



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

รายวิชา 040533302 สถิติประยุกต์ทางการตลาด (Statistical Applications in Marketing)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา/สาขาวิชา คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ ภาควิชาสถิติประยุกต์ สาขาวิชาสถิติประยุกต์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

040533302 สถิติประยุกต์ทางการตลาด (Statistical Applications in Marketing)

2. จำนวนหน่วยกิต

3 หน่วยกิต (3-0-6)

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาสถิติธุรกิจและการประกันภัย

เป็นรายวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเลือก

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

รองศาสตราจารย์ ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษา 2/2568 ของชั้นปีที่ 2

6. รายวิชาบังคับก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

8. สถานที่เรียน

คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

9. ข้อมูลประกอบการประกันคุณภาพการศึกษา

การเรียนการสอนในรายวิชานี้มีส่วนที่ได้รับการพัฒนาขึ้นใหม่หรือปรับปรุงจากที่สอนเมื่อครั้งก่อน เช่น ได้มีการปรับปรุงวิธีการสอน หรือการปรับปรุงเนื้อหา การจัดแบ่งเนื้อหา หรือวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

รายวิชานี้มีการให้ผู้มีประสบการณ์ทางวิชาการหรือวิชาชีพจากหน่วยงานหรือชุมชนภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนการสอน

รายวิชานี้มีการบูรณาการกระบวนการวิจัยหรืองานสร้างสรรค์กับการจัดการเรียนการสอน หรือมีการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาจากการวิจัย หรือจากกระบวนการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน

รายวิชานี้มีการบูรณาการงานบริการทางวิชาการแก่สังคมกับการเรียนการสอน

รายวิชานี้มีการบูรณาการงานด้านทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมกับการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมนักศึกษา

10. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

12 พฤศจิกายน 2568

หมวดที่ 2 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวความคิดการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและการแบ่งส่วนการตลาด การจัดการข้อมูล การตลาด ส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ราคา และกลยุทธ์การกำหนด ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด แนวคิดการวิจัย การตลาด เครื่องมือทางสถิติสำหรับการตลาด



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อสัปดาห์

ทฤษฎี (ชั่วโมง)	ฝึกปฏิบัติ (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
45 ชั่วโมง (3 ชั่วโมง/สัปดาห์)	0 ชั่วโมง	45 ชั่วโมง (6 ชั่วโมง/สัปดาห์)

ลักษณะรายวิชา บรรยาย ปฏิบัติการ

การวัดและประเมินผล A-F S/U P

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

- จัดตารางเวลาการเข้าพบของนักศึกษาเพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาอย่างน้อย 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์
- ให้คำปรึกษาแนะนำผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศบนระบบแอปพลิเคชันไลน์ Google classroom

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) : นักศึกษาสามารถ

CLO 1. สามารถอธิบาย และวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

CLO 2. ประยุกต์ใช้เครื่องมือทางสถิติได้อย่างเหมาะสมกับข้อมูล

CLO 3. ปฏิบัติงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้

CLO 4. ประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปให้เหมาะสมกับเครื่องมือทางสถิติที่เลือกใช้

5. ความสอดคล้องของผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของหลักสูตร (Expected Learning Outcomes: ELOs) และ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs)



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต

ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย

คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

ตารางที่ 5.1 ความสอดคล้องของ ELOs และ CLOs

ELOs/CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO 4
ELO 1 มีความซื่อสัตย์และมีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่และปฏิบัติได้ตามจรรยาบรรณ	✓	✓		
ELO 2 สามารถจัดการข้อมูลและเลือกใช้วิธีการ ทางสถิติได้	✓	✓		
ELO 3 สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและประยุกต์ ใช้เครื่องมือทางสถิติได้อย่างเหมาะสม			✓	✓
ELO 6 สามารถประมวลผลข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ				✓

ตารางที่ 5.2 ความสอดคล้องของคุณลักษณะพื้นฐานร่วมกันของบัณฑิตที่พึงประสงค์ มจพ. และ CLOs

คุณลักษณะพื้นฐานร่วมกันของบัณฑิต ที่พึงประสงค์ มจพ./CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO ...
1. มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพ และมี ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ (Professional and Thinking Skills)				
2. ซื่อสัตย์ รับผิดชอบ มีคุณธรรม จริยธรรม ทำประโยชน์เพื่อสังคมและเป็นที่พึ่งทาง วิชาการ (Social Responsibility)				



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

คุณลักษณะพื้นฐานร่วมกันของบัณฑิต ที่พึงประสงค์ มจพ./CLOs	CLO 1	CLO 2	CLO 3	CLO ...
3. มีฐานคิดและความเป็นผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovative and Technopreneur Mindset)				
4. สามารถแข่งขันได้ในระดับชาติและนานาชาติ (Global Competence)				

หมวดที่ 3 การพัฒนานักศึกษาตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง

วิธีการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้หรือทักษะ และการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาที่สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา (CLOs) ในหมวดที่ 2 ข้อ 4

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	วิธีการจัดการสอน/ประสบการณ์การ เรียนรู้ตาม CLOs	วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ ตาม CLOs
CLO 1	บรรยายพร้อมยกตัวอย่าง การวิเคราะห์กลยุทธส่วนประกอบการตลาด	- การสอบกลางภาค - การประเมินผลงานที่ได้มอบหมาย
CLO 2	บรรยาย มอบหมายแบบฝึกหัด มอบหมายงาน และการนำเสนองาน	- การสอบกลางภาค - การประเมินแบบฝึกหัดที่ได้รับมอบหมาย - การประเมินผลงานและการนำเสนอ
CLO 3	ยกตัวอย่างกรณีศึกษาจากการทดลองจริง	- การประเมินงานที่มอบหมาย



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ คาดหวังของรายวิชา (CLOs)	วิธีการจัดการสอน/ประสบการณ์การ เรียนรู้ตาม CLOs	วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ ตาม CLOs
	มอบหมายแบบฝึกหัด การนำเสนองาน	- การประเมินแบบฝึกหัดที่ได้รับมอบหมาย
CLO 4	ยกตัวอย่างการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปใน การวิเคราะห์ข้อมูล มอบหมายแบบฝึกหัด	- การประเมินงานที่มอบหมาย - การประเมินแบบฝึกหัดที่ได้รับมอบหมาย



หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ข้อตกลงเบื้องต้นในการเรียนและภาพรวมของเนื้อหาของรายวิชาที่สืบเนื่องกัน	1	3	บรรยายและยกตัวอย่าง การปฏิบัติงานตาม จรรยาบรรณทางวิชาชีพ สถิติ	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
2	แนวความคิดทางการตลาดและระบบการตลาด	1	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
3	พฤติกรรมผู้บริโภคและการแบ่งส่วนการตลาด	1,2,3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง มออบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
4	ความหมายของคุณภาพและแนวคิดการบริหารคุณภาพทางการตลาด	1,2,3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มออบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
5	ส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง มออบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
6	ส่วนประสมการตลาด กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มออบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
7	ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มออบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
8	ผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์	1,2,3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
9	สอบกลางภาค				
10	การวางตำแหน่งและ ช่องทางการจัดจำหน่าย	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
11	การวางตำแหน่งและ ช่องทางการจัดจำหน่าย	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
12	ราคาและกลยุทธ์การ กำหนดราคา	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
13	การส่งเสริมการตลาด	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
14	การส่งเสริมการตลาด	1,2, 3	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
15	การวิจัยทางการตลาดและ ขั้นตอนเชิงปฏิบัติ	2,3,4	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา คำนวณโดย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	CLOs	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
16	การประยุกต์ใช้สถิติ ทดสอบทางการตลาด วิเคราะห์ความสัมพันธ์ทาง การตลาด	2,3,4	3	บรรยาย ยกตัวอย่าง กรณีศึกษา คำนวณโดย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มอบหมายแบบฝึกหัด มอบหมายแบบฝึกหัด	รศ. ดร. คณิตา เพ็ชรรัตน์
17-19	สอบปลายภาค				
		รวม	45		

2. แผนการประเมินตามผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังของรายวิชา

ผลลัพธ์การเรียนรู้ ที่คาดหวัง ของรายวิชา (CLOs)	กิจกรรมการประเมินผล การเรียนรู้ของผู้เรียน	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
CLO 1, 2, 3, 4	แบบฝึกหัดที่มอบหมาย	2-8, 10-16	5%
CLO 1, 2, 3, 4	สอบกลางภาค	8	40%
CLO 4	นำเสนองานที่มอบหมาย	16	10%
CLO 1, 2, 3	การมีส่วนร่วมในชั้น	1-8, 10-16	5%
CLO 1, 2, 3, 4	สอบปลายภาค	17	40%



หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

ตำราและเอกสารที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

- * คณิตา เพ็ชรรัตน์ “เอกสารประกอบคำสอนสถิติประยุกต์ทางการตลาด”

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- * วิทวัส รุ่งเรืองผล ตำราหลักการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 9 ; กรุงเทพฯ ; ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . 2558

- * สุดาพร กุณฑลบุตร หลักการตลาดสมัยใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 6 ; กรุงเทพฯ ; ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558

- * เอกชัย อภิศักดิ์กุล และ จตุพร เลิศล้ำ การวิจัยการตลาด ; กรุงเทพฯ ; แมคกรอ-ฮิลล์

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินรายวิชา
- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- ข้อเสนอแนะผ่านช่องทางออนไลน์ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา
- อื่นๆ (ระบุ)

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้

- แบบประเมินผู้สอน
- ผลการสอบ



หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต
ระดับปริญญาตรี

ภาควิชาสถิติประยุกต์ / สาขาวิชาสถิติธุรกิจและการประกันภัย
คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์

-
- การทวนสอบผลประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้
 - การประเมินโดยคณะกรรมการประเมินข้อสอบ
 - การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
 - อื่นๆ (ระบุ)
3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้
- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
 - การวิจัยในและนอกชั้นเรียน
 - อื่นๆ (ระบุ)
4. กระบวนการทวนสอบผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาของนักศึกษา
- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม
 - การทวนสอบการให้คะแนนการตรวจผลงานของนักศึกษาโดยกรรมการวิชาการประจำภาควิชาและคณะ
 - การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ หรือผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
 - อื่นๆ (ระบุ)
5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา
- ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4
 - ปรับปรุงรายวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา
 - อื่นๆ (ระบุ) ปรับปรุงเนื้อหาวิชาทุก.5.ปี