为与组织 第三节 渠道设计决策 第四节 渠道管理决策 第五节 营销物流与供应链 管理 第六节 零售 第七节 批发	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分 析 3. 课堂实践练习 4.学生提出问题讨论 问题	3	Aj. Li Peng
15	第十章 促销策略 第一节 促销组合 第二节 整合营销传播 第三节 传播过程概述 第四节 有效营销传播的步骤 第五节 确定总促销预算及 组合 第六节 广告 第七节 人员销售 第八节 销售促进	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分 析 3. 课堂实践练习 4.学生提出问题讨论 问题	3	Aj. Li Peng
รวม 总计			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้ 教学成果评估计划

ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้ 考核方式	สัปดาห์ที่ประเมิน 考核周次	สัดส่วนของการ ประเมินผล 考核所占比例
1.1 1.2 1.3 3.1 3.2 4.1 4.2	考勤、课堂表现	1-15	20%
2.1 2.2 5.1 5.2	课后任务	1-15	30%
1.1 1.2 2.1 2.2 3.1 3.2 5.1 5.2	期末考试	16	50%
		Total	100 %

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้ 课程学习成果 (CLO) 与学习成果保持一致

CLOs 学习成果类别与第 二部分第 4 项内容 一致（可复制）	1.จริยธรรมทักษะ ความรู้ 道德与知识 技能			2.ความรู้ 知识		3.ทักษะ 技能			4.ลักษณะบุคคล 个性特质		5.ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ 分析 能力、沟通技 能与技术使用	
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	5.1	5.2
CLO 1 (1) 道德 ①遵循职业道德，能够在网络营销工作中实践实事求是的原则并做出符合道德规范的决策。 ②掌握可持续发展原则，推动企业社会责任的实践。	✓	✓	✓									
CLO 2 (2) 知识 ①能够描述国际市场网络营销理论及方法产生的背景，能够说明网络营销学的基本概念和基本过程。 ②能够复述产品、定价，渠道和促销的基本理论、能够鉴别营销管理导向。				✓	✓							

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

第五部分：教学资源和信息

1. ตำราและเอกสารหลัก 使用 教材与其他教学资料

1. 指定教材

《国际市场营销学（第 17 版）》，菲利普 R. 凯特奥拉，玛丽 C. 吉利著，赵银德、沈辉、钱晨译；机械工业出版社；

2、参考的其他资料及案例分析使用书

1. 菲利普·科特勒. 市场营销：原理与实践[M]. 北京：中国人民大学出版社，2020.6 第 17 版

2. 罗绍明. 市场营销实训[M]. 北京：机械工业出版社，2016.12 第 2 版。

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ 参考资料与信息

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ 其他建议的参考资料与信息

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

第六部分：课程的评估与调整

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา 学生自主评估学习成果的方式

☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา 学生对教学表现的评价

☒ แบบประเมินกระบวนการวิชา 课程评估表

☒ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน 师生小组讨论

☒ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน 基于学生行为的反思

☐ ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
由授课教师创建以便课后或者线上渠道进行沟通的交流平台

☐ อื่นๆ (ระบุ) 其他 (请说明)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้ 学习管理评估策略

☒ แบบประเมินผู้สอน 教师评估表

☒ สะท้อนโดยนักศึกษา 学生反馈

☒ ผลการสอบ 考试成绩

☒ การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ 审核学习成果评估

☒ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ 学术标准委员会评估

☐ การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน 教学团队成员观察评估

☐ อื่นๆ (ระบุ) 其他 (请说明)

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ 改进学习管理机制

☒ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน 教学管理研讨会

☐ การวิจัยในและนอกชั้นเรียน 课堂内外的研究

☐ อื่นๆ (ระบุ) 其他 (请说明) . . .

4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชานักศึกษา 学生的学习效果检查

☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดย
ตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

在学科领域内设立委员会，审核学生学习成果，包括考试、报告、评分方式和行为评估

☐ การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการประจำภาควิชาและคณะ
系主任及学术委员会审核学生成绩评分

☐ การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น
ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

随机抽查学生作品，由课程外的教师或其他专家审核评分

☐ อื่นๆ (ระบุ) 其他 (请说明)

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

课程的教学反思与教学效果的提高

☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4

根据第 4 节中的建议和审核结果，每年改进课程。

☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

根据学生对教师的评价结果，每年改进课程。

☐ อื่นๆ (ระบุ) 其他 (请说明)