

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต
วิทยาลัย/คณะ/ภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- รหัสและชื่อรายวิชา
DMR 202 พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล (Digital Consumer Behavior)
- จำนวนหน่วยกิต
3(3-0-0)
- หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
ภาควิชาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก กลุ่มวิชาชีพบังคับ
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
ดร.ศุมาลี สว่าง
- ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ S/69 ชั้นปีที่ 1 2 3 และ 4
- รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)
DMR 201 หลักการตลาด
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)
ไม่มี
- สถานที่เรียน
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต อาคาร 2
- วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
วันที่ 10 มิถุนายน 2569

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค
 - ให้ผู้ศึกษาสามารถอธิบายถึงสาเหตุและผลของพฤติกรรมต่างๆที่มนุษย์แสดงออกโดยมุ่งไปที่ประเด็นของการตัดสินใจ
 - เพื่อให้ผู้ศึกษามองพฤติกรรมผู้บริโภคในมิติของกระบวนการตัดสินใจซื้อ
 - เพื่อให้ผู้เรียนมีความเข้าใจในรากฐานของพฤติกรรมที่มีเหตุปัจจัยจากปัจจัยต่างๆ
- วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา
 - ให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - ให้ผู้เรียนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดกลยุทธ์การตลาดของฝ่ายวางแผนตลาด
 - ให้ผู้เรียนสามารถนำข้อมูลของกระบวนการตัดสินใจซื้อและพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม
 - ให้ผู้เรียนสามารถใช้กลยุทธ์ต่างๆสำหรับการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างทัศนคติ

หมวดที่ 3 ส่วนประกอบของรายวิชา

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ในแง่มุม การนำไปใช้เพื่อการแบ่งตลาดออกเป็น ส่วนๆ ข้อมูลทางวัฒนธรรม ชั้นสังคม ข้อมูลทางจิตวิทยา สิ่งแวดล้อม ทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทักษะคิด กระบวนการตัดสินใจซื้อ การสื่อสารกับผู้บริโภค การเลือกเข้าร้านและตราสินค้าของผู้บริโภค และการยอมรับนวัตกรรม

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมงต่อสัปดาห์)
45	ตามความต้องการของ ผู้เรียนเป็นกรณีๆ ไป	ไม่มี	6 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ปิดประกาศถึงวันและเวลา ที่อยู่ ณ ห้องทำงานในแต่ละเทอม

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- มีวินัยในการเรียน
- ตรงต่อเวลาการมาเข้าชั้นเรียนรวมทั้งการส่งงานตามหมายกำหนดการ
- เคารพกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆของมหาวิทยาลัย
- มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- ซื่อสัตย์ในการทำการบ้านด้วยตนเอง

1.2 วิธีการสอน

- บอกถึงข้อเสียและผลกระทบของการเข้าเรียนสายและการไม่นำตำรามาเรียนในห้อง
- บอกถึงพฤติกรรมที่เหมาะสมของผู้เรียนและการทำตนให้เข้ากับระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย
- บอกถึงสาเหตุที่จะต้องมีความซื่อสัตย์ในการทำการบ้านด้วยตนเอง
- บอกถึงสาเหตุที่จะต้องมีความซื่อสัตย์ในการดำเนินการตลาด
- ยกตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมในชั้นเรียน

1.3 วิธีการประเมินผล

- พฤติกรรมการเข้าเรียน การส่งงานตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา
- การนำบทเรียนมาเรียนในห้องเรียน สอบถามถึงเหตุผลของการซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
- ประเมินรายงานและงานมอบหมายซึ่งงานที่ส่งมาย่อมสะท้อนถึงความซื่อสัตย์และรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- ประเมินความคิดเห็นด้านจริยธรรมจากการให้ผู้เรียนอภิปราย

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค
- สามารถบูรณาการความรู้ในพฤติกรรมผู้บริโภคเข้ากับการวางแผนการตลาด

2.2 วิธีการสอน

- บรรยาย สอนแบบตั้งคำถาม
- ให้ผู้เรียนอภิปรายแสดงความคิดเห็นต่อหัวข้อที่เรียน
- ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยการมอบหมายให้ค้นคว้าบทความและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
- นำมาสรุปและนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยการมอบหมายงานและpresent
- กำหนดโครงการ Problem Base Learning

2.3 วิธีการประเมินผล

- สังเกตจากการอภิปราย การตอบคำถาม
- สอบกลางภาคและปลายภาคด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดความเข้าใจและการประยุกต์
- สังเกตจากความเข้าใจในการทำรายงานและงานมอบหมายต่างๆ
- ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- ประเมินจากการนำเสนอสรุปการอ่านจากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- สามารถหาความสัมพันธ์ของบทความที่สืบค้นมากับเนื้อหาที่เรียน
- สามารถประยุกต์ความรู้ได้อย่างเหมาะสมในรายงาน

3.2 วิธีการสอน

- ยกตัวอย่างของบทความที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดหรือทฤษฎีในขณะสอน
- นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนนำเสนอหน้าชั้นเรียนและอภิปราย
- วิเคราะห์ถึงปัญหาหรือความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- แบบฝึกหัดท้ายบท

3.3 วิธีการประเมินผล

- สอบกลางภาคและปลายภาคที่เน้นการความเข้าใจและวิเคราะห์แนวคิดของการประยุกต์ทฤษฎีในข้อสอบ
- ตรวจสอบงานของผู้เรียนที่ส่งมาได้มีการแสดงถึงการคิดอย่างมีวิจารณญาณและมีระบบ
- ตรวจสอบงานของผู้เรียนที่ส่งมาได้มีการแสดงถึงความสามารถในการประยุกต์ความรู้ได้อย่างเหมาะสม
- สามารถคิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาทั้งในและนอกห้องเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเองและมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างครบถ้วนตามกำหนดเวลา

4.2 วิธีการสอน

- มอบหมายแบบฝึกหัด รายงาน และบทความที่ต้องค้นคว้าด้วยตนเอง
- การนำเสนอรายงานพร้อมตัวรายงาน
- การนำเสนอบทความที่ค้นคว้าด้วยตนเอง

4.3 วิธีการประเมินผล

- แบบฝึกหัด
- บทความที่มอบหมายให้กับผู้เรียน
- รายงาน

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- พัฒนาทักษะการพูด การเขียน และการฟัง
- พัฒนาทักษะการวิเคราะห์ข้อมูล
- พัฒนาทักษะในการสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนทางอินเทอร์เน็ต
- พัฒนาทักษะในการนำเสนอรายงาน โดยใช้รูปแบบ เครื่องมือ และอุปกรณ์การนำเสนออย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
- ทำรายงานด้วยการมีทักษะของการสื่อสาร
- นำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน โดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- สื่อการสอน E-learning

5.3 วิธีการประเมินผล

- ทำรายงาน นำเสนอหน้าชั้นเรียน
- มีส่วนร่วมในการอภิปราย
- ประเมินจากวิธีการอภิปราย

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค -ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค -ทฤษฎีต่างๆที่กล่าวถึงผู้บริโภค -Psychological Theory -Sociopsychological Theory -Anthropology Theory -Behavioral Theory -ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค -สาเหตุของการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค -การวิเคราะห์ผู้บริโภค	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง Power Point ถาม-ตอบ	ดร.สุมาลี สว่าง
2	ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ -แหล่งของข้อมูล -รายละเอียดของข้อมูล -อายุ -รายได้และการศึกษา -เพศ -การเปลี่ยนแปลงขนาดของครอบครัว -วัฏจักรชีวิตของครอบครัว -การตัดสินใจซื้อของครอบครัว	3	บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ	ดร.สุมาลี สว่าง
3	วัฒนธรรม -ลักษณะของวัฒนธรรม -การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมในการตลาด -การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม -การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมกับส่วนประสมทางการตลาด -วัฒนธรรมย่อย -การวิเคราะห์วัฒนธรรมข้ามชาติ	3	บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ มอบหมายงาน	ดร.สุมาลี สว่าง

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-กลยุทธ์การตลาดของวัฒนธรรม ข้ามชาติ			
4	สังคม -เกณฑ์การแบ่งชั้นสังคม -ระดับชั้นสังคมแต่ละชั้น -กลยุทธ์การตลาดสำหรับชั้น สังคม	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง มอบหมายงาน	ดร.สุมาลี สว่าง
5	ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ที่มีต่อ การตัดสินใจซื้อ -สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ -สิ่งแวดล้อมทางสังคม -สถานการณ์ทางด้านลักษณะ ของการซื้อ -สถานการณ์ทางด้านเวลา -สิ่งแวดล้อมทางอารมณ์	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ	ดร.สุมาลี สว่าง
6	-ข้อมูลทางจิตวิทยา -Psychographic Inventory -ทฤษฎีที่ว่าด้วยเรื่องของจิตวิทยา -ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ فروยด์ -ทฤษฎีจิตวิทยาทางสังคม -ทฤษฎีปัจจัยบุคลิกภาพเฉพาะ -ทฤษฎีอัตถ์สันน์ -ทฤษฎีวิเคราะห์รูปแบบการ ดำเนินชีวิต	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ มอบหมายงาน	ดร.สุมาลี สว่าง
7	การจูงใจ -ประเภทของแรงจูงใจ -ตัวแบบของกระบวนการจูงใจ -ทฤษฎีการจูงใจ -ทฤษฎีสัญชาตญาณ -ทฤษฎีการลดแรงขับ -ทฤษฎีความต้องการตามลำดับ -ทฤษฎีการเรียนรู้ -ทฤษฎีความเข้าใจ	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ สอบย่อย แบบฝึกหัด	ดร.สุมาลี สว่าง

สัปดาห์ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้	ผู้สอน
8	สอบกลางภาค			
9	การรับรู้ -ธรรมชาติของการรับรู้ -การเลือกกรับ -การจัดระบบ -Figure Ground -Grouping -การแปลความ -การรับรู้ความเลียง	3	Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย	ดร.สุมาลี สว่าง
10	การเรียนรู้ -องค์ประกอบของการเรียนรู้ -ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้พฤติกรรม -Classical Conditioning -Operant Conditioning -เครื่องมือภายใต้แนวคิดที่สามารถนำไปใช้ในการตลาด -Cognitive Learning -Split Brain Theory -วิธีเพิ่มพูนการกักเก็บข้อมูล	3	Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย การบ้าน	
11	ทัศนคติ -แหล่งข้อมูลนำสู่การเกิดทัศนคติ -การเปลี่ยนหรือสร้างทัศนคติ -เปลี่ยนโดยอาศัยส่วนประกอบด้านความเข้าใจหรือความเชื่อ -เปลี่ยนโดยอาศัยส่วนประกอบด้านความรู้สึกร -เปลี่ยนโดยอาศัยส่วนประกอบด้านพฤติกรรม -เปลี่ยนโดยใช้วิธีอื่น -การวัดทัศนคติ -Likert -Sematic-Differential Scale	3	บรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ	ดร.สุมาลี สว่าง

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> -Word Association -Sentence Completion -Rank-Order Scale 			
12	<p>การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> -ตระหนักถึงปัญหา -กิจกรรมการตลาดสำหรับช่วงตระหนักถึงปัญหา -การค้นหาข้อมูล -กิจกรรมการตลาดสำหรับการค้นหา -การประเมินผลทางเลือก -การตัดสินใจซื้อและการกระทำการซื้อ -การประเมินหลังการซื้อ <ul style="list-style-type: none"> -กิจกรรมการตลาดสำหรับช่วงประเมินหลังการซื้อ -การประยุกต์การตลาดในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 	3	Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย รายงาน	ดร.สุมาลี สว่าง
13	<p>การสื่อสารกับผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> -องค์ประกอบของการสื่อสาร -การออกแบบการสื่อสาร <ul style="list-style-type: none"> -กลยุทธ์การติดต่อสื่อสาร -เทคนิคการสื่อสาร -ผลที่ได้จากการสื่อสาร -ผู้นำความคิด -ทฤษฎีการสื่อสาร <ul style="list-style-type: none"> -การสื่อสารสองขั้นตอน -การสื่อสารหลายขั้นตอน -WOM -ประเภทของการติดต่อสื่อสาร <ul style="list-style-type: none"> -Interpersonal Communication -Impersonal Communication -กลุ่มอ้างอิง <ul style="list-style-type: none"> -ประโยชน์ของกลุ่มอ้างอิง 	3	Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย แบบฝึกหัด	ดร.สุมาลี สว่าง

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-วิธีการนำกลุ่มอ้างอิงไปใช้ในการตลาด			
14	การเลือกร้านค้าและตราของผู้บริโภค -เกณฑ์ของการตัดสินใจเข้าร้าน -ภาพพจน์ของร้าน -ความภักดีต่อตรา -วิธีการพัฒนาความภักดี -ความภักดีต่อตรากับมูลค่าของตรา	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย	ดร.สุมาลี สว่าง
15	การยอมรับนวัตกรรม -ความใหม่ในแง่ของผลิตภัณฑ์ -ความใหม่ในแง่ของบริษัท -ความใหม่ในแง่ของการตลาด -สาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ล้มเหลว -Diffusion of Innovation Adoption Process -AIDA -Hierarchy of Effect Model -Roger Model -ประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม -การสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ -ความเร็วของการยอมรับนวัตกรรม	3	นำเสนองานหน้าชั้นเรียน Power Point ยกตัวอย่าง ถาม-ตอบ บรรยาย	ดร.สุมาลี สว่าง
16	สอบปลายภาค	3		

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1, 2.3	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	6, 8, 15	30 40

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1.1, 1.2, 2.4, 3.2, 3.2, 3.3, 5.2, 5.3, 5.4	แบบฝึกหัด การส่งงานตามที่มอบหมาย การสรุปบทความ	7,15 4, 6, 11, 12	10
4.4	การนำเสนอบทความ รายงาน	4, 6, 7, 14, 15	10 10

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำราและเอกสารหลัก

เอกสารประกอบการสอน ดร.สุมาลี สว่าง

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

1. Miner Mowen.Consumer Behavior. 4th edition Prentice Hall. 1998.

2. James F. Engle, Roger D. Blackwell and Pual Minard. Consumer Behavior. 10th edition. The Dryden Press.2005.

3. Leon G. Schiffman and Leslie LaZar Kanuk. Consumer Behavior. 9th edition. Prentice Hall.2010.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

1.รองศาสตราจารย์ ดารา ทีปะปาล. พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดรุ่งเรืองการพิมพ์, 2546.

2. Jadish N. Sheeth. Consumer behavior. : a managerial perspective. 2^{ed} edition. Australia : Thomson, 2004.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

แบบประเมินผู้สอน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

แบบประเมินรายวิชา

การสังเกตการณ์การสอนของผู้สอน

ผลการสอบ

3. การปรับปรุงการสอน

ขอคำปรึกษาท่านผู้รู้ทั้งในสาขาและนอกสาขา

ระดมสมอง

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยทวน

สอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ 1 และ 2 มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ