



วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต

## ประมวลการสอนและแผนการสอน

รหัสวิชา BC 311 การจัดการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 3 หน่วยกิต

รายวิชาสังกัด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต

สถานภาพของวิชา กลุ่มวิชาเอกบังคับ ระดับปริญญาตรี

ผู้สอน อาจารย์สุวิทย์ชาญ แก้วสุวรรณ

E-mail : suwitchan@hotmail.com

Web site : www.suwitchan.eu5.org

### คำอธิบายรายวิชา

ความสำคัญ ความเป็นมาและแนวคิดของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ องค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ระบบการจัดการลูกค้า คำสัมพันธ์ การจัดการระบบห่วงโซ่อุปทาน อัจฉริยะทางธุรกิจ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระบบการบริหารทรัพยากรองค์การ การวางแผนแนวทางข้อจำกัดและกลยุทธ์ ในการดำเนินการพัฒนารูปแบบของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ พื้นฐานและแนวโน้มของธุรกิจการค้าบนอินเทอร์เน็ต เทคนิคการขาย จัดทำสื่อการนำเสนอเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณา จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

วิชาบังคับก่อน -

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558

### วัตถุประสงค์ในการเรียนการสอน

1. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจความเป็นมาและแนวคิดของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อให้ผู้เรียนทราบถึงองค์ประกอบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบเว็บไซต์ได้
4. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ประกอบและบริหารจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ได้

### วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน

1. บรรยาย และปฏิบัติ
2. ยกตัวอย่างประกอบ
3. ถาม-ตอบ

### เครื่องมือที่ใช้ในการเรียนการสอน

-

### การประเมินผลผู้เรียน

- |                    |     |
|--------------------|-----|
| 1. คะแนนเก็บ       | 50% |
| - เข้าเรียน        | 10% |
| - แบบฝึกหัดทฤษฎี   | 20% |
| - แบบฝึกหัดปฏิบัติ | 20% |

2. สอบปลายภาค	50%
- สอบภาคทฤษฎี	30%
- นำเสนอผลงาน	20%

การให้เกรด จะเป็นแบบอิงเกณฑ์ตามมาตรฐานวิทยาลัยพณิชยบัณฑิต

#### แผนการสอน

สัปดาห์	เรื่อง	หัวข้อที่จะสอน	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	วิธีสอนและกิจกรรม การเรียนการสอน
สัปดาห์ที่ 1		- แนะนำเนื้อหาวิชาและแนวการเรียนการสอน ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต 1. เทคโนโลยีสารสนเทศ 2. อินเทอร์เน็ตภัยคุกคามคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต	- นักศึกษารู้คำอธิบายรายวิชาและวิธีการวัดผลประเมินผลและการทำข้อสอบ	- แนะนำรายวิชา การตรงต่อเวลา การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ตลอดจนการประเมินผลการเรียนรู้ - บรรยายและยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 2		การตลาดยุคดิจิทัล 1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ 3. ระบบเศรษฐกิจใหม่ 4. อุปสรรคของธุรกิจออนไลน์	-นักศึกษาทราบถึงรูปแบบการตลาดยุคดิจิทัล	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 3		การวางแผนด้านการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 1. วิเคราะห์สถานการณ์ 2. กำหนดวัตถุประสงค์ 3. กำหนดกลยุทธ์ 4. การปฏิบัติ 5. การควบคุม	นักศึกษาได้ทราบถึงการจัดการด้านการตลาด ที่จะทำให้อินค้าเป็นที่รู้จัก	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 4		สภาพแวดล้อมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 1. สภาพแวดล้อมภายใน 2. สภาพแวดล้อมภายนอก	นักศึกษาได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 5		การบริหารด้านผลิตภัณฑ์ 1. ระดับของผลิตภัณฑ์ 2. ประเภทของผลิตภัณฑ์ใน	นักศึกษาได้ทราบถึงการบริหารด้านผลิตภัณฑ์และสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะทำการตลาดได้	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ

เรื่อง สัปดาห์	หัวข้อที่จะสอน	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	วิธีสอนและกิจกรรม การเรียนการสอน
	<p>ยุคอินเทอร์เน็ต</p> <p>3. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับขายบนเว็บ</p>		
สัปดาห์ที่ 6	<p>การบริหารด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)</p> <p>4. การสร้างแบรนด์บนอินเทอร์เน็ต</p> <p>5. กลยุทธ์ด้านส่วนผสมของผลิตภัณฑ์</p> <p>กรณีศึกษาทั้งแบรนด์ไทยและต่างประเทศ</p>	<p>นักศึกษาได้ทราบถึงการบริหารด้านผลิตภัณฑ์และสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะทำการตลาดได้</p>	<p>-บรรยาย</p> <p>-ยกตัวอย่างประกอบ</p>
สัปดาห์ที่ 7	<p>การบริหารด้านราคา</p> <p>1. วัตถุประสงค์ของการตั้งราคา</p> <p>2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งราคา</p> <p>3. รูปแบบการตั้งราคาบนอินเทอร์เน็ต</p> <p>4. นโยบายและกลยุทธ์การตั้งราคา</p>	<p>นักศึกษาได้ทราบถึงการบริหารด้านราคาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม</p>	<p>-บรรยาย</p> <p>-ยกตัวอย่างประกอบ</p>
สัปดาห์ที่ 8	<p>การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>1. โมเดลทางธุรกิจ</p> <p>2. โมเดลช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>3. การบริหารด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</p> <p>4. กรณีศึกษา</p>	<p>นักศึกษาได้ทราบถึงช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ ที่ใช้ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>-บรรยาย</p> <p>-ยกตัวอย่างประกอบ</p>
สัปดาห์ที่ 9	<p>การบริหารด้านการสื่อสารการตลาดอิเล็กทรอนิกส์</p> <p>1. การโฆษณา</p> <p>2. การประชาสัมพันธ์</p> <p>3. การส่งเสริมการขาย</p> <p>4. การตลาดทางตรง</p> <p>5. การใช้พนักงานขาย</p>	<p>นักศึกษาได้ทราบถึงวิธีการประชาสัมพันธ์สินค้า เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มยอดขาย</p>	<p>-บรรยาย</p> <p>-ยกตัวอย่างประกอบ</p>
สัปดาห์ที่ 10	<p>การบริหารลูกค้าสัมพันธ์</p>	<p>นักศึกษาได้ทราบถึงการบริหาร</p>	<p>-บรรยาย</p>

เรื่อง สัปดาห์	หัวข้อที่จะสอน	จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	วิธีสอนและกิจกรรม การเรียนการสอน
	อิเล็กทรอนิกส์ 1. ส่วนประกอบของการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ อิเล็กทรอนิกส์ 2. การตลาดฐานข้อมูล	จัดการลูกค้า	-ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 11	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ อิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ) 3.การตลาดฐานข้อมูล - เป้าหมายของการตลาด ฐานข้อมูล - ประโยชน์ของการตลาด ฐานข้อมูล 4.เครื่องมือในการบริหารลูกค้า สัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์	นักศึกษาได้ทราบถึงการบริหาร จัดการลูกค้า	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 12	จริยธรรมของนักการตลาด อิเล็กทรอนิกส์	นักศึกษาได้ทราบถึงกฎระเบียบ และจริยธรรมในการทำธุรกิจ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 13	ปฏิบัติสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอขาย สินค้า จากเว็บไซต์สำเร็จรูป	นักศึกษาสามารถสร้างเว็บไซต์ และนำเสนอสินค้าของตนเองจาก เว็บไซต์สำเร็จรูปได้	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 14	ปฏิบัติสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอ ขายสินค้า จากเว็บไซต์สำเร็จรูป	นักศึกษาสามารถสร้างเว็บไซต์ และนำเสนอสินค้าของตนเองจาก เว็บไซต์สำเร็จรูปได้	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 15	ปฏิบัติสร้างเว็บไซต์เพื่อนำเสนอขาย สินค้า จากเว็บไซต์สำเร็จรูป	นักศึกษาสามารถสร้างเว็บไซต์ และนำเสนอสินค้าของตนเองจาก เว็บไซต์สำเร็จรูปได้	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 16	นำเสนอผลงานและสรุปเนื้อหา	นำเสนอผลงาน	-บรรยาย -ยกตัวอย่างประกอบ
สัปดาห์ที่ 17	สอบปลายภาค		