



รายละเอียดของรายวิชา

วิทยาลัย/คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
หลักสูตร สถาปัตยกรรมศาสตร์

ภาควิชา

-

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ARC 458	กลยุทธ์วิจัยการตลาด	จำนวนหน่วยกิต	3(3-0-6)
	(Market Research and Strategic Planning)		
วิชาบังคับร่วม	-		
วิชาบังคับก่อน	-		
ภาคการศึกษา	S/2568		
กลุ่ม	01		
ประเภทของวิชา	วิชาชีพเลือก		
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	อ.มัลลิกา จงศิริ		
อาจารย์พิเศษ	อ.คริสฐ์ ถิ่นตระกูล / อ.รวินันท์ ภูมิรา		
วิทยากร	คุณกิตติศักดิ์ คุ่นวานิช / ดร.ชนกมณัฐ รักษาเกียรติ		
สถานที่สอน	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ม.รังสิต		
วันที่จัดทำ	9 มิถุนายน 2568		

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรูปแบบธุรกิจ
- 2) เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์การออกแบบ การสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์
- 3) เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด

2. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิด เทคนิค กระบวนการตลาด การส่งเสริมการตลาด เพื่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์และการวางแผนองค์ประกอบโครงการจากตำแหน่งในการแข่งขันที่ต่างกัน ระยะและวงจรของธุรกิจ ที่ต่างกันจนถึงการคำนึงถึงตลาดโลก

โดยเน้นในการวางแผนกลยุทธ์แห่งการสร้างภาพลักษณ์ การออกแบบ

การสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

6 ชั่วโมง/สัปดาห์ e-mail :mallika.j@rsu.ac.th

Facebook : <https://www.facebook.com/groups/680258371495217>

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs):

- 1) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจในกระบวนการพัฒนารูปแบบธุรกิจ
- 2) เพื่อให้นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจในการสร้างภาพลักษณ์การออกแบบ การสื่อสารการตลาด และการประชาสัมพันธ์
- 3) เพื่อให้นักศึกษามีความเข้าใจกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.1	1) มีคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบ พึ่งพาตนเองและ สังคมและเป็นผู้มี จรรยาบรรณทาง วิชาการและวิชาชีพ	1) สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม	- ประเมินและให้คะแนน จากงานที่มอบหมาย

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
1.2	2) เคารพและปฏิบัติตาม กฎระเบียบวิชาชีพ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล ขององค์กรและสังคม	2) สอดแทรกจรรยาบรรณและก ฎระเบียบวิชาชีพ	- ประเมินและให้คะแนน จากงานที่มอบหมาย

2. ความรู้

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
2.1	1) มีความรู้และความเข้าใจหลัก การและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อ หาของสาขาวิชาชีพ	1) การจัดการเรียนการสอนโด ยการบรรยายเชื่อมโยงกับ การจัดทำโครงงานออกแบบ สถาปัตยกรรมในวิชาหลัก 2) สอนแบบบรรยายโดยใช้กร ณศึกษามาวิเคราะห์ 3) มอบหมายงานให้ค้นคว้าเพื่ มเติม 4) มอบหมายงานให้ฝึกวิเคราะห์ และสรุปผลข้อมูล	- ประเมินและให้คะแนน จากงานที่มอบหมาย - ประเมินจากการสอบทั ยชั่วโมง

3. ทักษะทางปัญญา

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
3.1	1) สามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงและทำความเข้าใจอย่างเป็นเหตุเป็นผลโดยบูรณาการความรู้ในหลายๆด้านและสังเคราะห์แนวคิดเพื่อออกแบบและ/หรือสร้างสรรค์ตามกระบวนการพัฒนาธุรกิจ	1) การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยาย 2) สัมมนากลุ่มย่อย 3) มอบหมายงานให้ฝึกวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล	- ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย - ประเมินจากการสอบท้ายชั่วโมง
3.4	2) มีกระบวนการทางความคิดและการทำงานอย่างเป็นระบบ	4) การจัดการเรียนการสอนแบบบรรยายและถามตอบ 5) สัมมนากลุ่มย่อย 6) มอบหมายงานที่ส่งเสริมการคิดอย่างเป็นระบบ	- ประเมินและให้คะแนนจากงานที่มอบหมาย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
4.1	1) มีภาวะการเป็นผู้นำ หรือผู้ตามที่ดี รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่น สามารถลำดับความสำคัญและ แก้ไขข้อขัดแย้งโดยใช้หลัก ธรรมาภิบาล	1) การจัดการเรียนการสอนแบบ บรรยายถามตอบ สนับสนุนให้มีการปฏิสัมพันธ์ สื่อสารกัน 2) มอบหมายงานเป็นกลุ่ม และมีการแบ่งงานในทีมและ นำเสนองานหน้าชั้นเรียน	- สังเกตพฤติกรรมและ การแสดงออกในการมี ส่วนร่วมในชั้นเรียนของ นักศึกษา - ประเมินและให้คะแนน จากงานที่มอบหมาย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

	ผลการเรียนรู้	วิธีการสอน	วิธีการประเมินผล
5.1	1) มีทักษะทางการสื่อสาร สามารถถ่ายทอดความรู้และ นำเสนอผลงาน ทั้งการพูด การเขียน และการใช้สื่ออื่นๆ ให้ผู้อื่นเข้าใจได้	1) มอบหมายงานให้ศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเองและ วิเคราะห์สรุปผลร่วมกันเป็น กลุ่ม	- ประเมินและให้คะแนน งานและการนำเสนอ
5.2	2) สามารถนำการวิเคราะห์ เชิงตัวเลขมาแก้ไขปัญหาที่ เกี่ยวข้องในการปฏิบัติ วิชาชีพอย่างเหมาะสม	2) มอบหมายงานโดยใช้ เครื่องมือ และสื่อดิจิทัล	- ประเมินและให้คะแนน จากงานที่มอบหมาย

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
1 พ.11 มิ.ย.68 9.00-12.00	- อธิบายรายวิชา ARC458 แบ่งกลุ่มทำงาน (Term Project)	กิจกรรม “Who are U?” ค้นหา Identity (เดี่ยว) (5 คะแนน)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์
พ.11 มิ.ย.68 13.00-16.00	- ภาพรวมการพัฒนาธุรกิจ (Intro to Business) ความหมายและองค์ประกอบ ของธุรกิจ - จุดขายโครงการ (Project Value & Unique Selling point)	Workshop “What Product? ” ระดมความคิดค้นหาธุรกิจที่ ใช่(กลุ่ม) (5 คะแนน)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ วิทยากร
2 พ.18 มิ.ย.68 9.00-12.00	- ความสำคัญของกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) กรณีศึกษา แนวความคิดด้านการตลาด	บรรยาย/ทดสอบความเข้าใจ ท้ายชั่วโมง(5 คะแนน) ค้นคว้าตัวอย่างแนวคิดการตลาดที่สอดคล้องกับธุรกิจของ กลุ่ม(คู่แข่ง)(เดี่ยว)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.วินันท์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
พ.18 มิ.ย.68 13.00-16.00	ส่วนผสมการตลาด(Marketing mix) - การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ (SWOT) - กลุ่มเป้าหมาย (Target Market & Segmentation) - จุดยืนของโครงการ (Project Positioning)	Workshop “Who’s your Customer?” ระดมความคิด การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และกระบวนการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่ม) (5 คะแนน)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.รวินันท์
3 พ.25 มิ.ย.68 9.00-12.00	แผนกลยุทธ์และขั้นตอนการเก็บข้อมูลการตลาด (Strategic Plan & Research Methodology)-4p Analysis/Questionnaire Check list	บรรยาย และมอบหมายงานระดมความคิด diagram	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.รวินันท์
พ.25 มิ.ย.68 13.00-16.00	นำเสนอผลงาน	แผนกลยุทธ์ทางการตลาด และกระบวนการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่ม) (5 คะแนน)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.รวินันท์
พ.2 ก.ค.68	Market research การสำรวจพื้นที่ภายในม.รังสิต (Project 2)(6 ชม.)			

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
4	นำเสนอผลงาน Project 1 (Poster / Brochure) (20 คะแนน)		3	อ.มัลลิกา อ.ศรีษฐ์ อ.รวิพันธ์
พ. 9 ก.ค.68 9.00-12.00	นำเสนอผลงาน Project 1 (Poster / Brochure) (20 คะแนน)			
พ. 9 ก.ค.68 13.00-16.00	การศึกษาคือความเป็นไปได้ในการพัฒนาโครงการ (5W1H) - / การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) และโอกาสทางธุรกิจ	Workshop “What Project? ” ระดมความคิด - ค้นหาโครงการที่ใช้(กลุ่ม) (5 คะแนน) - ค้นหาข้อมูล(กลุ่ม) : กรณีศึกษา แนวคิดการพัฒนาโครงการที่ใกล้เคียง(คู่แข่ง)(เดี่ยว) (5 คะแนน)		
5	การวิเคราะห์ผู้บริโภคและกำหนดคุณค่าโครงการ (Customer Centric & Value Map/Business Model Canvas)	บรรยายและทดสอบความเข้าใจทำชั่วโมง(5 คะแนน)Workshop “Project Value & Unique Selling point” ส่งงาน(ร่าง) Prototype	6	อ.มัลลิกา อ.ศรีษฐ์ อ.รวิพันธ์
พ. 16 ก.ค.68 9.00-16.00	การวิเคราะห์ผู้บริโภคและกำหนดคุณค่าโครงการ (Customer Centric & Value Map/Business Model Canvas)	บรรยายและทดสอบความเข้าใจทำชั่วโมง(5 คะแนน)Workshop “Project Value & Unique Selling point” ส่งงาน(ร่าง) Prototype		

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	กิจกรรมการเรียนรู้การสอนและสื่อที่ใช้	จำนวนชั่วโมง	ผู้สอน
6 พ. 23 ก.ค.68 9.00-12.00	การวางกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การออกแบบ(Branding) และการสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (PR)	บรรยายและทดสอบท้ายชั่วโมง (5 คะแนน)	3	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.รวินันท์ วิทยากร
พ. 23 ก.ค.68 13.00-16.00	การสำรวจความคิดเห็น Prototype		3	
7 จ. 30 ก.ค.68 9.00-16.00	นำเสนอโครงการ		6	อ.มัลลิกา อ.ศิษฐ์ อ.รวินันท์
รวม			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
4.1	การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	10%
1.1,1.2,2.1,3.1,3.4,4.1	ทดสอบท้ายชั่วโมง	18 มิ.ย./16 ก.ค./23 ก.ค.	15%

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
3.1,5.1	งานที่มอบหมาย ค้นคว้า และวิเคราะห์กรณีศึกษา	13 ม.ค./27 ม.ค./10ก.พ./17 มี.ค./24 มี.ค./21เม.ย.	25%
1.1,1.2,2.1,3.1,3.4,4.1,5 .1	งาน Project (2)	9 ก.ค./ 30 ก.ค.	50%

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราหลักและเอกสาร

- พิมพ์พรณ สุขวัญ, (ม.ป.ป.),การวิจัยการตลาดเชิงกลยุทธ์.
- รองศาสตราจารย์ ดร. ลักษณะ สโรจน์, (ม.ป.ป.),การวิจัยตลาด
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Prentice Hall.
- Li, C. (2021). The disruption mindset: Why some organizations transform while others fail. McGraw-Hill.
- Aaker, D. A., & Moorman, C. (2023). Strategic Market Management (12th ed.). Wiley.

2. เว็บไซต์

- <https://www.timeconsulting.co.th/what-is-business-model-canvas>
- <https://www.rocket.in.th/blog/marketing-strategy/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=OoAOzMTLP5s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2MwaDuJwVpk>
- <https://www.youtube.com/watch?v=KjErbysfimM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=HjriwYrGL28>

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา
ประเมินภายหลังสิ้นสุดการเรียนในแต่ละภาคการศึกษาโดยคณะฯ
2. กลยุทธ์การประเมินการดำเนินงานรายวิชาโดยอาจารย์ที่ปรึกษา
การประเมินการสอนจากผู้สอน ได้แก่ ความเข้าใจของนักศึกษาตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้
3. การปรับปรุงการ ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา
การจัดสิ่งสนับสนุนให้กับนักศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงิน
เอกสารประกอบการสอน
4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา
การใช้วิธีการสอบปากเปล่าโดยให้นำเสนอผลการศึกษา และรายงานสรุปความเข้าใจเนื้อหาการเรียน
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
- จัดประชุมผู้ สอนในรายวิชาและส่งผลให้คณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ
เพื่อพิจารณาผลการเรียนรู้และคะแนนของนักศึกษารวมทั้งสรุปปัญหาที่มีผลกระทบในทางลบต่อสัมฤทธิ์ผลกา
รศึกษาของนักศึกษาที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์ และวางแผนหาแนวทางแก้ไข เพื่อปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา