

ภาคผนวก



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติ MOOC

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน | นักบริหารวิชาการอิสระ |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.ชัยยงค์ พรหมวงศ์ | รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 3. ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สังข์ศรี | สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 4. ศาสตราจารย์ ศรีราชา วงศารยางกูร | กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา |
| 5. ศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย สุวรรณพานิช | สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องเครื่องมือวิจัย

- | | |
|--|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.น้ำมนต์ เรืองฤทธิ์ | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 2. รองศาสตราจารย์วราภรณ์ อุปลาคม | สำนักเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิฑูรย์ วงศ์อำมาตย์ | สำนักเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ | คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. อาจารย์ ดร.วรุฒิ มั่นสุขผล | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญสัมภาษณ์งานวิจัย ด้านเนื้อหา

- | | |
|---|---|
| 1. อาจารย์ปภาวัลย์ สุทธิประสิทธิ์ | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. อาจารย์บริบูรณ์ ปิ่นประยงค์ | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญสัมภาษณ์งานวิจัย ด้านออกแบบการเรียนการสอน

- | | |
|--|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปราวีณา สุวรรณณัฐโชติ | คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.อนิรุทธิ์ สติมัน | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ ตั้งภักดี | คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญสัมภาษณ์งานวิจัย ด้านการเรียนการสอนปัญหาเป็นฐาน

- | | |
|---|---|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ วณิชวัฒนวรชัย | คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 2. พว.ดร.พรภิรมย์ หลงทรัพย์ | คณะพยาบาลศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 3. ดร.มนต์ชัย พงศกรนฤวงษ์ | วิทยาลัยเทคนิคนครปฐม |

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติ MOOC และแบบประเมินวัดความพึงพอใจนักศึกษา

- | | |
|--|---|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ฐาปนีย์ ธรรมเมธา | ผู้อำนวยการโครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปราวีณา สุวรรณณัฐโชติ | คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณ จรรยาอุตมิวรรณ | สำนักเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิฑูรย์ วงศ์อำมาตย์ | สำนักเทคโนโลยีการศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 5. อาจารย์ปภาวัลย์ สุทธิประสิทธิ์ | สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |

คู่มือผู้สอน



คู่มือสำหรับผู้สอน

รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ฯ ผู้สำหรับสอนจะมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษา รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติ 4 ขั้นตอนเพื่อนำมาจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ได้แก่ แบบประเมินผลก่อน-หลัง คลิปการสอนประกอบบทเรียน e-Learning กิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหาของชุดวิชา
2. กำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา ประเด็น ในการทำบทเรียนออนไลน์ กิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหา และกำหนดการวัดและประเมินผลของชุดวิชา
3. กำหนดวิธีการการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับคลิปการสอนประกอบบทเรียนออนไลน์ และกิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหา ของชุดวิชา
4. เขียนแผนการสอนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ชุดวิชา



สำหรับรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีดังนี้

1. รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC (MILES Model) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตารางที่ 1.1 รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนว

ปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC (MILES Model)

มาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC (10 มาตรฐาน)	รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
1. โครงสร้างรายวิชา (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 ,1.2 ,1.3)	1.0 ขั้นตอนก่อนเรียน (Induction ¹) ประกอบด้วย
2. ความพร้อมของบุคลากร (ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ,2.2)	1.1 ชั้นเตรียมความพร้อมผู้สอนและผู้เรียน ประกอบด้วย ชั้นเตรียมความพร้อมผู้สอน
3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4)	1) ปฏิสัมพันธ์ผู้สอนเกี่ยวกับ เนื้อหา กิจกรรม สื่อการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลผู้เรียน
4. เนื้อหา (ตัวบ่งชี้ที่ 4.1 ,4.2 ,4.3)	2) อบรมการใช้เครื่องมือระบบ LMS MOODLE ในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์
5. สื่อการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 ,5.2)	1.2 ชั้นเตรียมความพร้อมผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนศึกษาวิธีการเรียนออนไลน์ชุดวิชา 32316 จากคู่มือการเรียนที่ส่งไปพร้อมกับเอกสารการสอน และบนประกาศเว็บไซต์ ชุดวิชา 32316
7. ลิขสิทธิ์และครีเอทีฟคอมมอนส์ (ตัวบ่งชี้ที่ 7.1,7.2)	1.3 ทำแผนการสอนบทเรียนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC
	1.4 ทำแผนกิจกรรมบทเรียนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC
	1.5 ทำแบบประเมินผลการเรียนการสอน
	1.6 ศึกษาคู่มือการสอน
	1.7 ศึกษาคู่มือการเรียน
	1.8 ทดสอบผู้เรียนก่อนเรียน
	1.9 แจกผลทดสอบผู้เรียน

¹ Induction = ขั้นตอนก่อนเรียน หรือขั้นตอนนี้เข้าสู่การเรียน

มาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC (10 มาตรฐาน)	รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน
1. โครงสร้างรายวิชา (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 ,1.2 ,1.3) 2. ความพร้อมของบุคลากร (ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ,2.2) 3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4) 5. สื่อการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 ,5.2) 6. การสื่อสาร (ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 ,6.2) 7. ลิขสิทธิ์และครีเอทีฟคอมมอนส์ (ตัวบ่งชี้ที่ 7.1,7.2) 8. การสนับสนุนผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ที่ 8.1 ,8.2 ,8.3)	2.0 ^{ขั้น} ขั้นตอนเรียน (Learning) ประกอบด้วย 2.1 ^{ขั้น} ขั้นก่อนเรียน 1) ปฐมนิเทศชุดวิชา 2) ประเมินผลก่อนเรียนเนื้อหาแต่ละ Module 3) แจงผลทดสอบผู้เรียน 2.2 ^{ขั้น} ขั้นเรียนรู้ (REPIMAC) 1) ศึกษาบทเรียนแต่ละ Module - (1) ทบทวนความคิด (Review) - (2) ต่อเติมสิ่งใหม่ (Extending) 2) ทำกิจกรรม ประกอบด้วย - (3) เข้าใจปัญหา (Problem) - (4) ศึกษาประเด็น (Investigation) - (5) มองเห็นวิธีการ (Method) - (6) สนุกสนานแก้ปัญหา (Answering) - (7) นำมาสรุปผล (Conclusion) 2.3 ^{ขั้น} ขั้นประเมินผล ประกอบด้วย - ประเมินผลจากผลงานที่ได้จากการทำกิจกรรม - จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและผู้สอน - ประเมินผลหลังเรียนแต่ละ Module
3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4) 6. การสื่อสาร (ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 ,6.2) 8. การสนับสนุนผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ที่ 8.1 ,8.2 ,8.3)	3.0 ^{ขั้น} ขั้นประเมินผล (Evaluation) 3.1 ทดสอบผู้เรียนหลังเรียน 3.2 แจงผลทดสอบผู้เรียนหลังเรียน
9. ผลการจัดการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 9.1 ,9.2) 10. การปรับปรุงพัฒนา (ตัวบ่งชี้ที่ 10.1 ,10.2)	4.0 ^{ขั้น} ขั้นประเมินสรุปผล (Summative Evaluation) 4.1 ประเมินความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้สอน และบุคลากร ฝ่ายสนับสนุน 4.2 นำผลการประเมินผล มาปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน

ผู้สอน หมายถึง คณะกรรมการผลิตชุดวิชา ประกอบด้วย กรรมการด้านเนื้อหา กรรมการด้าน
ออกแบบระบบการสอน (กรรมการด้านเทคโนโลยีการศึกษา กรรมการด้านวัดและประเมินผล)

บทบาทผู้สอน

1. ทักทาย ทำความรู้จัก สร้างความคุ้นเคย เป็นกันเองกับนักศึกษาทางช่องทางการเรียนการสอน
ออนไลน์ การแนะนำตนเอง และช่องทางไลน์กลุ่ม
2. กระตุ้นให้นักศึกษาทำความรู้จักเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันและกัน
ทางช่องทางการเรียนการสอนออนไลน์ การแนะนำตนเอง และช่องทางไลน์กลุ่ม
3. กระตุ้นให้นักศึกษาทำแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียน เพื่อให้ นักศึกษาทราบพื้นฐานความรู้ของ
นักศึกษา และทำแบบประเมินผลตนเองหลังเรียนเพื่อให้ นักศึกษาทราบความก้าวหน้าในการเรียนของ
นักศึกษา
4. ให้กำลังใจ ชมเชย นักศึกษาในกรณีที่นักศึกษา ทำกิจกรรมตรงประเด็น
5. เสนอแนะ ให้ข้อคิดเห็นในกรณีที่นักศึกษาทำกิจกรรมไม่ตรงประเด็น

2. การดำเนินการตามขั้นตอน

จากขั้นตอนการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและ
แนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหา 4 ขั้นตอน บทบาทของผู้สอน คือการ
นำขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอน มาดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษา รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐาน
และแนวปฏิบัติ 4 ขั้นตอนเพื่อนำมาจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ได้แก่ แบบประเมินผลก่อน-หลัง ศิลปะการ
สอนประกอบบทเรียน e-Learning กิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหาของชุดวิชา
2. กำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหา ประเด็น ในการทำบทเรียนออนไลน์ กิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหา
และกำหนดการวัดและประเมินผลของชุดวิชา
3. กำหนดวิธีการการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับศิลปะการสอนประกอบบทเรียนออนไลน์ และ
กิจกรรมทักษะการคิดแก้ปัญหา ของชุดวิชา
4. เขียนแผนการสอนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ชุดวิชา ชุดวิชา 33216 การจัดการการขาย
และศิลปะการขาย
ชุดวิชา 33216 การจัดการการขายและศิลปะการขาย ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าว โดยมี
แผนการเรียนการสอน ดังนี้

แผนการเรียนการสอน ชุติวิชา 33216 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

รายละเอียดชุติวิชา

1. คำอธิบายชุติวิชา

33216 การจัดการการขายและศิลปะการขาย (Sales Management and Salesmanship)

บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานขาย กระบวนการขาย เทคนิคการขาย ซึ่งรวมถึง การเลือกสรรลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การปิดการขาย และบริการหลังการขาย บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้จัดการขาย การจัดองค์การฝ่ายขาย กำหนดนโยบายและกลยุทธ์การขาย การพยากรณ์การขายและการจัดทำงบประมาณ การจัดการพนักงานขายซึ่งรวมถึงการคัดเลือกและฝึกอบรม พนักงานขาย การกำหนดอาณาเขตการขายและโควตาการขาย การวิเคราะห์เวลา การมอบหมายงาน การควบคุม และประเมินผลงาน การกำหนดค่าตอบแทน จรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขาย และขายตรง

2. วัตถุประสงค์ของชุติวิชานี้

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปะการขาย รวมทั้งบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานขาย
2. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขายและเข้าใจบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้จัดการด้านการขายได้
3. เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการขายและศิลปะการขายในด้านบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบได้
4. เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการขายและศิลปะการขายได้

3. รายชื่อหน่วยการสอน

- หน่วยที่ 1 กระบวนการที่ศูนย์การขาย และพนักงานขาย
- หน่วยที่ 2 ธุรกิจการขาย
- หน่วยที่ 3 เทคโนโลยีกับการจัดการการขาย
- หน่วยที่ 4 การขายกับการจัดการคุณค่า
- หน่วยที่ 5 การจัดการองค์กรและนโยบายองค์การเพื่อการขาย
- หน่วยที่ 6 การจัดการพนักงานขาย
- หน่วยที่ 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย
- หน่วยที่ 8 การวางแผนการขาย
- หน่วยที่ 9 การสื่อสารการขาย
- หน่วยที่ 10 เทคนิคการขาย

หน่วยที่ 11 การเจรจาต่อรอง การจัดซื้อโต้แย้งและการปิดการขาย

หน่วยที่ 12 บุคลิกภาพนักขาย

หน่วยที่ 13 การจัดการเวลาพนักงานขาย

หน่วยที่ 14 จรรยาบรรณและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายและขายตรง

หน่วยที่ 15 จรรยาบรรณนักขายและนักขายตรงไทย



Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
Module 1 : กระบวนการทัศน์ การขาย และ พนักงานขาย	เมื่อศึกษา Module 1 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์องค์ประกอบ ความสำเร็จของธุรกิจได้	หน่วยที่ 1 กระบวนการทัศน์ การขาย และพนักงานขาย ตอนที่ 1.1 กระบวนการทัศน์ ด้านการขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 1 3. กิจกรรม กรณีศึกษา ปัจจัยในการเลือกแพลตฟอร์ม ของร้านค้า เราเป็นแพลตฟอร์ม ถ้าจะให้ คนขายเข้ามาเยอะๆ สินค้าเพิ่มมากๆ แต่ถ้าวันนี้จะเห็นแพลตฟอร์มเปิดมา มาก แพลตฟอร์มแบบ Shopee ที่มีทุกหมวดหมู่ มีแพลตฟอร์มเฉพาะ หมวดหมู่ เน้นเป็นแฟชั่น เป็น เครื่องสำอางมาก ทำให้ทุกคนจะ เข้ามาแย่งชิงตัวร้านค้าตัวสินค้า คำถาม ในสถานการณ์ที่แข่งขัน สูงเช่นนี้ ในสถานการณ์ที่มีคนจะมา แย่งชิงพลาเยาเรา Seller Meriton (ผู้ขาย) เยอะขนาดนี้คิดว่าอะไรคือ ความเสี่ยงที่เราต้องไปป้องกันไม่ให้ พื้นที่เราถูกแย่งไป คำถามย่อยที่สอง ปัจจัยที่ร้านค้า เลือกว่าจะทำงานกับแพลตฟอร์มไหน อย่างไร เพราะอะไร คำถามย่อยสุดท้าย เหตุผลที่ ร้านค้าไม่สามารถไปขายได้หมดทุก แพลตฟอร์มเพราะอะไร และเหตุผล ที่ต้องเลือกแพลตฟอร์ม 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5ข้อ)

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
Module 2 : ธุรกิจการชาย	เมื่อศึกษา Module 2 จบ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินธุรกิจชายได้	หน่วยที่ 2 ธุรกิจการชาย ตอนที่ 2.2.รูปแบบการดำเนินธุรกิจชาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 2 3. กิจกรรม กรณีศึกษา ธุรกิจชาย: ยางพาราเพื่อสุขภาพ รัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง ทำการผลิตหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาให้ชุมชนจากราคายางพาราที่ตกต่ำ เนื่องจากเงินลงทุนในการดำเนินการมีจำนวนจำกัด ทำให้ในการเสนอขายและจำหน่ายจะเป็นรูปร้านค้าปลีกที่จำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดเป็นหลัก ทำให้ยอดขายไม่สมดุลกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากปัญหาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าเกิดจากการจัดจำหน่ายที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้รัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ไม่สามารถดำเนินการได้ต่อไปจากปัญหาดังกล่าว เพื่อให้การจัดจำหน่ายของรัฐวิสาหกิจแห่งนี้มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ยอดขายหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่สูงขึ้นโดยที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่าย และมีผลกำไรกลับมาที่รัฐวิสาหกิจชุมชน นักศึกษาคิดว่ารัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ควรปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจชายด้วยรูปแบบใด 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินผลหลังเรียน (5 ข้อ)

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
Module 3 : เทคโนโลยีกับการจัดการการขาย	เมื่อศึกษา Module 3 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์การขายผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ และการขายผ่านอีคอมเมิร์ซได้	หน่วยที่ 3 เทคโนโลยีกับการจัดการการขาย ตอนที่ 3.3 การขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการขายผ่านอีคอมเมิร์ซ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 3 3.กิจกรรม นาย ก. ปลูกองุ่นและได้ผลผลิตจำนวนมาก จึงนำผลองุ่นมาทำการผลิตเป็นน้ำองุ่นสด เป็นสินค้าโอท็อป เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลองุ่นที่ตนเองปลูก โดยจำหน่ายน้ำองุ่นสดในตลาดชุมชนของตำบลที่ตนเองได้เข้าทำหน้าร้านขาย ปรากฏว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยว และยอดขายลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ยอดขายและรายได้เฉลี่ยไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ จากปัญหาที่ นาย ก. ประสบอยู่ ถ้านาย ก. ต้องการเพิ่มช่องการขาย ด้วยวิธีการของ e-Commerce ตามคำแนะนำของหน่วยงานภาครัฐ นาย ก. สามารถใช้การขายด้วยรูปแบบใดบ้าง จงอธิบายเหตุผล 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
Module 4 : การขายกับการ จัดการคุณค่า	เมื่อนักศึกษา Module 4 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์วิธีสร้างคุณค่า ผลิตภัณฑ์ได้	หน่วยที่ 4 การขายกับการ จัดการคุณค่า ตอนที่ 4.3 การขาย กับการสร้างคุณค่า ผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 4 3. กิจกรรม กรณีศึกษา การทำการค้า และความ เป็นผู้ประกอบการ ถ้า นักศึกษา ต้องการเป็น ผู้ประกอบการ ขายสินค้า โดยให้ นักศึกษา ยกตัวอย่างสินค้าที่ นักศึกษาต้องการจะขาย นักศึกษาคิด ว่า ตนเองต้องมีคุณสมบัติของนักการ ขายอย่างไรที่จะทำให้สินค้านั้น ประสบความสำเร็จและสร้างคุณค่า ให้กับตัวสินค้าได้ 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)
Module 5 : การจัดการ องค์กรและ นโยบายองค์กร เพื่อการขาย	เมื่อศึกษา Module 5 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์กลยุทธ์องค์กร เพื่อการขายได้	หน่วยที่ 5 การจัดการ องค์กรและนโยบาย องค์กรเพื่อการขาย ตอนที่ 5.1นโยบาย กลยุทธ์ และโครงสร้าง องค์กรเพื่อการขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอนModule 5 3.กิจกรรม กรณีศึกษา การกำหนดกลยุทธ์ การตลาด บริษัท อิชิตัน ประสบปัญหาของ ตลาดรวมชาเขียวในช่วงที่ผ่านมา กลายเป็นตลาดที่ไม่ได้โตหวือหวา โดยเมื่อปีที่แล้ว (2561) ตลาดรวมมี มูลค่าประมาณ 11,892 ล้านบาท ก็ ยังติดลบมากถึง 10.11% ซึ่งตกต่ำ แบบนี้มาไม่ต่ำกว่า 3 ปีแล้ว จากเดิม ที่ตลาดเคยเฟื่องฟูสูงสุดมากถึงกว่า 17,000 ล้านบาท ในช่วงก่อนหน้านี้

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร ให้เป็นกลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ โดยกลยุทธ์ระดับธุรกิจจะมุ่งเน้นการตอบสนองตลาดเฉพาะส่วน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ทำงาน</p> <p>ให้นักศึกษากำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด โดยอธิบายตามส่วนผสมทางการตลาด (4P)</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>
<p>Module 6 : การจัดการ พนักงานขาย</p>	<p>เมื่อศึกษา Module 6 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์การสรรหา การ คัดเลือก การพัฒนาและ ประเมินผลพนักงานขาย ได้</p>	<p>หน่วยที่ 6 การจัดการ พนักงานขาย ตอนที่ 6.2 การสรรหา และการคัดเลือกพนักงาน ตอนที่ 6.3 การปฐมนิเทศ การพัฒนาและประเมินผล พนักงานขาย</p>	<p>1. ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 6</p> <p>3. กิจกรรม กรณีศึกษา การสรรหาคัดเลือก ประเมินของพนักงานขาย</p> <p>สมศักดิ์ จบการศึกษาจาก มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งเป็น มหาวิทยาลัยต่างจังหวัด ขณะที่ ทำการศึกษาอยู่ ชอบทำกิจกรรม โดยเฉพาะการประชุมเชิงวิชาการ สาขาที่ จบมา คือ วิทยาการ คอมพิวเตอร์ เป็นคนขี้อาย ต้องใช้ เวลาฝึกฝนและซ้อม เพื่อให้สามารถ นำเสนอข้อมูลกับการประชุมได้</p> <p>บริษัทที่เข้าร่วมงานเป็นบริษัท ข้ามชาติทำธุรกิจอุปกรณ์ไอที มี หน่วยงานทรัพยากรบุคคลที่มีระบบ ระเบียบแบบแผน ต้องทำการ ปฐมนิเทศเป็นเวลา 4 เดือน ก่อนออก ปฏิบัติงานขาย</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>สมศักดิ์ ทำงานที่นี้เป็นเวลา 4 ปี จึงเลื่อนตำแหน่งขึ้น เป็นผู้บริหารงานชาย เนื่องจากช่วงเวลาที่ปฏิบัติงานชาย มีผลงานดีเด่น แต่เมื่อมาเป็นผู้บริหารงานชายแล้ว ผลงานของหน่วยที่สมศักดิ์รับผิดชอบ มีผลงานขึ้นๆ ลงๆ ช่วงที่มียอดขายน้อย สมศักดิ์ก็จะออกไปพบลูกค้า เพื่อทำยอดขายเพิ่มเติม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การที่สมศักดิ์ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานเนื่องจากอะไร 2. การที่สมศักดิ์ ประสบความสำเร็จในฐานะพนักงานชายมาจากสาเหตุใด 3. เมื่อสมศักดิ์ได้เลื่อนตำแหน่งเป็นผู้บริหารงานชายแล้ว ทำไมหน่วยงานของสมศักดิ์ จึงมีผลงานไม่ดีน่าจะมาจากสาเหตุใด และควรแก้ไขอย่างไร 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)
Module 7 : ทีมขายและการจัดการทีมขาย	เมื่อศึกษา Module 7 จบ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์การสร้างแรงจูงใจ ค่าตอบแทน และเงินรางวัลพนักงานชายได้	หน่วยที่ 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย ตอนที่ 7.2 การสร้างแรงจูงใจ ค่าตอบแทน และเงินรางวัลพนักงานชาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 7 3. กิจกรรมกรณีศึกษา ทีมขายและการจัดการทีมขาย <p>ในภาวะโรคระบาดทั่วโลก โควิด-19 ทำให้ภาวะเศรษฐกิจชะงัก บริษัททรัพย์เจริญรุ่งเรือง เป็นผู้ผลิต รถเข็นสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบกิจการ</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>ขนาดเล็ก เพื่อนำไปใช้จำหน่าย ก๋วยเตี๋ยว บะหมี่เกี๊ยว หรือ อาหาร อื่นๆ เช่น น้ำเต้าหู้ ยอดขายมีการ ชะลอตัว ทำให้ผู้บริหารงานขายคิด วิธีการเพิ่มยอดขาย เพื่อให้พนักงาน ขายมีแรงจูงใจ โดยใช้เงินรางวัล ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริหารกำลังเลือกวิธีการให้ จ่ายเงินรางวัล ในรูปแบบ Commission (ได้รับในรูป %) กับ การตั้งเงินรางวัลในรูปแบบ All or None (Incentive Scheme) ท่าน คิดว่าวิธีใดเหมาะสมในฐานะ สถานการณ์เช่นนี้ 2. การสร้างแรงจูงใจ โดยการ จัดแข่งขันการขายเหมาะสมหรือไม่ใน สถานการณ์นี้ 3. หากจะเลือกวิธีการตั้งเงิน รางวัลในรูปของทีมจะได้ผลดีหรือไม่ ให้วิจารณ์ 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)
Module 8 : การวางแผนการขาย	เมื่อศึกษา Module 8 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์กระบวนการขาย ได้	หน่วยที่ 8 การวางแผนการขาย ตอนที่ 8.2 กระบวนการขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 8 3. กิจกรรม ทัศนศึกษา การวางแผนการขาย บริษัทผลิตเครื่องปรับอากาศแห่ง หนึ่ง ผู้บริหารการตลาดได้นำเสนอ รายงานยอดขายในอดีตย้อนหลัง 3 ปี

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>พบว่า ยอดขายมีลักษณะขึ้นและลงเป็นช่วงๆ โดยในช่วงตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม มียอดขายเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มยอดขายลดลงในช่วงปลายปี</p> <p>คณะผู้บริหารต้องการจะวางแผนการขายของสินค้าเครื่องปรับอากาศ เพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงยอดขายตกต่ำ และเพิ่มยอดขายในช่วงที่มียอดขายสูง เพื่อให้ยอดขายรวมเพิ่มขึ้น โดยใช้กำลังการผลิตที่มีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด</p> <p>ท่านคิดว่ารูปแบบอุปสงค์ของสินค้า “เครื่องปรับอากาศ” เป็นแบบใด</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>
<p>Module 9 : การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>	<p>เมื่อศึกษา Module 9 จบ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการขาย</p>	<p>หน่วยที่ 9 การสื่อสารการขาย</p> <p>ตอนที่ 9.1 การสื่อสารการขาย</p>	<p>1.ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 9</p> <p>3. กิจกรรมกรณีศึกษา การสื่อสารการขาย</p> <p>ประเทศไทยมีรายได้หลักจากธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีการเกิดขึ้นของโรงแรมที่พักจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย โดยเฉพาะ</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>กรุงเทพมหานคร มีจำนวนโรงแรมขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก</p> <p>อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ทำให้โรงแรมได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวาง มีการยกเลิกการจองห้องพัก และการเข้าใช้บริการที่เกี่ยวข้องในโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร สปา หรือบริการอื่น ก็ลดลงอย่างมาก หากท่านเป็นผู้บริหารการตลาดของโรงแรมขนาดใหญ่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร ท่านจะมีกลยุทธ์การสื่อสารการขายอย่างไร</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>
Module 10 : เทคนิคการขาย	เมื่อศึกษา Module 10 จบ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์การนำเสนอการขายอย่างมีประสิทธิภาพ	หน่วยที่ 10 เทคนิคการขาย ตอนที่ 10.3 การนำเสนอการขายอย่างมีประสิทธิภาพ	<p>1.ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 10</p> <p>3. กิจกรรมกรณีศึกษา การขายสินค้าเครื่องสำอางค์ลอรีอัล โดยศึกษาจากบทเรียนออนไลน์ที่นำเสนอไว้</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>
Module 11 : การเจรจาต่อรอง	เมื่อศึกษา Module 11 จบ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์เทคนิคการเจรจาต่อรองและ	หน่วยที่ 11 การเจรจาต่อรอง การขจัดข้อโต้แย้ง และการปิดการขาย ตอนที่ 11การเจรจาต่อรอง	<p>1.ทำแบบประเมินผลก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 11</p> <p>3. กิจกรรม</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของนักเจรจาต่อรอง		กรณีศึกษา การประมุขธุรกิจ น้ำอัดลมใน ฟู้ดคอร์ท ของ โคคา โคล่า โดยศึกษาจากบทเรียนออนไลน์ที่ นำเสนอไว้ 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)
Module 12 : บุคลิกภาพนัก ขาย	เมื่อศึกษา Module 12 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์การสร้างแบรนด์ บุคคลนักขายได้	หน่วยที่ 12 บุคลิกภาพนัก ขาย ตอนที่ 12.2 แบนด์บุคคล นักขาย	1.ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 12 3. กิจกรรม กรณีศึกษา บุคลิกภาพนักขาย นักศึกษาทุกท่าน ได้ศึกษาการ จัดการขายมาหลายหน่วยโมดูลแล้ว ลองสมมติตนเองเป็นแม่ค้าขายของ ออนไลน์ ใน Facebook หรือShopee และจะทำการขายของแบบ live ใน Facebook live หรือ Shopee live นักศึกษาจะสร้าง เพอร์เซอรัลแบ รนต์ติ้ง (personal branding) หรือ การสร้างแบรนด์บุคคล ของตนเอง อย่างไร 4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ 5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)
Module 13 : การจัดการเวลา และทรัพยากร ขาย	เมื่อศึกษา Module 13 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์การดำเนินการ และการประเมิน ประสิทธิภาพการจัดการ เวลาการขายได้	หน่วยที่ 13 การจัดการ เวลาพนักงานขาย ตอนที่ 13.2 การ ดำเนินการและการประเมิน ประสิทธิภาพการจัดการ เวลาการขาย	1.ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ) 2. ศึกษาคลิปการสอน Module 13 3. กิจกรรม กรณีศึกษา การจัดสรรทรัพยากรการ ขาย

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>ถ้าท่านได้รับโอกาสและเห็นว่า อันนี้เป็นโอกาสในการทำธุรกิจในการสร้างอาชีพ ท่านจะมีการเชื่อมโยงอย่างไรกับชุมชนที่อยู่ใกล้ๆ ชุมชนตรงนั้นที่ ท่านอยู่ใกล้ๆ เป็นชุมชนเกี่ยวกับอะไร และเขาต้องการความรู้ด้านการเงินอะไรที่จะเข้าไปช่วยส่งเสริมตรงนั้นทำให้เขาสามารถที่จะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเขาตรงนี้</p> <p>โดยเราจะทำอย่างไรถ้าเรามี โจทย์ว่า วันหนึ่งๆ รถมาเติมน้ำมันในปั้มน้ำมันหลายร้อยหลายพันคัน มาทุกวัน โดยรถ 1 คันต้องเข้าปั้มน้ำมันอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ท่านจะทำอย่างไร ให้เขาเห็นว่าท่านให้บริการอะไรอยู่ เพราะสิ่งที่ท่านให้บริการเป็น สิ่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของเขา บริการในสิ่งที่ใกล้ชิดตัวเขา เช่น ประกันรถยนต์ ประกันสุขภาพ ประกันหักลดหย่อนภาษี หรือประกันเงินเก็บให้กับลูกหลานของลูกค้า ท่านจะทำอย่างไรให้ลูกค้านั้นนอกจากที่จะมาเติมน้ำมัน มาซื้อกาแฟกลับบ้าน แต่ให้ลูกค้าแวะหาท่าน 5 นาที 10 นาที แล้วสนใจในตัวสินค้าและบริการ มาลองคิดโอเคเดียว ถ้าโชคดีท่านจะได้ลูกค้า ถ้าโชครึ่กกว่าท่านจะได้ทีมขายไฟแรงมือใหม่สุดยอดนักขาย</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน</p> <p>(5 ข้อ)</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
Module 14 : จรรยาบรรณ และกฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการ ขายและขายตรง	เมื่อศึกษา Module 14 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์เทคนิคการขาย สมัยใหม่ได้	หน่วยที่ 14 จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การขายและขายตรง ตอนที่ 14.1 แนวคิด เกี่ยวกับการขายสมัยใหม่	<p>1.ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 14</p> <p>3. กิจกรรม</p> <p>กรณีศึกษา เทคนิคการขายสมัยใหม่</p> <p>ธุรกิจร้านขายเครื่องสำอาง เฉพาะทางในห้างสรรพสินค้า จัดว่า เป็นธุรกิจที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ ชมชอบของเหล่าลูกค้าเกือบทุกกลุ่ม ทุกวัย นับตั้งแต่อิทธิพลของภาพยนตร์ ซีรี่เกาหลีเข้ามาฉายในช่องทางต่างๆ ของบ้านเรา ผู้บริโภคตั้งแต่วัยเยาว์ จนถึงผู้สูงอายุต่างให้ความสนใจสน การดูแลความสวยงามบนใบหน้าและ ผิวพรรณกันมากขึ้น จนเกิดเป็นคำ จำกัดความที่ล้อกันเล่นว่า “คนในยุค นี้กลัวแก่มากกว่ากลัวตาย” เป็นต้น</p> <p>ทราบจนเมื่อมีสถานการณ์โรค ระบาดที่มีชื่อว่า COVID-19 ทำให้ ห้างสรรพสินค้าต้องหยุดบริการเป็น เวลาร่วม 2 เดือน และเมื่อเริ่มผ่อน คลายกลับมาเปิดใหม่ ยอดขายก็ยังไม่ กลับมาเหมือนเดิม การบริโภคสินค้า ประเภทนี้กลายเป็นสิ่งเกินความ จำเป็น ผู้บริโภคที่มาเดินใน ห้างสรรพสินค้าลดลงไปค่อนข้างมาก จนคำจำกัดความที่เคยพูดกัน เปลี่ยนแปลงเป็น “คนในยุคโควิดกลับ มากลัวตายมากกว่ากลัวแก่” เป็นต้น</p> <p>ท่านมีความเห็นอย่างไรกับ เหตุการณ์นี้ และหากจะแนะนำ ผู้ประกอบการโดยการนำเอาแนวคิด</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>การขายสมัยใหม่และองค์รวมของ การขายมาใช้ได้อย่างไรบ้าง</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>
<p>Module 15 : จรรยาบรรณนัก ขายและนักขาย ตรง</p>	<p>เมื่อศึกษา Module 15 จบ นักศึกษาสามารถ วิเคราะห์การนำหลักการ จรรยาบรรณนักขายมาใช้ ในการขายได้</p>	<p>หน่วยที่ 15 จรรยาบรรณ นักขายและนักขายตรงไทย ตอนที่ 15.1 จรรยาบรรณ นักขายไทย</p>	<p>1.ทำแบบประเมินผล ก่อนเรียน (5 ข้อ)</p> <p>2. ศึกษาคลิปการสอน Module 15</p> <p>3. กิจกรรม กรณีศึกษา จรรยาบรรณนักขาย สมาคมการตลาด นักขาย นัก ขายตรง ต่างพยายามออกกฎระเบียบ วิธีการในการชักจูงให้พนักงานภายใต้ สังกัด ต่างเห็นความสำคัญและนำเอา หลักการจรรยาบรรณมาใช้ในหน้าที่ การงาน ในลักษณะของการบังคับใช้ ที่ไม่ใช้กฎหมาย เพื่อดำรงให้สังคม การซื้อขายเป็นไปได้อย่างดีด้วยความ เรียบร้อย ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และเจ้าของกิจการ ร้านค้าต่างๆ</p> <p>อย่างไรก็ตาม เราอาจเห็นอีก หลายสถานการณ์ที่ใกล้ตัวมากกว่า นั้น และน่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง เช่น ชาว การพบเนื้อวัวปลอม ที่วางจำหน่ายใน ตลาดสดหลายๆแห่งในกรุงเทพ ปทุมธานี สมุทรปราการ และ ฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็น เนื้อหมูปลอมเป็น เนื้อวัว โดยการนำเอาเนื้อหมูมาชุบ เลือดวัว ก่อนวางจำหน่ายในลักษณะ และราคาของเนื้อวัวตามท้องตลาด แก่ประชาชน</p>

Module/เรื่อง	วัตถุประสงค์	เนื้อหา	กิจกรรม
			<p>ท่านมีความเห็น และมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขต่อสถานการณ์นี้อย่างไร โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับหลักการจรรยาบรรณนักขาย</p> <p>4. ตรวจสอบกิจกรรมจากแนวตอบ</p> <p>5. ทำแบบประเมินหลังเรียน (5 ข้อ)</p>



คู่มือผู้เรียน



วิธีการศึกษา

ชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย



- 1.1 นักศึกษาศึกษาเอกสารการสอนชุดวิชา ตามวิธีการศึกษาที่ระบุในเอกสารการสอน
- 1.2 สอบไล่ประจำภาคการศึกษาตามกำหนดของมหาวิทยาลัย

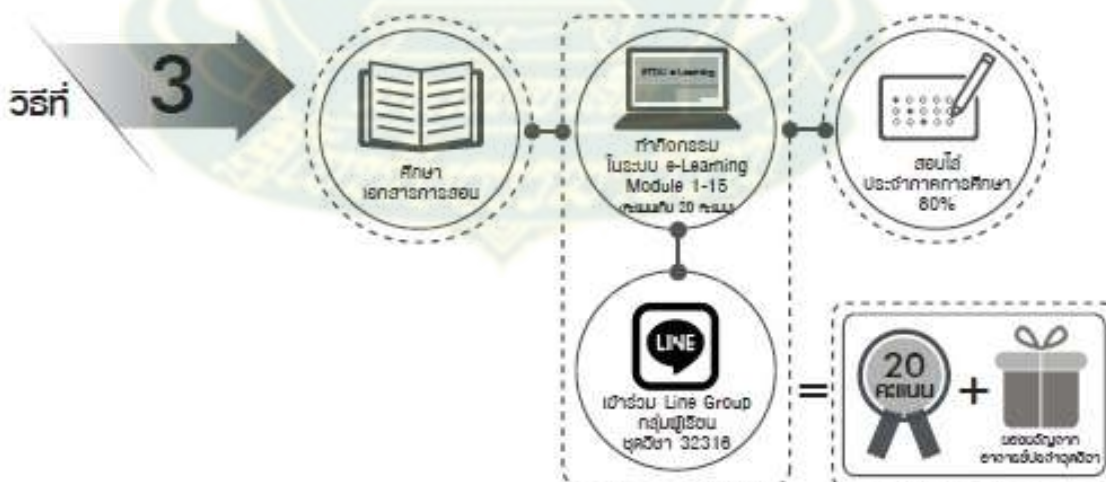


- 2.1 นักศึกษาศึกษาเอกสารการสอนชุดวิชา ตามวิธีการศึกษาที่ระบุในเอกสารการสอน
- 2.2 ทำกิจกรรมประจำชุดวิชา โดยสรุปเนื้อหาหน่วยที่ 1-15 ความยาวหน่วยละ 4-8 หน้ากระดาษ A4 รวมส่งงานไม่น้อยกว่า 60 หน้ากระดาษ และไม่เกิน 90 หน้ากระดาษ ตัวอักษรขนาด 16 point

ส่งมาที่
อ.ปภาวลัย สุทธิประสิทธิ์
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
9/9 หมู่ 9 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

ภายในวันที่ 19 กรกฎาคม 2563 (20 คะแนน)

- 2.3 สอบไล่ประจำภาคการศึกษาตามกำหนดของมหาวิทยาลัย



- 3.1 นักศึกษาศึกษาเอกสารการสอนชุดวิชา ตามวิธีการศึกษาที่ระบุในเอกสารการสอน
 3.2 ทำกิจกรรม ในระบบ e-Learning Module 1 - 15 (คะแนนเก็บ 20 คะแนน) ดังนี้

1) เข้าเว็บไซต์ <http://moodle.stou.ac.th>



2) ลงชื่อเข้าใช้งานคลิกปุ่ม Log in (สีแดงขวามือ)



3) กรอกรายชื่อ Username / Password คือ รหัสนักศึกษา 10 หลัก แล้วคลิกปุ่ม Log in



4) ตรวจสอบการเข้าใช้งานจะปรากฏชื่อผู้เรียนที่บนขวาบน



5) เสือสองตำนร่างเพื่อค้นหาคูวิชา พิมพ์รหัสคูวิชา 32316 ไม่ช่อง Search แล้วคลิกปุ่ม GO



6) เลือกชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย (2/2562) เพื่อเข้าสู่เรียน



7) ดำเนินการตามกระบวนการเรียนรู้ของระบบออนไลน์



3.3 สแกน QR code เพื่อเข้าร่วม Line Group กลุ่มผู้เรียนชุดวิชา 32316 เพื่อรับข้อแนะนำเกี่ยวกับวิธีการเรียนและการทำใบงานจากการเรียน จากคณาจารย์ประจำหลักสูตร และร่วมพูดคุย ท้าใจแนวทางการเรียน กับเพื่อนนักศึกษา



3.4 สอนไล่ประจำภาคการศึกษาตามกำหนดของมหาวิทยาลัย

3.5 เมื่อศึกษาและทำกิจกรรมในระบบ e-Learning ครบ 15 Module นักศึกษาจะได้รับคะแนนเก็บ 20 คะแนน พร้อมทั้งของขวัญพิเศษจากคณาจารย์และทีมงานประจำชุดวิชา ส่งตรงถึงบ้านนักศึกษา



วิธีการศึกษา และทำกิจกรรม

ในระบบ e-Learning ชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

ขอให้นักศึกษา เข้าศึกษานทเรียนและทำกิจกรรมในระบบ e-Learning ดังนี้

ชุดวิชา 32316
การจัดการการขายและศิลปะการขาย
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

หน้าหลัก | บ้าน | หน้าแรก | หน้าสมัครเรียน

🏠 หน้าหลัก | 🗨️ Forum สำหรับสอบถามปัญหาการเรียนการสอน | 📝 ใบงานภาคเรียน | 📅 ประวัติเรียนการสอนที่กลุ่มเรียน | 📊 บันทึกผลเรียน | 📄 บันทึกผลภาคเรียน

รหัสวิชา/ชื่อรายวิชา: 32316/32316-001-001

Scan QR Code ที่นี่

1. นักศึกษาสามารถเข้าไปติดตามข่าวสารข้อมูล เกี่ยวกับการเรียนได้ตลอดเวลา
2. สำหรับสอบถามปัญหาการเรียนการสอน กับอาจารย์ผู้สอน **นักศึกษาไม่สามารถส่งกิจกรรมในช่องทางนี้ เนื่องจากระบบไม่สามารถให้คะแนนได้**
3. **คลิก** ศึกษารายละเอียดในการเรียน การทำแบบทดสอบ การส่งกิจกรรม
4. **คลิก** นักศึกษาแนะนำตนเองตามรายละเอียดที่กำหนด
5. **คลิก** นักศึกษาศึกษารายละเอียดระยะเวลา กำหนดการต่างๆในการศึกษา การทำกิจกรรม และการสอบไล่ประจำภาค การศึกษา
6. **คลิก** นักศึกษาควรศึกษา Video Clip ปฐมนิเทศ เพื่อทำความเข้าใจคำอธิบาย ชุดวิชา วัตถุประสงค์การเรียน ขั้นตอนการเรียน การทำกิจกรรม การวัดและประเมินผล
7. นักศึกษา Scan QR Code การเข้ากลุ่มไลน์ (Line Group) ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารกับ อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนชุดวิชานี้

3. แบบทดสอบก่อนเรียนประจำชุดวิชา ←

โมดูล 1 ครอบคลุมกิจกรรมฯ และหลักการฯ

4. แบบทดสอบก่อนเรียน Page 1 ←

5. Page 11 ครอบคลุมเนื้อหาหลัก กรณีศึกษา กรณี 1 กรณีศึกษา ใบประกอบฯ ←



6. Page 12 ครอบคลุมเนื้อหาหลัก กรณีศึกษา กรณี 2 กรณีศึกษา "Shaper" ←



7. บทสรุป Page 1 ←

8. แบบทดสอบหลังเรียน Page 1 ←

- 8. **คลิก** นักศึกษาต้องทำแบบทดสอบก่อนเรียนประจำชุดวิชา เพื่อทราบว่านักศึกษามีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับชุดวิชามากหรือน้อยเพียงใด
- 9. **คลิก** นักศึกษาต้องทำแบบทดสอบก่อนเรียนประจำ Module เพื่อทราบว่านักศึกษามีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาใน Module ที่จะศึกษามากหรือน้อยเพียงใด
- 10. **คลิก** นักศึกษาต้องดู Video Clip ใน Module ที่กำลังศึกษาให้ครบทุก Video Clip
- 11. **คลิก** นักศึกษาทำกิจกรรมประจำ Module โดยอ่านคำชี้แจงการทำกิจกรรมให้เข้าใจ

กิจกรรม ชุดฯ 1



นักศึกษาอ่านคำชี้แจงการทำกิจกรรมให้เข้าใจ

Submission status

Submission status	No attempt
Grading status	Not graded
Last modified	-
Submission comments	Comments 0/0

12. **คลิก Add submission** เพื่อตอบคำถามของกิจกรรมตามกรณีปัญหา/กรณีศึกษา ประจำ Module ที่กำลังศึกษาอยู่ ตามที่อาจารย์มอบหมาย



13. กรณีพิมพ์คำตอบ ให้พิมพ์ในช่อง Online Text



14. กรณีพิมพ์คำตอบในรูปแบบไฟล์ ให้คลิก Add File



14.1 จากนั้นเลือกไฟล์คำตอบกิจกรรม โดย **คลิก Choose File** แล้วเลือกไฟล์ที่นักศึกษาพิมพ์คำตอบไว้

14.2 เมื่อเลือกไฟล์เสร็จเรียบร้อยแล้วให้ **คลิก Upload This File**



14.3 เมื่อนักศึกษาตอบคำถามกิจกรรมหรือแนบไฟล์คำตอบกิจกรรมเรียบร้อยแล้วให้นักศึกษา **คลิก Save changes** เพื่อบันทึก (การเปลี่ยนแปลง) คำตอบ

15. หากนักศึกษาต้องการเปลี่ยนแปลง/แก้ไขคำตอบกิจกรรมโต้ตอบนี้ ดังนี้

15.1 คลิกที่กิจกรรมของ Module ที่ต้องการเปลี่ยนแปลง/แก้ไข คำตอบ

15.2 คลิก Edit Submission เพื่อ เปลี่ยนแปลง/แก้ไขคำตอบกิจกรรม ที่เคยส่งไว้แล้ว

15.3 กรณีพิมพ์คำตอบให้ แก้ไขที่ Online Text ได้เลย

15.4 กรณีแนบไฟล์คำตอบกิจกรรม ให้คลิกที่ไฟล์ แล้วเลือก Delete จากนั้นจึงเลือกไฟล์ใหม่

15.5 เมื่อแก้ไขคำตอบกิจกรรม เรียบร้อยแล้ว ให้ **คลิก Save changes** เพื่อบันทึก (การเปลี่ยนแปลง) คำตอบ

16. นักศึกษาสามารถเข้าไปเข้าไปตรวจสอบการส่งคำตอบและคะแนนกิจกรรมของตนเองได้ โดยคลิกที่กิจกรรมที่ต้องการตรวจสอบ

16.1 นักศึกษาสามารถดูคะแนนกิจกรรมจากช่อง Grade

16.2 นักศึกษาสามารถดูข้อเสนอแนะของอาจารย์จากช่อง Feedback comments

ชุดวิชา 32316
จัดการ
ราย
สัปดาห์
ราย
สัปดาห์
การจัดการ
สมัยด้วยระบบ
บริหาร

16.3 นักศึกษาสามารถดูคะแนนทุกกิจกรรมในชุดวิชา โดยคลิกที่เมนู Navigation > My Course > ชุดวิชา > Grades

Grade item	Calculated weight	Grade	Range	Percentage	Feedback	Contribution to course total
32316 การจัดการรายสัปดาห์			0/2562			
แบบทดสอบ ฝึกหัด tugas 5	0.00 % (Empty)	-	0-5	-		0.00 %
แบบทดสอบ ฝึกหัด tugas 3	0.00 % (Empty)	-	0-5	-		0.00 %
Formulir tugas 5	0.00 % (Empty)	-	0-100	-		0.00 %
Formulir tugas 6	0.00 % (Empty)	-	0-10	-		0.00 %
แบบทดสอบ ฝึกหัด tugas 2	0.00 % (Empty)	-	0-5	-		0.00 %
Formulir tugas 2	0.00 % (Empty)	-	0-10	-		0.00 %
Formulir tugas 1	100.00 %	8.00	0-10	80.00 %	คุณ สามารถตรวจสอบคะแนนการส่งในฝึกหัดของตัวฝึกหัดเองได้เช่น แบบฝึกหัด	80.00 %

คะแนน ข้อเสนอแนะจากอาจารย์



17. **กลั๊ก** นักศึกษาต้องทำแบบทดสอบหลังเรียนประจำ Module หลังจากศึกษาบทเรียนและทำกิจกรรมของ Module เรียบร้อยแล้ว เพื่อทราบว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาใน Module ที่ศึกษาเพิ่มขึ้นมากหรือน้อยเพียงใด

หมายเหตุ เมื่อนักศึกษาศึกษา Module หนึ่ง จะต้องให้นักศึกษาเริ่มศึกษาตั้งแต่ต้นของบทที่ 8 - 17 จนครบ 15 Module



18. **กลั๊ก** หลังจากนักศึกษาศึกษาทำกิจกรรมครบทุก Module แล้ว ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียนประจำชุดวิชา เพื่อทราบว่านักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาในชุดวิชาที่ศึกษาเพิ่มขึ้นมากหรือน้อยเพียงใด



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบประเมินความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์การศึกษาต้นแบบชิ้นงาน

คำชี้แจง ขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์ การศึกษาต้นแบบชิ้นงานของผู้เชี่ยวชาญในข้อคำถามต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ หรือ ไม่แล้ว ใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง "คะแนนพิจารณา" ตามความคิดเห็นของท่าน

เห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0

เห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
ด้านเนื้อหา				
ท่านคิดว่าสภาพปัจจุบันของการเรียนการสอนชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขายเป็นอย่างไร				
ท่านคิดว่าการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาควรมีเนื้อหาลักษณะเป็นอย่างไร				
ท่านคิดว่าการเรียนการสอนที่ช่วยส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาควรมีลักษณะเป็นอย่างไร				
ท่านคิดว่าวิธีใดที่จะทำให้ นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนการสอนชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย				
ท่านคิดว่าการประเมินผลเพื่อส่งเสริมทักษะการแก้ปัญหาควรมีลักษณะเป็นอย่างไร				
ด้านการเรียนการสอน				
ท่านคิดว่าการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐานจะช่วยให้ นักศึกษาเกิดองค์ความรู้ด้านการจัดการการขายและศิลปะการขาย เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหา ควรมีลักษณะอย่างไร				
ท่านคิดว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาควรมีลักษณะใด				
ท่านคิดว่าขั้นตอนการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหา ควรมีขั้นตอนอย่างไร				
ท่านคิดว่าการประเมินผลโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาควรมีลักษณะอย่างไร				
ด้านการออกแบบการเรียนการสอน				
ท่านคิดว่าสภาพปัจจุบันของการเรียนการสอนออนไลน์มีลักษณะเป็นอย่างไร				

รายการประเมิน	คะแนนพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
การออกแบบการเรียนการสอนตามมาตรฐาน และแนวปฏิบัติ MOOC ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ จะช่วยในการแก้ไขปัญหาการเรียนการสอนออนไลน์ได้อย่างไร				
อะไรคือปัจจัยที่สำคัญในการนำมาตรฐาน และแนวปฏิบัติ MOOC ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ				

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)



แบบประเมินความสอดคล้องของแบบประเมินรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้
ปัญหาเป็นฐาน ตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC

คำชี้แจง ขอความกรุณาให้ท่านพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้องของแบบประเมินรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC เพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาสำหรับนักศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชในข้อคำถามต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ หรือ ไม่แล้ว ใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง "คะแนนพิจารณา" ตามความคิดเห็นของท่าน

เห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0

เห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

รายการประเมิน		คะแนนพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
มาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC 1. โครงสร้างรายวิชา (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 ,1.2 ,1.3) 2. ความพร้อมของบุคลากร (ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ,2.2) 3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4) 4. เนื้อหา (ตัวบ่งชี้ที่ 4.1 ,4.2,4.3) 5. สื่อการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 ,5.2) 7. ลิขสิทธิ์และครีเอทีฟคอมมอนส์ (ตัวบ่งชี้ที่ 7.1 ,7.2)	1. ชั้นก่อนเรียน (Induction)				
	1.1 ชั้นเตรียมความพร้อมของผู้สอน และผู้เรียน ประกอบด้วย การปฐมนิเทศผู้สอน และผู้เรียนในรูปแบบออนไลน์				
	1.2 ทำแผนการสอน และแผนกิจกรรมบทเรียนออนไลน์ร่วมกับการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานตามมาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC				
	1.3 ทำแบบประเมินผลการเรียนการสอน				
	1.4 ศึกษาคู่มือการสอน				
	1.5 ศึกษาคู่มือการเรียน				
	1.6 ทดสอบผู้เรียนก่อนเรียน				
	1.7 แจงผลทดสอบผู้เรียน				
1. โครงสร้างรายวิชา (ตัวบ่งชี้ที่ 1.1 ,1.2 ,1.3) 2. ความพร้อมของบุคลากร (ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 ,2.2) 3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4)	2.0 ชั้นตอนเรียน (Learning)				
	2.1 ชั้นก่อนเรียน				
	1) ปฐมนิเทศชุดวิชา				
	2) ประเมินผลก่อนเรียนเนื้อหาแต่ละ Module				
	3) แจงผลทดสอบผู้เรียน				

รายการประเมิน		คะแนนพิจารณา			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
5. สื่อการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 5.1 ,5.2)	2.2 ชั้นระหว่างเรียน				
	1) ศึกษาทเรียนแต่ละ Module - ทบทวนความคิด (1) - ต่อดิดสิ่งใหม่ (2)				
6. การสื่อสาร (ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 ,6.2) 7. ลิขสิทธิ์และครีเอทีฟคอมมอนส์ (ตัวบ่งชี้ที่ 7.1 ,7.2) 8. การสนับสนุนผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ที่ 8.1 ,8.2 ,8.3)	2) ทำกิจกรรม ประกอบด้วย - เข้าใจปัญหา (3) - ศึกษาประเด็น (4) - มองเห็นวิธีการ (5) - สนุกสนานแก้ปัญหา (6) - นำมาสรุปผล (7)				
	2.3 ชั้นประเมินผล ประกอบด้วย - ประเมินผลจากผลงานที่ได้จากการทำกิจกรรม - จากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและผู้สอน - ประเมินผลหลังเรียนแต่ละ Module				
3. การออกแบบการเรียนการสอน (ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ,3.2 ,3.3 ,3.4) 6. การสื่อสาร (ตัวบ่งชี้ที่ 6.1 ,6.2) 8. การสนับสนุนผู้เรียน (ตัวบ่งชี้ที่ 8.1 ,8.2 ,8.3)	3.0 ชั้นประเมินผลการเรียน (Evaluation)				
	3.1 ทดสอบผู้เรียนหลังเรียน				
	3.2 แจงผลทดสอบผู้เรียนหลังเรียน				
9. ผลการจัดการเรียนรู้ (ตัวบ่งชี้ที่ 9.1 ,9.2) 10. การปรับปรุงพัฒนา (ตัวบ่งชี้ที่ 10.1 ,10.2)	4.0 ชั้นประเมินผลสรุป (Summative Evaluation)				
	4.1 ประเมินความคิดเห็นของผู้เรียน ผู้สอน และบุคลากรฝ่ายสนับสนุน				
	4.2 นำผลการประเมินผล มาปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน				
การประเมินกิจกรรมในแต่ละหน่วย					
การประเมินทักษะการแก้ปัญหา					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

เกณฑ์การประเมินผลทักษะการคิดแก้ปัญหาการจัดการขายและศิลปะการขายสำหรับนักศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	4	3	2	1
1) ด้านการระบุปัญหา	อธิบายถึงสภาพปัญหาได้ในประเด็นต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ชัดเจน และยกตัวอย่างปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม	อธิบายถึงปัญหาในประเด็นต่าง ๆ ได้ อย่างครบถ้วน ชัดเจน แต่ยังไม่สามารถยกตัวอย่างปัญหาที่เกิดขึ้นได้	อธิบายถึงปัญหาในประเด็นต่าง ๆ ได้ อย่างครบถ้วน แต่ยังขาดความชัดเจน	ไม่สามารถระบุปัญหาได้ชัดเจน
2) การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา	อธิบายประเด็น ประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์รายละเอียดจากการนำเสนอ เนื้อหาและถ่ายทอดประสบการณ์ของตนเองได้อย่างมีเหตุผล ตรงประเด็น	อธิบายประเด็น ประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์รายละเอียดจากการนำเสนอ เนื้อหาและถ่ายทอดประสบการณ์ของตนเองแต่ยังไม่ตรงประเด็น	อธิบายประเด็น ประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์รายละเอียดจากการนำเสนอ เนื้อหา แต่ไม่สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ของตนเองได้	อธิบายประเด็น ประเด็นต่าง ๆ และวิเคราะห์รายละเอียดจากการนำเสนอ เนื้อหาแต่ไม่ชัดเจน
3) การนำเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหา	นำเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหา โดยอ้างอิงหลักการ ทฤษฎี อย่างมีเหตุผลที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	นำเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหา โดยอ้างอิงหลักการ ทฤษฎี อย่างมีเหตุผลแต่ไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง	นำเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหา โดยอ้างอิงหลักการ ทฤษฎี แต่ยังไม่มีความสนับสนุน	นำเสนอแนวคิดในการแก้ไขปัญหาแต่ไม่มีการอ้างอิงหลักการ ทฤษฎี แต่ยังไม่มีความสนับสนุน
4) แนวทางการแก้ไขปัญหา	อธิบายแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องได้อย่างครบถ้วน ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ โดยมีอ้างอิงอย่างถูกต้องจากแหล่งเรียนรู้ในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาจากประสบการณ์ตรงผ่านตัวบุคคล การศึกษาจากแนวปฏิบัติที่ดี	อธิบายแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ จากแหล่งเรียนรู้ในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาจากประสบการณ์ตรงผ่านตัวบุคคล การศึกษาจากแนวปฏิบัติที่ดี แต่ไม่สามารถอ้างอิงได้อย่างถูกต้อง	อธิบายแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องแต่ไม่ครบถ้วน แสดงการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ จากแหล่งเรียนรู้ในประเทศเท่านั้น	อธิบายแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องแต่ไม่ครบถ้วน และไม่สามารถอ้างอิงได้อย่างถูกต้อง
5) การวิเคราะห์ปัญหา	นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัญหา วิพากษ์ปัญหาในแต่ละองค์ประกอบ ลำดับ	นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัญหา วิพากษ์ปัญหาในแต่ละองค์ประกอบ ลำดับ	นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัญหา วิพากษ์ปัญหาในแต่ละองค์ประกอบ ลำดับ	นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัญหา วิพากษ์ปัญหาในแต่ละองค์ประกอบ ลำดับ

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	4	3	2	1
	<p>ความสำคัญของปัญหาจากโจทย์ที่เกิดขึ้น โดยนำเสนอเป็นการกำหนดโครงสร้าง และแนวในการเลือกลำดับความสำคัญได้อย่างถูกต้อง และมีรายละเอียดที่ครบถ้วน</p>	<p>ความสำคัญของปัญหาจากโจทย์ที่เกิดขึ้น โดยนำเสนอเป็นการกำหนดโครงสร้าง แต่ไม่สามารถลำดับความสำคัญได้อย่างถูกต้อง และมีรายละเอียดที่ครบถ้วน</p>	<p>ความสำคัญของปัญหาจากโจทย์ที่เกิดขึ้น แต่ไม่สามารถกำหนดโครงสร้างอย่างที่ครบถ้วน</p>	<p>องค์ประกอบ แต่ยังขาดรายละเอียด</p>
6) กระบวนการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา	<p>แสดงการอธิบายแนวคิดในกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยมีความสอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด แสดงถึงแนวคิดโดยมีรายละเอียดตามหลักการครบถ้วน โดยผลการตัดสินใจนั้นเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในชั้นเรียน</p>	<p>แสดงการอธิบายแนวคิดในกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยมีความสอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด แสดงถึงแนวคิดโดยมีรายละเอียดตามหลักการครบถ้วน</p>	<p>แสดงการอธิบายแนวคิดในกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยมีความสอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด แสดงถึงแนวคิดโดยมีรายละเอียดตามหลักการแต่ไม่ครบถ้วน</p>	<p>แสดงการอธิบายแนวคิดในกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องโดยมีความสอดคล้องกับหัวข้อที่กำหนด แต่ยังไม่ชัดเจน</p>
7) การประเมินผลการแก้ปัญหา	<p>อธิบายการประเมินผลการแก้ไขปัญหา แสดงแนวทางในการปฏิบัติที่ดีโดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแผนผังความคิด หรือการระบุการแนวทางการแก้ปัญหาที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหามาในครั้งต่อไป และนำเสนอเพื่อเป็นตัวอย่าง โดยมีการแสดงความคิดเห็นและการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในชั้นเรียน มีรายละเอียดครบถ้วน</p>	<p>อธิบายการประเมินผลการแก้ไขปัญหา แสดงแนวทางในการปฏิบัติที่ดีโดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแผนผังความคิด หรือการระบุการแนวทางการแก้ปัญหาที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหามาในครั้งต่อไป โดยมีการแสดงความคิดเห็นและการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในชั้นเรียน มีรายละเอียดครบถ้วน</p>	<p>อธิบายการประเมินผลการแก้ไขปัญหา แสดงแนวทางในการปฏิบัติที่ดีโดยนำเสนอในรูปแบบการเขียนแผนผังความคิด หรือการระบุการแนวทางการแก้ปัญหาที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหามาในครั้งต่อไป โดยมีการแสดงความคิดเห็นและการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในชั้นเรียน แต่ขาดรายละเอียด</p>	<p>ไม่มีกรอภิปรายการประเมินผลการแก้ปัญหาแต่มีการแสดงความคิดเห็นและมีการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในชั้นเรียน</p>

รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
	4	3	2	1
8) การนำเสนอผลการแก้ไขปัญหา	นำเสนอผลการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลของการกำหนดการแก้ไขปัญหานั้นอย่างถูกต้องตามหลักการ มีส่วนร่วมในชั้นเรียนในการอภิปรายกระบวนการแก้ไขปัญหานั้นที่สามารถปฏิบัติได้จริง	นำเสนอผลการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลของการกำหนดการแก้ไขปัญหานั้นอย่างถูกต้องตามหลักการ มีส่วนร่วมในชั้นเรียนในการอภิปรายกระบวนการแก้ไขปัญหา	นำเสนอผลการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลของการกำหนดการแก้ไขปัญหานั้นอย่างถูกต้องตามหลักการ แต่ยังไม่ชัดเจน	นำเสนอผลการแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งอธิบายเหตุผลของการกำหนดการแก้ไขปัญหานั้นแต่ยังไม่ชัดเจน
9) การนำผลการแก้ไขปัญหามาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง	นำเสนอรายงาน หรือโครงการที่เป็นประโยชน์โดยสะท้อนจากประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหา โดยเป็นสิ่งใหม่ในชั้นเรียน ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสม และนำเสนอต่อเพื่อนร่วมชั้นเรียน	นำเสนอรายงาน หรือโครงการที่เป็นประโยชน์โดยสะท้อนจากประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหา ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนเหมาะสม และนำเสนอต่อเพื่อนร่วมชั้นเรียน	นำเสนอรายงาน หรือโครงการที่เป็นประโยชน์แต่ไม่สามารถสะท้อนจากประสบการณ์ในการเรียนต่อเพื่อนร่วมชั้นเรียนได้	นำเสนอรายงาน หรือโครงการที่เป็นประโยชน์แต่ยังตรงประเด็น





แบบทดสอบก่อนเรียน – หลังเรียน
ประจำชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

แบบทดสอบก่อนเรียน
ชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
(ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวน 30 ข้อ)

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
โมดูล 1 กระบวนการขาย และพนักงานขาย ข้อ 1 อธิบายปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขาย	1.ปัจจัยใดต่อไปนี่ที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการขาย ก. ก้าวตามโลกให้ทัน ข. พัฒนาการขายของตนอยู่เสมอ ค. ประารถนาที่จะประสบความสำเร็จ ง. สร้างการขายในแบบฉบับของตัวเอง จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ ง. สร้างการขายในแบบฉบับของตัวเอง		√					
ข้อ 2 อธิบายถึงความสำคัญของการขายได้	2.ลักษณะที่สำคัญของอาชีพการขายในข้อใดไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาชีพการขาย ก. ความสำเร็จของอาชีพการขายสามารถวัดได้รวดเร็ว ข. เป็นอาชีพที่ต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา ค. เป็นอาชีพที่ไม่หยุดนิ่ง ง. เป็นอาชีพที่ผูกมัดไม่มีความเป็นส่วนตัว จ. เป็นอาชีพที่ให้รายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง คำตอบคือ ง. เป็นอาชีพที่ผูกมัดไม่มีความเป็นส่วนตัว	√						
โมดูล 2 ธุรกิจการขาย ข้อ 3 อธิบายการจัดการหน่วยงานขายและการขายส่วนบุคคลได้	3.ข้อใดเป็นคุณสมบัติการขายส่วนบุคคล ก. การโต้ตอบส่วนบุคคล ข. การปลุกฝัง ค. การตอบสนอง ง. การนำเสนอและการสาธิต จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 4 อธิบายรูปแบบการดำเนินธุรกิจขายได้	4.ข้อใดเป็นจุดเด่นของการขายตรงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ก. ความสัมพันธ์กับลูกค้าที่แข็งแกร่ง ข. การประสานงานกับกลยุทธ์ทางธุรกิจอื่น ๆ	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	ค. การควบคุมต้นทุนและราคา ง. การเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ						
โมดูล 3 เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการขาย ข้อ 5 อธิบายแนวคิดและ ความรู้เบื้องต้นของ เทคโนโลยีปัจจุบันต่อการ ขายได้	5.ข้อใดเป็นปัญหาของฝ่ายจัดซื้อ หรือผู้ซื้อ ก. ความเสี่ยง ข. ต้นทุน ค. ความถี่ ง. ทรัพย์สินทางปัญญา จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ	√					
ข้อ 6 อธิบายบทบาทของ เทคโนโลยีปัจจุบันต่อการ ขายได้	6.ข้อใดเป็นบทบาทของเทคโนโลยีในปัจจุบันต่อการขาย ก. เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะสินค้า นวัตกรรม และ ส่งเสริมการตลาด ข. เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะส่งเสริมการตลาด นวัตกรรม และช่องทางการจัดจำหน่าย ค. เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะสินค้า ส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ง. เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะสินค้า นวัตกรรม และ ช่องทางการจัดจำหน่าย จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ ง. เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะสินค้า นวัตกรรม และช่องทางการจัดจำหน่าย		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
<p>โมดูล 4 การขาย กับการจัดการคุณค่า</p> <p>ข้อ 7 อธิบายความสำคัญและวิธีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจได้</p>	<p>7.ข้อใดต่อไปนี้ไม่ใช่ผลของการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า</p> <p>ก. ลูกค้าเกิดความภักดี</p> <p>ข. สร้างกำไรให้กับธุรกิจมากขึ้น</p> <p>ค. เพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจประสบความสำเร็จด้านการตลาดและการขาย</p> <p>ง. กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจน</p> <p>จ. สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ</p> <p>คำตอบคือ ง. กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจน</p>		√				
<p>ข้อ 8 อธิบายวิธีการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์โดยการสร้างความไว้วางใจและการบริการหลังการขายได้</p>	<p>8.การสร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ ต้องสร้างอะไรเป็นสิ่งแรก</p> <p>ก. ภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์</p> <p>ข. ความรู้สึกชอบ</p> <p>ค. ความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์</p> <p>ง. การตระหนักรู้</p> <p>จ. ลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตราผลิตภัณฑ์</p> <p>คำตอบคือ ง. การตระหนักรู้</p>	√					
<p>โมดูล 5 การจัดการองค์กรและนโยบายขององค์กรเพื่อการขาย</p> <p>ข้อ 9 อธิบายรูปแบบโครงสร้างองค์กรเพื่อการขายได้</p>	<p>9.โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรขนาดเล็กคือข้อใด</p> <p>ก. โครงสร้างองค์กรแบบโมดูลาร์</p> <p>ข. โครงสร้างองค์กรแบบตามกลุ่มลูกค้า</p> <p>ค. โครงสร้างองค์กรแบบตามภูมิศาสตร์</p> <p>ง. โครงสร้างองค์กรแบบทีมผลิตภัณฑ์</p> <p>จ. โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่</p> <p>คำตอบคือ ก. โครงสร้างองค์กรแบบโมดูลาร์</p>	√					
<p>ข้อ 10 จำแนกระดับกลยุทธ์ในองค์กรได้</p>	<p>10.ข้อใดคือกลยุทธ์เร่งเร้าให้ตัดสินใจ</p> <p>ก. ของฟรี ของแถม ลดราคา</p> <p>ข. กำหนดช่วงเวลา</p> <p>ค. จำกัดปริมาณ</p> <p>ง. ข้อ ก และ ข ถูก</p> <p>จ. ข้อ ก ข และค ถูก</p> <p>คำตอบคือ จ. ข้อ ก ข และค ถูก</p>		√				
<p>โมดูล 6 ทีมขายและการจัดการทีมขาย</p>	<p>11. ข้อใดเกี่ยวข้องกับพนักงานขาย</p> <p>ก. เป็นตัวแทนขององค์กรที่ออกไปติดต่อลูกค้า</p> <p>ข. เป็นผู้สร้างยอดขายให้กับองค์กร</p>	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 11 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขายได้	ค. ติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของลูกค้า ง. ติดตามและรายงานภาวะการณ์แข่งขัน จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ						
ข้อ 12 อธิบายการสรรหาพนักงานขายได้	12.ข้อใดเป็นแหล่งงานของการสรรหาพนักงานขายที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน ก. บุคคลที่แนะนำโดยพนักงานขายที่ทำงานอยู่ในองค์กร ข. การโอนย้ายมาจาก แผนก หรือหน่วยงานอื่น ค. การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ ง. การมารับสมัครงาน ณ สถาบันการศึกษา จ. การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ คำตอบคือ ค. การลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์	√					
โมดูล 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย ข้อ 13 อธิบายบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขายได้	13.ข้อใดไม่ใช่กลุ่มงานของผู้บริหารงานขาย ก. การวางแผน ข. การเร่งรัดเก็บหนี้ ค. การจัดองค์กร ง. การสั่งการและการนำทีม จ. การควบคุม คำตอบคือ ข. การเร่งรัดเก็บหนี้	√					
ข้อ 14 อธิบายการสร้างแรงจูงใจคำตอบแทนและเงินรางวัลพนักงานขายได้	14.ปัจจัยใดไม่นิยมนำมากำหนดเป็นเป้าหมาย ก. ยอดขาย ข. จำนวนหน่วยสินค้าที่ขาย ค. ค่าใช้จ่าย ง. ผลกำไร จ. การส่งรายงาน คำตอบคือ จ. การส่งรายงาน	√					
โมดูล 8 การวางแผนการขาย ข้อ 15 อธิบายการพยากรณ์การขายและงบประมาณการขายได้	15.รูปแบบการเพิ่มขึ้นและลดลงของอุปสงค์อย่างซ้ำๆ ภายในช่วงเวลาหนึ่งๆ ซึ่งมักเป็นระยะยาว เป็นรูปแบบอุปสงค์แบบใด ก. รูปแบบฤดูกาล ข. รูปแบบวัฏจักร ค. รูปแบบคงที่		√				


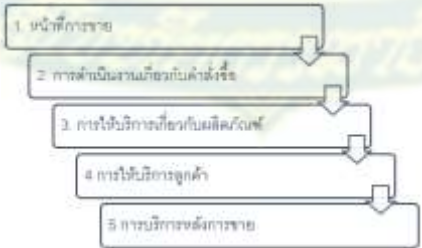
วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	ง. รูปแบบแนวโน้ม จ. รูปแบบไม่แน่นอน คำตอบคือ ข. รูปแบบวัฏจักร						
ข้อ 16 อธิบายกระบวนการขายได้	16.ข้อใดเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการขาย ก. การนำเสนอการขาย ข. การปิดการขาย ค. การแสวงหาลูกค้ามุ่งหวัง ง. การวางแผนการเข้าพบ จ. ไม่มีข้อใดถูก คำตอบคือ ค. การแสวงหาลูกค้ามุ่งหวัง	√					
โมดูล 9 การสื่อสารการขาย และกลยุทธ์การสร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า ข้อ 17 อธิบายแนวคิดการ สื่อสารการขายได้	17.ขั้นตอนแรกของวิวัฒนาการของความสัมพันธ์ คือข้อใด ก. การขยาย ข. การสำรวจ ค. การให้คำมั่น ง. การตระหนัก จ. การเรียนรู้ คำตอบคือ ง. การตระหนัก	√					
ข้อ 18 อธิบายปัจจัยผูกมัดความสัมพันธ์ได้	18.การรับรู้ว่าสิ่งที่ได้รับมากกว่าต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการ สร้างและ/หรือการขายความสัมพันธ์ คืออะไร ก. ความผูกพัน ข. คุณค่า ค. ความคาดหวัง ง. การเจรจา จ. ความไว้วางใจ คำตอบคือ ข. คุณค่า	√					
โมดูล 10 เทคนิคการขาย ข้อ 19 อธิบายถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับทักษะใน การขายได้	19. ข้อใดคือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเทคนิคในการขาย ก. ทศนคติและพฤติกรรมในการขาย ข. ความรู้ในการขาย ค. การรับรู้และการเรียนรู้ ง. มนุษยสัมพันธ์ในการสื่อสาร จ. ทุกข้อข้างต้น คำตอบคือ จ. ทุกข้อข้างต้น	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 20 อธิบายถึงวิธีการในการเสริมสร้างทักษะในการขายได้	20. วิธีการเสริมสร้างเทคนิคในการขายในข้อใดที่หมายถึงการทำให้ตนเองดีขึ้นกว่าที่เคยเป็นมาในอดีต ก. เปิด ข. ปรับ ค. ปรง ง. เปลี่ยน จ. แปลง คำตอบคือ ค. ปรง		√					
โมดูล 11 การเจรจาต่อรอง ข้อ 21 อธิบายองค์ประกอบของการเจรจาต่อรองได้	21. ข้อใดคือองค์ประกอบของการเจรจาต่อรอง ก. บุคคล ข. ความต้องการ ค. ข้อเสนอ ง. การตอบกลับ จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 22 อธิบายหลักการในการปิดการขายได้	22. ข้อใดคือหลักการในการปิดการขาย ก. การยึดความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าผู้ซื้อ ข. ช่วงเวลาในการปิดการขาย ค. การทดลองการปิดการขาย ง. การแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีไม่ว่าผลของการขายจะเป็นอย่างไร จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ	√						
โมดูล 12 บุคลิกภาพนักขาย ข้อ 23 อธิบายข้อบ่งชี้ของบุคลิกภาพได้	23. รายละเอียดของข้อบ่งชี้บุคลิกภาพนักขายในข้อใดไม่ถูกต้อง ก. ลักษณะทางกาย ข. ลักษณะการพูดจาทำทาง ค. ลักษณะทางจิตใจ ง. สุขภาพ จ. อุปนิสัย คำตอบคือ ง. สุขภาพ	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 24 อธิบายแบรนด์บุคคล นักขายได้	24. หัวใจสำคัญของการสร้างแบรนด์บุคคลนักขายคือข้อใด ก. ความแตกต่าง ข. ความชัดเจน ค. ความเหมือนกัน ง. ข้อ ก และ ข ถูก จ. ข้อ ก ข และ ค ถูก คำตอบคือ ง. ถูกทั้ง ข้อ ก และ ข	√					
โมดูล 13 การจัดการเวลา และทรัพยากรขาย ข้อ 25 อธิบายการวิเคราะห์ งานเพื่อการจัดการเวลาการ ขายได้	25. ขั้นตอนแรกของกระบวนการจัดการเวลาการขายคือข้อ ใด ก. การจัดสรรทรัพยากร ข. การดำเนินการจัดการเวลา ค. การกำหนดเป้าหมายการขาย ง. การประเมินประสิทธิผลการดำเนินกลยุทธ์ จ. การเลือกกลยุทธ์การขาย คำตอบคือ ค. การกำหนดเป้าหมายการขาย	√					
ข้อ 26 อธิบายการกำหนด เป้าหมายการขายได้	26.แนวทางที่พนักงานขายใช้ในการตัดสินใจว่าต้องทำ กิจกรรมอะไร เมื่อใด ใครที่ต้องเข้าพบ และวิธีการขายที่จะ ใช้คือความหมายของอะไร ก. เป้าหมายการขาย ข. กลยุทธ์การขาย ค. นโยบายการขาย ง. วิสัยทัศน์การขาย จ. แผนปฏิบัติการขาย คำตอบคือ ก. เป้าหมายการขาย	√					
โมดูล 14 จรรยาบรรณ และ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ ขายและขายตรง ข้อ 27 อธิบายแนวคิด เกี่ยวกับองค์รวมของการ ขายสมัยใหม่ได้	27.ข้อใดไม่ใช่รูปแบบการค้าขายตลาดออนไลน์ ก. LAZADA ข. FACEBOOK ค. SHOPEE ง. TARAD จ. TV DIRECT คำตอบคือ จ. TV DIRECT		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 28 อธิบายรูปแบบการ ขายตรงและระบบแชร์ลูกโซ่ ได้	28.ข้อใด ไม่ใช่ รูปแบบการขายตรงที่ดีและอาจเป็นแชร์ลูกโซ่ ก. รายได้มาจากการชวนคน ข. สินค้ามีคุณภาพดี ราคาสูงกว่าท้องตลาด ค. รับประกันสินค้าและความพึงพอใจ ง. มีกฎระเบียบจรรยาบรรณเข้มงวด จ. มีการจ่ายและต่ออายุสมาชิกเพื่อรับส่วนลดราคา คำตอบคือ ก. รายได้มาจากการชวนคน		√				
โมดูล 15 จรรยาบรรณนัก ขายและนักขายตรงไทย ข้อ 29 อธิบายความหมาย ของสมาพันธ์การขายตรง โลกได้	29.ข้อใด ไม่ถูกต้อง เกี่ยวกับสมาพันธ์การขายตรงโลก (WFDSA) ก. เป็นองค์กรของรัฐบาลไม่แสวงหากำไร ข. มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ธุรกิจขายตรงให้เป็นที่ รู้จักในวงกว้าง ค. เป็นองค์กรผู้กำหนดจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงโลก ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก จ. ไม่มีข้อใดถูก คำตอบ คือ ก. เป็นองค์กรของรัฐบาลไม่แสวงหากำไร	√					
ข้อ 30 อธิบายหลักการของ จรรยาบรรณธุรกิจขายตรง ได้	30.ข้อใด ไม่ใช่ หลักการของจรรยาบรรณธุรกิจขายตรง ก. คัดกรองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่พอใจ ข. สร้างความมั่นใจในการทำการตลาดของธุรกิจขาย ตรงที่ถูกจรรยาบรรณ ค. จัดตั้งมาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจ นักธุรกิจ และ บริษัทในทุกประเทศทั่วโลก ง. ทุกข้อถูกหลักการ จ. ทุกข้อผิดหลักการ คำตอบคือ ง. ทุกข้อถูกหลักการ	√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	22	8	-	-	-	30

แบบทดสอบหลังเรียน
ชุดวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
(ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวน 30 ข้อ)

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
โมดูล 1 กระบวนการขั้นการ ขาย และพนักงานขาย ข้อ 1 อธิบายปัจจัยสู่ ความสำเร็จในการขาย	<p>1. ในเรื่องของกระบวนการขั้นการการขายที่ประสบความสำเร็จ จากภาพด้านล่างแสดงถึงเรื่องใด</p>  <p>ก. องค์ประกอบการจัดการการเงินที่ดี ข. องค์ประกอบการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ค. องค์ประกอบความสำเร็จของธุรกิจตัวแทน จำหน่าย ง. องค์ประกอบการวางแผนกลยุทธ์และการ ปฏิบัติการที่ดี จ. องค์ประกอบองค์การขายที่ดี</p> <p>คำตอบคือ ค. องค์ประกอบความสำเร็จของธุรกิจ ตัวแทนจำหน่าย</p>	√					
ข้อ 2 อธิบายถึงความสำคัญ ของการขายได้	<p>2.</p>  <p>จากภาพข้างบนแสดงถึงเรื่องใดของกิจกรรมการขาย</p> <p>ก. การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ ข. การให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ค. การบริการหลังการขาย ง. ลำดับของกิจกรรมการขาย</p>	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	จ. การให้บริการลูกค้า คำตอบคือ ง. ลำดับของกิจกรรมการขาย						
โมดูล 2 ธุรกิจการขาย ข้อ 3 อธิบายการจัดการ หน่วยงานขายและการขาย ส่วนบุคคลได้	3.การที่เจ้าของผลิตภัณฑ์นำสินค้าไปวางจำหน่ายในร้าน ขายของในท้องถิ่น จัดเป็นการค้าส่งประเภทใด ก. ร้านค้าขายส่ง ข. ผู้จัดจำหน่ายอุตสาหกรรม ค. การค้าส่งสินค้าแบบลูกค้าขนส่งสินค้าเอง ง. การค้าส่งสินค้าให้บริการแก่ร้านขายของชำ จ. ไม่มีข้อใดถูก คำตอบคือ ง. การค้าส่งสินค้าให้บริการแก่ร้านขายของชำ		√				
ข้อ 4 อธิบายรูปแบบการ ดำเนินธุรกิจขายได้	4.ข้อใดไม่ใช่ประโยชน์ของการตลาดแบบตรงต่อผู้บริโภค ก. ความสะดวก ข. การเข้าถึง ค. การเลือกใช้ ง. เครื่องมือการตลาด จ. การโต้ตอบและทันที คำตอบคือ ง. เครื่องมือการตลาด	√					
โมดูล 3 เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการขาย ข้อ 5 อธิบายแนวคิดและ ความรู้เบื้องต้นของ เทคโนโลยีปัจจุบันต่อการ ขายได้	5.ผลกระทบในระดับใด ที่ลูกค้าไม่ต้องการความช่วยเหลือ จากพนักงานขาย ก. ระดับ 0 ข. ระดับ 1 ค. ระดับ 2 ง. ระดับ 3 จ. ระดับ 4 คำตอบคือ ก. ระดับ 0	√					
ข้อ 6 อธิบายบทบาทของ เทคโนโลยีปัจจุบันต่อการ ขายได้	6.บริษัทใดใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในฐานะนวัตกรรม ก. อเมซอน ข. อีเบย์ ค. เน็ตฟลิกซ์ ง. กูเกิล จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ ง. กูเกิล			√			

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
โมดูล 4 การขาย กับการจัดการคุณค่า ข้อ 7 อธิบายความสำคัญและวิธีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจได้	7.ทิศทางของธุรกิจที่กำหนดโดยผู้บริหารสูงสุด หรือ CEO ของธุรกิจคืออะไร ก. นโยบายของธุรกิจ ข. เป้าหมายของธุรกิจ ค. วัตถุประสงค์ของธุรกิจ ง. กิจกรรม จ. วิสัยทัศน์ คำตอบคือ ง. กิจกรรม		√				
ข้อ 8 อธิบายวิธีการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์โดยการสร้างความไว้วางใจและการบริการหลังการขายได้	8.การบริการหลังการขายมีความสำคัญอย่างไร ก. สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี ข. สร้างโอกาสการขาย ค. สร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ ง. สร้างความรู้สึกรับชอบตราผลิตภัณฑ์ จ. จำแนกประเภทลูกค้า คำตอบคือ ค. สร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์	√					
โมดูล 5 การจัดการองค์กรและนโยบายองค์กรเพื่อการขาย ข้อ 9 อธิบายรูปแบบโครงสร้างองค์กรเพื่อการขายได้	9.โครงสร้างองค์กรแบบใดที่มีรูปแบบพลวัตมีลักษณะขององค์กรทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการควบคุมงานขององค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง องค์กรนั้นจะมีความชำนาญในงานของแต่ละองค์กร ก. โครงสร้างองค์กรแบบตามกลุ่มลูกค้า ข. โครงสร้างองค์กรแบบตามภูมิศาสตร์ ค. โครงสร้างองค์กรแบบทีมผลิตภัณฑ์ ง. โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ จ. โครงสร้างองค์กรแบบโมดูลาร์ คำตอบคือ จ. โครงสร้างองค์กรแบบโมดูลาร์	√					
ข้อ 10 จำแนกระดับกลยุทธ์ในองค์กรได้	10.สินค้าที่ลูกค้าได้รับไปนั้นจะต้องมีคุณสมบัติปรากฏตามที่องค์กรได้กำหนดไว้จัดเป็นการกำหนดนโยบายการขายทางด้านใด ก. การรับประกันการใช้งานของสินค้า ข. การรับประกันในการบริการ ค. การรับประกันในตัวสินค้า ง. การรับประกันการชื้อขาย จ. การรับประกันในการชื้อสินค้า คำตอบคือ ค. การรับประกันในตัวสินค้า		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
โมดูล 6 ทีมขายและการจัดการทีมขาย ข้อ 11 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขายได้	11.พนักงานขาย มีหน้าที่ใด ก. เสนอขายสินค้าและบริการ ข. บริการหลังการขาย ค. แนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ จ. ไม่มีข้อใดถูก ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก คำตอบคือ ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก	√						
ข้อ 12 อธิบายการสรรหาพนักงานขายได้	12.ข้อใดไม่ใช่แหล่งที่มาของพนักงานจากภายนอกองค์กร ก. บริษัทจัดหางาน แหล่งงาน ข. เครือข่ายออนไลน์ LINKEDIN ค. สถาบันการศึกษา ง. พนักงานขายองค์กรอื่น ที่มาเสนองานขายสินค้าหรือบริการให้องค์กรของเรา จ. ญาติหรือบุคคลรู้จักของพนักงานปัจจุบัน คำตอบคือ ข. เครือข่ายออนไลน์ LINKEDIN	√						
โมดูล 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย ข้อ 13 อธิบายบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานขายได้	13.ผู้บริหารงานขายเป็นผู้รับนโยบาย และกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อมาจัดทำนโยบาย จัดทำแผนการสร้างรายได้ ข้อใดไม่ใช่แผนการสร้างรายได้ที่ผู้บริหารงานขาย ก. การสร้างรายได้ให้เจริญเติบโต ข. การเข้าซื้อกิจการ ค. การสร้างรายได้แบบคงที่ ง. การทำแผนสร้างรายได้แบบลดลง จ. ข้อ ก - จ เป็นแผนการสร้างรายได้ที่ผู้บริหารงานขายรับผิดชอบ คำตอบคือ ข. การเข้าซื้อกิจการ	√						
ข้อ 14 อธิบายการสร้างแรงจูงใจคำตอบแทนและเงินรางวัลพนักงานขายได้	14.ข้อใดคือ เหตุผลที่ไม่ต้องกำหนดเป้าหมาย ก. มีความเป็ยงแบน เรื่องรอบเวลาการขาย ข. ผู้บริหารมีความยากลำบากหรือไม่สามารถอธิบายให้พนักงานขายเข้าใจเรื่องเป้าหมาย ค. การกำหนดเป้าหมายอาจส่งผลต่อขวัญและกำลังใจ จนทำให้พนักงานขายลาออก	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	<p>ง. ลักษณะธุรกิจบางประเภท ไม่สามารถกำหนดเป้าหมายขายได้</p> <p>จ. ถูกทุกข้อ</p> <p>คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ</p>						
<p>โมดูล 8 การวางแผนการขาย</p> <p>ข้อ 15 อธิบายการพยากรณ์การขายและงบประมาณการขายได้</p>	<p>15. ทฤษฎีการขายในข้อใดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยาที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน</p> <p>ก. ทฤษฎีความน่าจะเป็น</p> <p>ข. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ</p> <p>ค. ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้ซื้อ</p> <p>ง. ทฤษฎีการดำเนินการของผู้ซื้อ</p> <p>จ. ทฤษฎีการตอบสนองความต้องการ</p> <p>คำตอบคือ ง. ทฤษฎีการดำเนินการของผู้ซื้อ</p>	√					
<p>ข้อ 16 อธิบายกระบวนการขายได้</p>	<p>16. ขั้นตอนแรกของการวางแผนการเข้าพบลูกค้ามุ่งหวังคือข้อใด</p> <p>ก. ทบทวนรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับลูกค้ามุ่งหวัง</p> <p>ข. กำหนดแผนผลประโยชน์ของลูกค้า</p> <p>ค. พัฒนาแผนการนำเสนอขาย</p> <p>ง. กำหนดวัตถุประสงค์การเข้าพบ</p> <p>จ. รวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้ามุ่งหวัง</p> <p>คำตอบคือ ง. กำหนดวัตถุประสงค์การเข้าพบ</p>	√					
<p>โมดูล 9 การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ข้อ 17 อธิบายแนวคิดการสื่อสารการขายได้</p>	<p>17. ข้อใดคือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์</p> <p>ก. ลูกค้า</p> <p>ข. บุคลากรสนับสนุนของลูกค้า</p> <p>ค. ฝ่ายบริหาร</p> <p>ง. หน่วยงานสนับสนุนภายใน</p> <p>จ. ถูกทุกข้อ</p> <p>คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ</p>	√					
<p>ข้อ 18 อธิบายปัจจัยผูกมัดความสัมพันธ์ได้</p>	<p>18. ข้อใดเป็นปัจจัยผูกมัดความสัมพันธ์</p> <p>ก. ความคาดหวัง</p> <p>ข. คุณค่า</p> <p>ค. ความไว้วางใจ</p> <p>ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก</p>	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	จ. ไม่มีข้อใดถูก คำตอบคือ ง. ถูกทั้งข้อ ก ข้อ ข และ ข้อ ค						
โมดูล 10 เทคนิคการขาย ข้อ 19 อธิบายถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับทักษะใน การขายได้	19. ผู้ขายคนใดที่มีเทคนิคในการขายมากโอกาสในการ ขายให้ประสบผลสำเร็จก็ย่อมมากตามไปด้วยยอดขาย และรายได้ที่เป็นตัวเงินย่อมกลับมาสู่บริษัทต้นสังกัดของ ผู้ขายนั้นเป็นความสำคัญของเทคนิคการขายในข้อใด ก. ความสำคัญต่อตัวของผู้ขายเอง ข. ความสำคัญต่อตัวของผู้ซื้อ ค. ความสำคัญต่อองค์กรการขาย ง. ความสำคัญต่อวงการธุรกิจ จ. ทุกข้อข้างต้น คำตอบคือ ค. ความสำคัญต่อองค์กรการขาย		√				
ข้อ 20 อธิบายเกณฑ์การ แบ่งประเภทลูกค้าได้	20. การตัดสินใจซื้อแบบจำกัด เป็นการแบ่งประเภท ลูกค้าตามเกณฑ์ในข้อใด ก. ตามวัตถุประสงค์ของการบริโภค ข. ตามความถี่ในการซื้อสินค้า ค. ตามลักษณะบุคลิกภาพในการซื้อ ง. ตามการตัดสินใจซื้อ จ. ตามความเคยชิน คำตอบคือ ง. ตามการตัดสินใจซื้อ		√				
โมดูล 11 การเจรจาต่อรอง ข้อ 21 อธิบายองค์ประกอบ ของการเจรจาต่อรองได้	21. ข้อใดคือปัจจัยที่มีผลต่อการเจรจาต่อรอง ก. อำนาจ ข. ข้อมูล ค. ความจำเป็น ง. ช่วงเวลา จ. ถูกทุกข้อ คำตอบคือ จ. ถูกทุกข้อ		√				
ข้อ 22 อธิบายหลักการใน การปิดการขายได้	22. การที่ลูกค้าแสดงออกถึงการพูดและอากัปกิริยาว่าสนใจ ในสิ่งที่นำเสนอ หมายถึงอะไร ก. การปิดการขาย ข. การยอมรับ ค. สัญญาณการซื้อ		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	ง. การเจรจาต่อรอง จ. การขจัดข้อโต้แย้ง คำตอบคือ ค. สัญญาการซื้อขาย						
โมดูล 12 บุคลิกภาพนักเรียน ข้อ 23 อธิบายขอบข่ายของ บุคลิกภาพได้	23. “การแสดงออกที่ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา ประทับใจ อยากที่จะสมาคมด้วยบุคลิกภาพที่ สร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้าจะมีผลต่อ ความรู้สึกของลูกค้าที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าได้” จาก ข้อความดังกล่าวคือความหมายของอะไร ก. บุคลิกภาพผู้ซื้อ ข. บุคลิกภาพผู้ชาย ค. บุคลิกภาพนักเรียน ง. บุคลิกภาพนักการค้า จ. บุคลิกภาพนักการลงทุน คำตอบคือ ค. บุคลิกภาพนักเรียน	√					
ข้อ 24 อธิบายแบรนด์บุคคล นักเรียนได้	24. ความแตกต่าง ความชัดเจนเป็น หัวใจสำคัญของการสร้างข้อใด ก. บุคลิกภาพนักเรียน ข. การยอมรับ ค. การตัดสินใจซื้อ ง. การสร้างแบรนด์บุคคลนักเรียน จ. ข้อ ก ข และ ค ถูก คำตอบคือ ง. ถูกทั้ง ข้อ ก และ ข	√					
โมดูล 13 การจัดการเวลา และทรัพยากรขาย ข้อ 25 อธิบายการวิเคราะห์ งานเพื่อการจัดการเวลาการ ขายได้	25. เป้าหมายที่ใช้ผลลัพธ์จากการขายเป็นตัวกำหนด คือเป้าหมายประเภทใด ก. เป้าหมายคอนเวอร์ชัน ข. เป้าหมายผลการปฏิบัติงาน ค. เป้าหมายกิจกรรม ง. เป้าหมายระดับกลาง จ. เป้าหมายโควตา คำตอบคือ ข. เป้าหมายผลการปฏิบัติงาน	√					
ข้อ 26 อธิบายการกำหนด เป้าหมายการขายได้	26. ข้อใดเป็นวิธีการควบคุมเป้าหมายการขายทางอ้อม ก. โทรศัพท์	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	ข. รายงานค่าใช้จ่าย ค. การประชุมการขาย ง. อีเมล จ. การทำงานร่วมกับพนักงานขาย คำตอบคือ ข. รายงานค่าใช้จ่าย						
โมดูล 14 จรรยาบรรณ และ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการ ขายและขายตรง ข้อ 27 อธิบายแนวคิด เกี่ยวกับองค์รวมของการ ขายสมัยใหม่ได้	27. ข้อใด ไม่ถูกต้อง เกี่ยวกับจรรยาบรรณขายตรงโลก ก. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ข. เพื่อคุ้มครองนักขาย ค. เพื่อคุ้มครองบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ ง. เพื่อคุ้มครองสินค้า จ. เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและเพื่อคุ้มครองนักขาย คำตอบคือ ง. เพื่อคุ้มครองสินค้า	√					
ข้อ 28 อธิบายรูปแบบการ ขายตรงและระบบแชร์ลูกโซ่ ได้	28. ข้อใด ไม่ใช่ องค์ประกอบในธุรกิจขายตรงและ ตลาดตรง ก. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ข. ผู้บริโภค ค. ผู้จำหน่ายอิสระ ง. ผู้ประกอบการธุรกิจขายตรง จ. ผู้รับสัญญาขายเช่า คำตอบคือ จ. ผู้รับสัญญาขายเช่า	√					
โมดูล 15 จรรยาบรรณนัก ขายและนักขายตรงไทย ข้อ 29 อธิบายหลักการของ จรรยาบรรณธุรกิจขายตรง ได้	29. ข้อใด ไม่ใช่ หลักการของจรรยาบรรณธุรกิจขายตรง ก. คุ้มครองผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าและบริการที่พอใจ ข. สร้างความมั่นใจในการทำการตลาดของธุรกิจขาย ตรงที่ถูกจรรยาบรรณ ค. จัดตั้งมาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจ นักธุรกิจ และบริษัทในทุกประเทศทั่วโลก ง. ทุกข้อถูกหลักการ จ. ทุกข้อผิดหลักการ คำตอบคือ ง. ทุกข้อถูกหลักการ	√					
ข้อ 30 อธิบายความหมาย ของสมาพันธ์การขายตรง โลกได้	30. ข้อใด ไม่ใช่ หลักเกณฑ์ในการเลือกบริษัทผู้ประกอบการ ขายตรงที่ดีในไทย ก. พิจารณาจากประวัติและชื่อเสียงของบริษัท	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้ความเข้าใจ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	ข. ประสพการณ์ ความสามารถของผู้บริหาร ค. สินค้าดี มีคุณภาพ ง. มีการลงทุนที่คุ้มค่า ได้ผลตอบแทนสูงมาก ไม่เน้น ขายสินค้า จ. ผลประกอบการของบริษัทดีสม่ำเสมอ คำตอบคือ ง. มีการลงทุนที่คุ้มค่า ได้ผลตอบแทนสูงมาก ไม่เน้นขายสินค้า						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	23	7	-	-	-	30



แบบทดสอบก่อนเรียน – หลังเรียนประจำ Module ที่ 1-15



ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 1 กระบวนการทัศนัยการขาย และพนักงานขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายถึง ความหมายและลักษณะ สำคัญของการขายได้	1. ข้อใด ไม่ถูกต้อง เกี่ยวกับความหมายของการขาย Select one: <input type="radio"/> a. การนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้า <input type="radio"/> b. การแลกเปลี่ยนเงินตรากับสินค้านั้น <input checked="" type="radio"/> c. กระบวนการวิเคราะห์ต้นทุนและความต้องการของผู้ขาย <input type="radio"/> d. การสร้างความสนใจหรือการดึงดูดใจลูกค้า <input type="radio"/> e. การตอบสนองด้วยความพึงพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ จากผู้ขาย		√				
ข้อ 2 อธิบายแนวคิด ทางการตลาดสมัยใหม่ที่มุ่ง สู่ความสำเร็จของธุรกิจได้	2. ปัจจุบันแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ การขายและการ จัดการการตลาดมุ่งเน้นกลุ่มใดเป็นหลัก Select one: <input type="radio"/> a. ผู้ขาย <input checked="" type="radio"/> b. ลูกค้า <input type="radio"/> c. เจ้าของกิจการ <input type="radio"/> d. นักลงทุน <input type="radio"/> e. เทคโนโลยี	√					
ข้อ 3 ระบุกิจกรรมที่ สนับสนุนการขายได้	3. กิจกรรมทางการตลาดของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในข้อใด ไม่ถูกต้อง Select one: <input checked="" type="radio"/> a. การขายกับการส่งเสริมการลงทุน	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input type="radio"/> b. การขายกับการตั้งราคา <input type="radio"/> c. การขายกับการจัดจำหน่าย <input type="radio"/> d. การขายกับการส่งเสริมการตลาด <input type="radio"/> e. การขายกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์							
ข้อ 4 อธิบายลักษณะ สำคัญของพนักงานขายได้	4. พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมีลักษณะที่สำคัญในข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. มีความรู้ที่ดี <input type="radio"/> b. มีความรัก ตั้งใจและทุ่มเทเพื่องานขาย <input type="radio"/> c. มีความมุ่งมั่นและความพยายาม <input type="radio"/> d. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ		√					
ข้อ 5 อธิบายการขายกับ การดำเนินกิจกรรมทาง การตลาดได้	5. กิจกรรมการตลาด ในข้อใดไม่เกี่ยวข้องกับการขาย Select one: <input checked="" type="radio"/> a. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ <input type="radio"/> b. การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ <input type="radio"/> c. การให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> d. การให้บริการลูกค้า <input type="radio"/> e. การบริการหลังการขาย	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	3	2	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 1 กระบวนการทัศน์การขาย และพนักงานขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายถึง ความหมายและ ลักษณะสำคัญของการ ขายได้	<p>1. จากภาพข้างต้นแสดงเรื่องใดต่อไปนี้ Select one:</p> <p><input type="radio"/> a. ความหมายของการขาย</p> <p><input checked="" type="radio"/> b. ลักษณะสำคัญของการขาย</p> <p><input type="radio"/> c. การขายที่ประสบความสำเร็จ</p> <p><input type="radio"/> d. ลักษณะสำคัญของอาชีพขาย</p> <p><input type="radio"/> e. กิจกรรมการขายและวางแผนการขาย</p>		✓				
ข้อ 2 อธิบายแนวคิด ทางการตลาดสมัยใหม่ ที่มุ่งสู่ความสำเร็จของ ธุรกิจได้	<p>2. “การขายเป็นการสร้างความรับรู้ในตัวสินค้าหรือบริการที่ผู้ขาย ต้องการสื่อสารให้ลูกค้าหรือผู้ซื้อเข้าใจในสินค้าหรือบริการ” เป็น แนวคิดของการขายแบบใด</p> <p>Select one:</p> <p><input type="radio"/> a. การติดต่อสื่อสาร (Communication)</p> <p><input type="radio"/> b. การแลกเปลี่ยน (Exchange)</p> <p><input type="radio"/> c. การชักจูงใจ (Persuasion)</p> <p><input checked="" type="radio"/> d. การถ่ายทอดความรู้ (Education)</p> <p><input type="radio"/> e. การแก้ปัญหา (Problem Solving)</p>	✓					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 3 ระบุกิจกรรมที่ สนับสนุนการขายได้	3. การเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าเชิงลึก ในการแข่งขัน พัฒนาทาง อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและ รวดเร็วมากขึ้น จัดเป็นปัจจัยความสำเร็จในการขายทางด้านใด Select one: <input type="radio"/> a. ประรณาทัจะประสบความสำเร็จ <input type="radio"/> b. พัฒนาการขายของตณอยู่เสมอ <input type="radio"/> c. สร้างพันธมิตรเครือขาย <input type="radio"/> d. สร้างการขายในแบบฉบับของตัวเอง <input checked="" type="radio"/> e. ก้าวตามโลกให้ทัน		√					
ข้อ 4 อธิบายลักษณะ สำคัญของพนักงาน ขายได้	4. การให้บริการลูกค้าด้วยการติดตามการติดตั้งผลิตภัณฑ์ การ ตรวจสอบการจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย การแวะเยี่ยม เยียนและการติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอจัดอยู่ในกลุ่มใดของ หน้าที่พนักงานขาย Select one: <input type="radio"/> a. การขาย (Selling) <input checked="" type="radio"/> b. งานสนับสนุนการขาย (Auxiliary Selling Duties) <input type="radio"/> c. งานที่ไม่เกี่ยวกับการขาย (Non-Selling Activities) <input type="radio"/> d. ถูกทั้ง ข้อ a และ b <input type="radio"/> e. ถูกทั้งข้อ a b และ c				√			
ข้อ 5 อธิบายการขาย กับการดำเนินกิจกรรม ทางการตลาดได้	5. การหาแนวทางการขายให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ ในการซื้อสูงหรือการขายสินค้าให้กับลูกค้าเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้วเพิ่ม มากขึ้นเป็นองค์ประกอบของแผนการขายที่สำคัญเรื่องใด Select one: <input type="radio"/> a. การกำหนดงบประมาณการขาย <input type="radio"/> b. การพยากรณ์การขาย <input type="radio"/> c. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม <input checked="" type="radio"/> d. การกำหนดแผนกลยุทธ์การขาย <input type="radio"/> e. การบริหารจัดการพนักงานขายและทีมขาย		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	1	3	-	1	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 2 ธุรกิจการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายองค์ประกอบ ของธุรกิจขายได้	1. ข้อใดเป็นองค์ประกอบของธุรกิจขาย Select one: <input type="radio"/> a. การวางแผนนำสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาด <input type="radio"/> b. การติดต่อ <input type="radio"/> c. การสร้างอุปสงค์ <input type="radio"/> d. การเจรจาต่อรอง และการทำสัญญา <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 2 อธิบายประเภทของ การค้าปลีกได้	2. ข้อใดไม่ใช่ประเภทหลักของการค้าปลีกแบบมีร้านค้า Select one: <input type="radio"/> a. ร้านค้าพิเศษ <input type="radio"/> b. ห้างสรรพสินค้า <input checked="" type="radio"/> c. การจำหน่ายอัตโนมัติ <input type="radio"/> d. ซูเปอร์มาร์เก็ต <input type="radio"/> e. ร้านสะดวกซื้อ	√						
ข้อ 3 อธิบายความสำคัญ ของการค้าส่งได้	3. ข้อใดเป็นความสำคัญของการค้าส่ง Select one: <input type="radio"/> a. การขายและการส่งเสริม <input type="radio"/> b. คลังสินค้า <input type="radio"/> c. การขนส่ง <input type="radio"/> d. การแบกรับความเสี่ยง <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 ระบุคุณลักษณะของ การตลาดแบบตรงได้	4. ข้อใดไม่ใช่คุณลักษณะของการตลาดแบบตรง Select one: <input type="radio"/> a. ไม่เป็นสาธารณะ <input type="radio"/> b. ปรับแต่ง <input type="radio"/> c. ทันสมัย <input type="radio"/> d. โต้ตอบ <input checked="" type="radio"/> e. ความเป็นสาธารณะ	√						
ข้อ 5 จำแนกคุณลักษณะ ของการขายตรงได้	5. ข้อใดเป็นจุดด้อยของการขายตรง Select one: <input type="radio"/> a. ค่าใช้จ่ายขายสูง <input type="radio"/> b. การขายใช้เวลานาน <input type="radio"/> c. ความครอบคลุมที่จำกัด <input type="radio"/> d. ความน่าเชื่อถือ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม		5	-	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 2 ธุรกิจการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายองค์ประกอบของธุรกิจขายได้	1. ข้อใดเป็นองค์ประกอบการขาย สำหรับการดำเนินธุรกิจขาย Select one: <input type="radio"/> a. การขายเชิงรุก <input type="radio"/> b. การทำธุรกรรมการขาย <input type="radio"/> c. การขายเชิงที่ปรึกษา <input type="radio"/> d. การขายแบบร่วมมือกัน <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 2 อธิบายประเภทองค์กรการค้าปลีกได้	2. ข้อใดไม่ใช่องค์กรการค้าปลีก Select one: <input type="radio"/> a. ร้านค้าปลีกแบบลูกโซ่ <input type="radio"/> b. ร้านค้าปลีกรวมตัวแบบสมัครใจ <input type="radio"/> c. สหกรณ์ผู้ค้าปลีก <input checked="" type="radio"/> d. สหกรณ์ออมทรัพย์ <input type="radio"/> e. สหกรณ์ผู้บริโภค	√						
ข้อ 3 อธิบายความสำคัญของการค้าส่งได้	3. ข้อใดไม่ใช่แนวโน้มที่จะกระทบต่อบทบาทของการค้าส่ง Select one: <input type="radio"/> a. ความก้าวหน้าของนวัตกรรมและเทคโนโลยี <input type="radio"/> b. การควบคุมราคาสินค้า <input type="radio"/> c. ประสิทธิภาพของระบบการขนส่ง <input type="radio"/> d. ความผันผวนของระบบเศรษฐกิจ <input checked="" type="radio"/> e. พฤติกรรมผู้บริโภค		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
ข้อ 4 ระบุคุณลักษณะ ของตลาดแบบตรงได้	4. ข้อใดเป็นประเด็นต่อสาธารณะและจริยธรรมในการตลาดแบบ ตรง Select one: <input type="radio"/> a. การชุนเคื่อง <input type="radio"/> b. ความไม่เป็นธรรม <input type="radio"/> c. การหลอกลวงและการฉ้อโกง <input type="radio"/> d. การบุกรุกความเป็นส่วนตัว <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 จำแนก คุณลักษณะของการ ขายตรงได้	5. ข้อใดเป็นจุดเด่นของการขายตรงสำหรับกลุ่มผู้จัดจำหน่ายหรือ ผู้ขายตรง Select one: <input type="radio"/> a. อาชีพหลัก <input type="radio"/> b. อาชีพเสริม <input type="radio"/> c. ต้นทุนต่ำ <input type="radio"/> d. เวลาและประสิทธิภาพ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ
รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
โมดูล 3 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขาย
จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)
จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายการประเมินผลการนำกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมการขายไปปฏิบัติได้	1. กลยุทธ์การขายที่สร้างความสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าเพื่อชนะใจลูกค้า สัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในระดับใด Select one: <input type="radio"/> a. ระดับ 0 ไม่ต้องการความช่วยเหลือจากพนักงานขาย <input type="radio"/> b. ระดับ 1 ต้องการความช่วยเหลือในการซื้อ <input checked="" type="radio"/> c. ระดับ 2 ช่วยแนะนำด้วย <input type="radio"/> d. ระดับ 3 ต้องการพันธมิตรทางธุรกิจ <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก				✓		
ข้อ 2 อธิบายการวางแผนกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขาย	2. ข้อใดเป็นขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์การขายและการวางแผน Select one: <input type="radio"/> a. เลือกวิธีการ <input type="radio"/> b. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย <input type="radio"/> c. ดำเนินกิจกรรมการขาย <input type="radio"/> d. การวิเคราะห์ต้นทุน <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	✓					
ข้อ 3 อธิบายกระบวนการกำหนดกลยุทธ์การขายและการวางแผนได้	3. ข้อใดเป็นวิธีของ SMART ที่มีการนำมาใช้ตั้งเป้าหมายของส่วนแบ่งการขาย Select one: <input type="radio"/> a. เฉพาะเจาะจง <input type="radio"/> b. วัดผลได้	✓					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input checked="" type="radio"/> c. เป้าหมายควรจะเป็นไปได้ และมีความเกี่ยวข้อง <input type="radio"/> d. การกำหนดระยะเวลาที่จะไปถึงเป้าหมายอย่างชัดเจน <input type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ							
ข้อ 4 อธิบายการขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซได้	4. การค้าขายระหว่างภาครัฐกับผู้บริโภค จัดเป็นอี-คอมเมิร์ซแบบใด Select one: <input type="radio"/> a. B2C <input type="radio"/> b. B2G2C <input type="radio"/> c. B2C2G <input checked="" type="radio"/> d. G2C <input type="radio"/> e. G2B22C	√						
ข้อ 5 อธิบายการขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซได้	5. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ผ่านอินเทอร์เน็ต เรียกว่าอะไร Select one: <input checked="" type="radio"/> a. e-Bidding <input type="radio"/> b. e-Buying <input type="radio"/> c. e-Selling <input type="radio"/> d. e-Paging <input type="radio"/> e. e-Marketing	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	-	-	1	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 3 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายการประเมินผลการนำกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมการขายไปปฏิบัติได้	1. กลยุทธ์การขายที่เน้นทำตามกระบวนการจัดซื้อเพื่อสร้างยอดขายอย่างรวดเร็ว สัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าในระดับใด Select one: <input type="radio"/> a. ระดับ 0 ไม่ต้องการความช่วยเหลือจากพนักงานขาย <input checked="" type="radio"/> b. ระดับ 1 ต้องการความช่วยเหลือในการซื้อ <input type="radio"/> c. ระดับ 2 ช่วยแนะนำด้วย <input type="radio"/> d. ระดับ 3 ต้องการพันธมิตรทางธุรกิจ <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก				✓			
ข้อ 2 อธิบายการวางแผนกลยุทธ์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขาย	2. ข้อใดไม่ใช่ขั้นตอนในกระบวนการวิเคราะห์และประเมินผล Select one: <input type="radio"/> a. กำหนดเป้าหมาย <input type="radio"/> b. สร้างเครือข่าย <input type="radio"/> c. ติดตามการดำเนินงาน <input checked="" type="radio"/> d. พัฒนาเครื่องมือ <input type="radio"/> e. วิเคราะห์ต้นทุน	✓						
ข้อ 3 อธิบายกระบวนการกำหนดกลยุทธ์การขายและการวางแผนได้	3. ข้อใดเป็นความท้าทายของการขายผลิตภัณฑ์ผ่านเครือข่ายสังคม Select one: <input type="radio"/> a. ใช้เวลาและทรัพยากร <input type="radio"/> b. ใช้ทักษะการขายไม่มาก <input type="radio"/> c. ประหยัดงบประมาณ	✓						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> d. ได้รับข้อเสนอแนะเชิงลบจากลูกค้า <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ							
ข้อ 4 อธิบายการขาย ผ่านช่องทางอี คอมเมิร์ซได้	4. บริษัทในเครือ SCG ขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ภาครัฐจัดเป็นอี-คอม เมิร์ซแบบใด Select one: <input type="radio"/> a. B2B <input type="radio"/> b. B2C <input checked="" type="radio"/> c. B2G <input type="radio"/> d. G2B <input type="radio"/> e. B2C2G			√				
ข้อ 5 อธิบายการขาย ผ่านช่องทางอี คอมเมิร์ซได้	5. การที่นาย ก. ขายสินค้าโดยตรงให้กับ นาย ข. จัดเป็นอี-คอม เมิร์ซแบบใด Select one: <input type="radio"/> a. B2B <input checked="" type="radio"/> b. C2C <input type="radio"/> c. C2B <input type="radio"/> d. C2B2C <input type="radio"/> e. B2C2C			√				
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	2	-	2	-	1	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 4 การขาย กับการจัดการคุณค่า

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายความสำคัญ และวิธีการสร้างพันธมิตร ทางธุรกิจได้	1. ข้อใดไม่ใช่ผลของการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า Select one: <input type="radio"/> ก. ลูกค้าเกิดความภักดี <input type="radio"/> ข. สร้างกำไรให้ธุรกิจมากขึ้น <input type="radio"/> ค. เพิ่มโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จด้านการตลาด และการขาย <input checked="" type="radio"/> ง. กำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจน <input type="radio"/> จ. สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ		√					
ข้อ 2 อธิบายวิสัยทัศน์ นโยบายและกลยุทธ์การ ขายได้	2. ทิศทางของธุรกิจที่กำหนดโดยผู้บริหารสูงสุด หรือ CEO ของธุรกิจคืออะไร Select one: <input type="radio"/> ก. นโยบายของธุรกิจ <input type="radio"/> ข. เป้าหมายของธุรกิจ <input type="radio"/> ค. วัตถุประสงค์ของธุรกิจ <input type="radio"/> ง. กิจกรรม <input checked="" type="radio"/> จ. วิสัยทัศน์		√					
ข้อ 3 อธิบายความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องระหว่าง การจัดการการขายกับการ จัดการเชิงกลยุทธ์ได้	3. การที่ธุรกิจมากกว่าหนึ่งแห่งตกลงร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความต้องการของธุรกิจ และทำการขายร่วมกันเพื่อให้สามารถ บรรลุเป้าหมายในข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. ความรับผิดชอบต่อสังคม <input type="radio"/> ข. การกำหนดข้อตกลงแบ่งส่วนตลาด		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	<input checked="" type="radio"/> ค. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ <input type="radio"/> ง. การขยายพื้นที่การตลาด <input type="radio"/> จ. การลดระดับการแข่งขัน						
ข้อ 4 อธิบายความสัมพันธ์ ของนโยบายเชิงกลยุทธ์กับ นโยบายการขายได้	4. นโยบายการขายเกี่ยวกับนโยบายเชิงกลยุทธ์อย่างไร Select one: <input type="radio"/> ก. เป็นข้อห้ามในการดำเนินการทางการกิจการขาย <input type="radio"/> ข. เป็นเกณฑ์ประเมินการปฏิบัติงานขาย <input type="radio"/> ค. เป็นการประกันความเสียหายที่อาจเกิดจากการขาย <input type="radio"/> ง. เป็นหลักประกันในการดำเนินการงานขายให้กับธุรกิจ <input checked="" type="radio"/> จ. เป็นกฎกติกาสำหรับทำภารกิจกิจการขาย		√				
ข้อ 5 อธิบายจุดเน้นของ การจัดการเชิงกลยุทธ์ได้	5. กลยุทธ์การตลาดและการขายต้องสอดคล้องสนับสนุน ประเด็นกลยุทธ์ระดับเหนือขึ้นไปโดยตรงเป็นระดับแรก คือ ระดับใด Select one: <input type="radio"/> ก. ระดับพันธกิจ <input type="radio"/> ข. ระดับเป้าหมาย <input type="radio"/> ค. ระดับวัตถุประสงค์ <input checked="" type="radio"/> ง. ระดับนโยบาย <input type="radio"/> จ. ระดับกิจกรรม		√				
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	-	5	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 4 การขาย กับการจัดการคุณค่า

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบาย ความสำคัญและวิธีการ สร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจได้	1. ข้อใดคือผลของการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า Select one: <input type="radio"/> ก. ลูกค้าเกิดความภักดี <input type="radio"/> ข. สร้างกำไรให้ธุรกิจมากขึ้น <input type="radio"/> ค. เพิ่มโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จด้านการตลาดและ การขาย <input type="radio"/> ง. สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ		√					
ข้อ 2 อธิบายวิสัยทัศน์ นโยบายและกลยุทธ์ การขายได้	2. ข้อใดไม่ใช่ทิศทางของธุรกิจที่กำหนดโดยผู้บริหารสูงสุด หรือ CEO ของธุรกิจคืออะไร Select one: <input type="radio"/> ก. นโยบายของธุรกิจ <input type="radio"/> ข. เป้าหมายของธุรกิจ <input type="radio"/> ค. วัตถุประสงค์ของธุรกิจ <input type="radio"/> ง. วิสัยทัศน์ <input checked="" type="radio"/> จ. กิจกรรม		√					
ข้อ 3 อธิบาย ความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง ระหว่างการจัดการการ ขายกับการจัดการ เชิงกลยุทธ์ได้	3. การขายของพนักงานขาย ไม่ว่าจะขายได้หรือไม่ พนักงานขาย ควรดำเนินการอย่างไรหลังการขาย Select one: <input type="radio"/> ก. ถือว่าหน้าที่การขายสิ้นสุดลง <input checked="" type="radio"/> ข. สร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้าหลังการขาย <input type="radio"/> ค. ประเมินมูลค่าการขายเพื่อจำแนกประเภทลูกค้า		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	<input type="radio"/> ง. ปรับปรุงปรับปรุงวิธีการขาย <input type="radio"/> จ. ตรวจสอบข้อมูลประวัติลูกค้าเพื่อปรับกลยุทธ์การขาย						
ข้อ 4 อธิบาย ความสัมพันธ์ของ นโยบายเชิงกลยุทธ์กับ นโยบายการขายได้	<p>4. การประเมินผลิตภัณฑ์โดยรวมของลูกค้าจากประโยชน์ของ ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามการรับรู้ในสิ่งที่ได้รับ หรือประสบการณ์ที่เคย ได้รับ คืออะไร</p> <p>Select one:</p> <input type="radio"/> ก. การติดตามผลการขายที่ประสบความสำเร็จ <input type="radio"/> ข. คุณค่าของธุรกิจ <input checked="" type="radio"/> ค. มูลค่าของลูกค้า <input type="radio"/> ง. การสร้างคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> จ. การส่งมอบคุณค่าตราผลิตภัณฑ์		√				
ข้อ 5 อธิบายจุดเน้น ของการจัดการเชิงกล ยุทธ์ได้	<p>5. ข้อใดไม่ใช่วิธีการค้นหาสาเหตุของความล้มเหลวในการขาย</p> <p>Select one:</p> <input type="radio"/> ก. การสอบถามถึงสาเหตุที่ลูกค้าไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ <input type="radio"/> ข. สำรวจตัวเองถึงสาเหตุของการพลาดโอกาสในการขาย <input type="radio"/> ค. นำข้อบกพร่องมาปรับปรุง วิธีการนำเสนอ และบุคลิกภาพ <input checked="" type="radio"/> ง. นำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ลูกค้าแม้จะไม่ซื้อเพื่อทดลอง <input type="radio"/> จ. ศึกษาเปรียบเทียบสถานะผลิตภัณฑ์ของธุรกิจและของคู่แข่งชั้น		√				
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	-	5	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 5 การจัดการองค์กรและนโยบายองค์กรเพื่อการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 จำแนกระดับกลยุทธ์ ในองค์กรได้	1. ระดับกลยุทธ์องค์กรใดที่บ่งบอกถึงกลยุทธ์โดยรวมและ ทิศทางในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทที่องค์กรลงทุน Select one: <input type="radio"/> a. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ <input type="radio"/> b. กลยุทธ์ระดับสูงสุด <input type="radio"/> c. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ <input checked="" type="radio"/> d. กลยุทธ์ระดับองค์กร <input type="radio"/> e. กลยุทธ์ระดับผู้บริหาร		√					
ข้อ 2 อธิบายหลักในการ จัดองค์กรที่ดีได้	2. การจัดโครงสร้างองค์กรที่เน้นการแบ่งงานกันทำกับความ ชำนาญเฉพาะด้านด้วยการแยกงานหลักกับงานสนับสนุนออก จากกัน โดยแต่ละหน่วยงานจะมีอิสระในการปฏิบัติงานภายใต้ ขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ Select one: <input type="radio"/> a. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเสมือน <input checked="" type="radio"/> b. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ <input type="radio"/> c. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> d. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบแมทริกซ์ <input type="radio"/> e. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเน้นตามลูกค้า		√					
ข้อ 3 อธิบายรูปแบบ โครงสร้างองค์กรเพื่อการ ขายได้	3. การจัดโครงสร้างองค์กรใดที่เหมาะสมกับองค์กรขนาดเล็ก Select one: <input checked="" type="radio"/> a. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเสมือน <input type="radio"/> b. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> c. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> d. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบแมทริกซ์ <input type="radio"/> e. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเน้นตามลูกค้า							
ข้อ 4 อธิบายนโยบายการขายได้	<p>4. สินค้าที่ลูกค้าได้รับไปนั้นจะต้องมีคุณสมบัติปรากฏตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการกำหนดนโยบายการขายใด</p> <p>Select one:</p> <input checked="" type="radio"/> a. การรับประกันในตัวสินค้า <input type="radio"/> b. การรับประกันของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> c. การรับประกันความคุ้มค่าของสินค้า <input type="radio"/> d. การรับประกันการใช้งานของสินค้า <input type="radio"/> e. การรับประกันมาตรฐานขององค์กร		√					
ข้อ 5 อธิบายกลยุทธ์เจรจาต่อรองการขายขององค์กรได้	<p>5. ร้านขายเสื้อผ้ามีการทำโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 สำหรับผู้ที่มาซื้อสินค้าในเดือนนี้ เป็นกลยุทธ์การจัดการกับความลังเลในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าแบบใด</p> <p>Select one:</p> <input type="radio"/> a. กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย <input checked="" type="radio"/> b. กลยุทธ์ของแถม <input type="radio"/> c. กลยุทธ์ลดราคา <input type="radio"/> d. กลยุทธ์กำหนดช่วงเวลา <input type="radio"/> e. กลยุทธ์จำกัดปริมาณ			√				
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	-	4	1	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 5 การจัดการองค์กรและนโยบายองค์กรเพื่อการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 จำแนกระดับกลยุทธ์ในองค์กรได้	<p>1. การกำหนดรูปแบบการขายเฉพาะตลาด โดยเน้นการโฆษณา และการส่งเสริมการขายให้ตอบความเข้าถึงกลุ่มเฉพาะ เป็นการกำหนดกลยุทธ์องค์กรระดับใด</p> <p>Select one:</p> <p><input type="radio"/> a. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ</p> <p><input type="radio"/> b. กลยุทธ์ระดับสูงสุด</p> <p><input checked="" type="radio"/> c. กลยุทธ์ระดับหน้าที่</p> <p><input type="radio"/> d. กลยุทธ์ระดับองค์กร</p> <p><input type="radio"/> e. กลยุทธ์ระดับผู้บริหาร</p>		√					
ข้อ 2 อธิบายหลักในการจัดองค์กรที่ดีได้	<p>2. บริษัท AAA ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่แบ่งพนักงานฝ่ายขายออกเป็นกลุ่มตามความสามารถเฉพาะทางหรือความเชี่ยวชาญ คือ ตามร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง และกลุ่มรัฐบาล ลักษณะดังกล่าวเป็นการการจัดโครงสร้างองค์กรแบบใด</p> <p>Select one:</p> <p><input type="radio"/> a. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเสมือน</p> <p><input type="radio"/> b. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่</p> <p><input type="radio"/> c. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามผลิตภัณฑ์</p> <p><input type="radio"/> d. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบแมทริกซ์</p> <p><input checked="" type="radio"/> e. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเน้นตามลูกค้า</p>		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 3 อธิบายรูปแบบ โครงสร้างองค์กรเพื่อ การขายได้	3. การจัดโครงสร้างองค์กรใดที่ไม่มีความต้องการใช้พนักงานที่มี จำนวนมากแต่จะเน้นการจ้างงานองค์กรอื่นให้เป็นผู้รับเหมาช่วง (Sub-Contractor) Select one: <input type="radio"/> a. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเสมือน <input checked="" type="radio"/> b. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบโมดูลาร์ <input type="radio"/> c. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบตามผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> d. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบแมทริกซ์ <input type="radio"/> e. การจัดโครงสร้างองค์กรแบบเอาท์ซอร์ซ		√				
ข้อ 4 อธิบายนโยบาย การขายได้	4. สินค้าที่สามารถใช้งานได้ตามคุณสมบัติของสินค้าโดยไม่ปรากฏ ข้อจำกัดพร้อม หรือใช้งานได้ไม่เป็นไปตามที่แจ้งไว้ เป็น ส่วนประกอบที่สำคัญของการกำหนดนโยบายการขายได้ Select one: <input type="radio"/> a. การรับประกันในตัวสินค้า <input type="radio"/> b. การรับประกันของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> c. การรับประกันความคุ้มค่าของสินค้า <input checked="" type="radio"/> d. การรับประกันการใช้งานของสินค้า <input type="radio"/> e. การรับประกันมาตรฐานขององค์กร		√				
ข้อ 5 อธิบายกลยุทธ์ เจรจาต่อรองการขาย ขององค์กรได้	5. JD Central ข้อป้ิงออนไลน์ จัดโปรโมชันเทศกาล 12.12 ขึ้น เพื่อกระตุ้นการซื้อ จัดเป็นกลยุทธ์การจัดการกับความลังเลในการ ตัดสินใจซื้อของลูกค้าแบบใด Select one: <input type="radio"/> a. กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย <input type="radio"/> b. กลยุทธ์ของแถม <input type="radio"/> c. กลยุทธ์ลดราคา <input checked="" type="radio"/> d. กลยุทธ์กำหนดช่วงเวลา <input type="radio"/> e. กลยุทธ์จำกัดปริมาณ			√			
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	-	4	1	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 6 ทีมขายและการจัดการทีมขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายแนวคิด เกี่ยวกับการสรรหา พนักงานขายได้	1. พนักงานขายที่ดี ควรมีคุณสมบัติใด Select one: <input type="radio"/> a. ชยัน <input type="radio"/> b. ความรู้ดี <input type="radio"/> c. มีมนุษยสัมพันธ์ดี <input checked="" type="radio"/> d. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 2 อธิบายหลักการ ปฐมนิเทศได้	2. การปฐมนิเทศพนักงานในข้อใดถูกต้อง Select one: <input type="radio"/> a. ทำเมื่อไหร่ก็ได้เมื่อน่วยให้การปฐมนิเทศมีความพร้อม <input type="radio"/> b. การอบรมเทคนิคการขายเป็นสิ่งจำเป็น ความรู้เรื่อง อื่น ไม่จำเป็น <input type="radio"/> c. ฝ่ายทรัพยากรบุคคล มีหน้าที่จัดเตรียมเอกสารเพื่อ การสัมภาษณ์ และจัดเตรียมเอกสารสัญญาการเข้าทำงาน เท่านั้น <input checked="" type="radio"/> d. ไม่มีข้อใดถูก		√					
ข้อ 3 อธิบายขั้นตอนการ ปฐมนิเทศได้	3. ช่วงเวลาใดที่เหมาะสมในการปฐมนิเทศพนักงานขาย Select one: <input checked="" type="radio"/> a. ก่อนออกปฏิบัติงานขาย <input type="radio"/> b. ปฐมนิเทศ และออกปฏิบัติงานขายพร้อมๆ กัน <input type="radio"/> c. ควรมีประสบการณ์โดยการออกปฏิบัติงานขายก่อน แล้วจึงทำการปฐมนิเทศ <input type="radio"/> d. ไม่มีข้อใดถูก		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบายการสรรหา พนักงานขายได้	4. การเตรียมตัวไปสัมภาษณ์งานควรเตรียมตัวอย่างไร Select one: <input type="radio"/> a. ศึกษาข้อมูลองค์กรที่ไปสัมภาษณ์งาน <input type="radio"/> b. แต่งกายให้สุภาพ <input type="radio"/> c. อ่านรายละเอียดของใบสมัคร และข้อสอบ ก่อนทำทุก ครั้ง <input checked="" type="radio"/> d. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 อธิบายการคัดเลือก พนักงานขายได้	5. การทำให้ประวัติการทำงานของเราดี คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. ไม่เปลี่ยนงานบ่อย <input type="radio"/> b. ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ทำงานหนัก <input type="radio"/> c. เคารพในระเบียบวินัย ข้อบังคับการทำงานขององค์กร <input checked="" type="radio"/> d. ถูกทุกข้อ	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	3	2	-	-	-	-	5



ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 6 ทีมขายและการจัดการทีมขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์การเรียนรู้เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการสรรหาพนักงานขายได้	1. พนักงานขายที่ดี ข้อใดสำคัญที่สุด Select one: <input type="radio"/> a. ฝึกฝนตนเองให้มีความชำนาญ <input type="radio"/> b. ให้ความสำคัญ ทั้ง ลูกค้า ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน <input checked="" type="radio"/> c. เป็นผู้ให้มากกว่าเป็นผู้รับ <input type="radio"/> d. ไม่มีข้อใดถูก				✓			
ข้อ 2 อธิบายหลักการปฐมนิเทศได้	2. เหตุผลในการจัดการปฐมนิเทศพนักงานขาย ข้อใดไม่ถูกต้อง Select one: <input type="radio"/> a. เพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน <input type="radio"/> b. สร้างให้พนักงานขายมีแรงจูงใจในการทำงาน <input checked="" type="radio"/> c. เพื่อให้มีความสุข และสนุกกับการทำงาน <input type="radio"/> d. เพื่อให้ทราบถึงการประเมินระยะทดลองงาน		✓					
ข้อ 3 อธิบายขั้นตอนการปฐมนิเทศได้	3. ข้อใด คือ การฝึกงาน แบบ 3 ระยะ ที่ได้ผลสำหรับพนักงาน Select one: <input type="radio"/> a. ความรู้เกี่ยวกับ องค์กร ลูกค้า สินค้า <input type="radio"/> b. การสัมภาษณ์ ปฐมนิเทศ ประเมินผลงาน <input checked="" type="radio"/> c. การฝึกงานกับหัวหน้างาน <input type="radio"/> d. ฟังบรรยาย ออกปฏิบัติงาน ประเมินผลงาน		✓					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบายการสรรหาพนักงานชายได้	4. ข้อใดเป็นสาเหตุของการถูกตัดคะแนนในการไปสัมภาษณ์งาน Select one: <input type="radio"/> a. เดินทางไปถึงที่สัมภาษณ์ก่อนเวลา <input type="radio"/> b. การแต่งตัวสุภาพ <input checked="" type="radio"/> c. การไม่ปฏิบัติตามคำสั่งในใบสมัครงาน <input type="radio"/> d. ยอมรับว่าไม่มีความรู้ในคำถามที่ถูกสัมภาษณ์	√						
ข้อ 5 อธิบายการคัดเลือกพนักงานชายได้	5. การสอบประวัติงาน ของผู้สมัครเป็นพนักงานชาย ข้อใดสำคัญที่สุด Select one: <input type="radio"/> a. ความมีมนุษยสัมพันธ์ <input checked="" type="radio"/> b. ความซื่อสัตย์ สุจริต <input type="radio"/> c. เทคนิคการขาย <input type="radio"/> d. ไม่มีข้อใดถูก				√			
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	1	2	-	2	-	-	5



ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายบทบาทของผู้บริหารงานขายได้	1. ข้อใดไม่ใช่หน้าที่ของผู้บริหารงานขาย Select one: <input type="radio"/> ก. จัดแบ่งเป้าหมายการขายให้พนักงานขาย <input type="radio"/> ข. สั่งการบังคับบัญชา มอบหมายงานให้พนักงานขาย <input checked="" type="radio"/> ค. ดูแล อำนวยความสะดวกให้ฝ่ายนโยบายขององค์กร <input type="radio"/> ง. จัดทำงบประมาณงานขาย <input type="radio"/> จ. จัดโครงสร้างทีมขาย		√				
ข้อ 2 อธิบายการสร้างแรงจูงใจค่าตอบแทนและเงินรางวัลพนักงานขายได้	2. เงินรางวัลที่จูงใจให้พนักงานขายที่ดี มีลักษณะอย่างไร Select one: <input type="radio"/> ก. สามารถได้รับรางวัลได้โดยง่าย <input type="radio"/> ข. ไม่มีการกำหนดเงื่อนไข ทั้งเงื่อนไขเวลา และตัวเงิน <input checked="" type="radio"/> ค. มีเป้าหมายเพื่อได้รับเงินรางวัล หากไม่ถึงเป้าหมายจะไม่ได้รับ <input type="radio"/> ง. กำหนดเงื่อนไข ที่มีความสลับซับซ้อน <input type="radio"/> จ. ไม่มีข้อใดถูก		√				
ข้อ 3 อธิบายแนวคิดและวิธีปฏิบัติการบริหารทีมขายได้	3. การแบ่งทีมขายสามารถใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้ ยกเว้นข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. แบ่งทีมขาย ตามพื้นที่ <input type="radio"/> ข. แบ่งทีมขาย ตามผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> ค. แบ่งทีมขาย ตามประเภทของลูกค้า <input type="radio"/> ง. แบ่งทีมขาย แบบผสม	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ							
ข้อ 4 อธิบายประโยชน์ของการจัดทีมขายได้	4. ประโยชน์การจัดแบ่งทีมขาย คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง <input type="radio"/> ข. เพิ่มยอดขาย <input type="radio"/> ค. ป้องกันความสับสนและความซับซ้อนของงาน <input type="radio"/> ง. ข้อ ก และ ข ถูก <input checked="" type="radio"/> จ. ข้อ ก ข และ ค ถูก		✓					
ข้อ 5 อธิบายการกำหนดโควตาหรือการแบ่งเป้าหมายได้	5. เป้าการขายที่ดี ทำให้พนักงานขายทำงานได้มีประสิทธิภาพ ข้อใดไม่ถูกต้อง Select one: <input type="radio"/> ก. ยืดหยุ่น ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ง่าย <input type="radio"/> ข. มีความยุติธรรม <input type="radio"/> ค. เข้าใจง่าย <input checked="" type="radio"/> ง. สามารถทำให้ถึงเป้าหมายได้ยาก <input type="radio"/> จ. ไม่มีข้อใดถูก		✓					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	1	4	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์การเรียนรู้เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายบทบาทของผู้บริหารงานขายได้	1. ข้อใดคือหน้าที่ของผู้บริหารงานขาย Select one: <input type="radio"/> ก. เสนอขายสินค้าและบริการ <input type="radio"/> ข. จัดทำใบเสนอราคา <input type="radio"/> ค. พาลูกค้าไปเลี้ยงรับรอง <input checked="" type="radio"/> ง. แบ่งเป้าหมายการขายให้พนักงานขาย <input type="radio"/> จ. ไม่มีข้อใดถูก		√					
ข้อ 2 อธิบายการสร้างแรงจูงใจค่าตอบแทนและเงินรางวัลพนักงานขายได้	2. งานขายมีลักษณะเฉพาะของงาน จำเป็นต้องมีการสร้างแรงจูงใจ ข้อใด ไม่ใช่ เหตุผลในการสร้างแรงจูงใจ Select one: <input type="radio"/> ก. งานขายต้องอาศัยความอดทน มีความเครียด <input type="radio"/> ข. ลักษณะงานซ้ำๆ อาจเกิดความเคยชิน <input type="radio"/> ค. ลักษณะงานมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันมาก <input checked="" type="radio"/> ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก <input type="radio"/> จ. ข้อ ก ข และ ค ผิด		√					
ข้อ 3 อธิบายแนวคิดและวิธีปฏิบัติการบริหารทีมขายได้	3. ข้อใดถูกต้องเกี่ยวกับการจัดแบ่งโครงสร้างทีมขาย Select one: <input type="radio"/> ก. ทีมขายสามารถเข้าพบลูกค้าด้วยความถี่ที่เหมาะสม <input type="radio"/> ข. ครอบคลุมลูกค้าเป้าหมาย x <input type="radio"/> ค. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป้าหมาย <input checked="" type="radio"/> ง. ผู้บริหารงานขายสามารถวางแผนอัตรากำลังคนได้		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
	<input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ						
ข้อ 4 อธิบายประโยชน์ ของการจัดทีมขายได้	4. องค์กรขนาดเล็กที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ ควรใช้โครงสร้างทีมขายแบบใด Select one: <input checked="" type="radio"/> ก. โครงสร้างพนักงานขายแบบเบ็ดเสร็จ <input type="radio"/> ข. โครงสร้างแบบผู้เชี่ยวชาญ <input type="radio"/> ค. โครงสร้างแบบผสม <input type="radio"/> ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก <input type="radio"/> จ. ข้อ ก ข และ ค ผิด		√				
ข้อ 5 อธิบายการ กำหนดโควตาหรือการ แบ่งเป้าหมายการขายได้	5. ข้อใดคือ เหตุผลที่ไม่ต้องกำหนดเป้าหมาย Select one: <input type="radio"/> ก. มีความเบี่ยงเบน เรื่องรอบเวลาการขาย <input type="radio"/> ข. ผู้บริหารมีความยากลำบากหรือไม่สามารถอธิบายให้ พนักงานขายเข้าใจเรื่องเป้าหมาย <input type="radio"/> ค. การกำหนดเป้าหมายอาจส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจ จน ทำให้พนักงานขายลาออก <input type="radio"/> ง. ลักษณะธุรกิจบางประเภท ไม่สามารถกำหนดเป้าหมาย ได้ <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ		√				
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	-	5	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 8 การวางแผนการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายแนวความคิดการ พยากรณ์การขายได้	1. ระดับอุปสงค์สูงสุดของตลาดสำหรับสภาพแวดล้อมทาง การตลาดที่กำหนด คืออะไร Select one: <input type="radio"/> a. จุดคุ้มทุน <input type="radio"/> b. เป้าหมายการขาย <input checked="" type="radio"/> c. ศักยภาพของตลาด <input type="radio"/> d. นโยบายขององค์กร <input type="radio"/> e. ความยืดหยุ่นต่อราคา		√					
ข้อ 2 อธิบายวิธีการ พยากรณ์เชิงคุณภาพได้	2. ข้อใดเป็นวิธีการพยากรณ์เชิงคุณภาพ Select one: <input type="radio"/> a. การพยากรณ์โดยหน่วยงานขาย <input type="radio"/> b. การสำรวจตลาด <input type="radio"/> c. วิธีเดลฟาย <input type="radio"/> d. การใช้ความคิดเห็นของผู้บริหาร <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 3 อธิบายงบประมาณ การขายได้	3. ขั้นตอนแรกของการกำหนดงบประมาณการขาย คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. กำหนดเป้าหมายการขาย <input type="radio"/> b. ระบุปัญหาและโอกาสทางการตลาด <input type="radio"/> c. กำหนดวัตถุประสงค์การขาย <input checked="" type="radio"/> d. ทบทวนยอดขายในอดีต	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input type="radio"/> e. ระบุทรัพยากรที่จำเป็น							
ข้อ 4 อธิบายขั้นตอนของกระบวนการการขายได้	4. ขั้นตอนใดอยู่ในระยะการดำเนินการเข้าพบลูกค้า Select one: <input type="radio"/> a. การแสวงหาลูกค้ามุ่งหวัง <input checked="" type="radio"/> b. การขจัดข้อโต้แย้ง <input type="radio"/> c. การวางแผนการเข้าพบ <input type="radio"/> d. การติดตามผล <input type="radio"/> e. การสร้างสัมพันธ์ภาพระยะยาว	√						
ข้อ 5 อธิบายการเตรียมการก่อนการเข้าพบลูกค้าได้	5. คุณสมบัติสำคัญของลูกค้ามุ่งหวัง คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. มีความต้องการและความจำเป็น <input type="radio"/> b. มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ <input type="radio"/> c. มีความสามารถในการซื้อ <input type="radio"/> d ข้อ a และ b ถูก <input checked="" type="radio"/> e. ข้อ a b และ c ถูก	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 8 การวางแผนการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายแนวคิด การพยากรณ์การขาย ได้	1. รูปแบบการเคลื่อนไหวของอุปสงค์ในทิศทางขึ้นและลงที่เกิดขึ้น อย่างซ้ำๆ ตลอดช่วงเวลาหนึ่งๆ ซึ่งมักจะเป็นระยะสั้น เป็น รูปแบบอุปสงค์แบบใด Select one: <input type="radio"/> a. รูปแบบคงที่ <input checked="" type="radio"/> b. รูปแบบฤดูกาล <input type="radio"/> c. รูปแบบวัฏจักร <input type="radio"/> d. รูปแบบไม่แน่นอน <input type="radio"/> e. รูปแบบแนวโน้ม		√					
ข้อ 2 อธิบายวิธีการ พยากรณ์เชิงคุณภาพ ได้	2. กระบวนการในการรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเป็นค่าพยากรณ์อุปสงค์ คือวิธีใด Select one: <input type="radio"/> a. การสำรวจตลาด <input type="radio"/> b. การพยากรณ์โดยหน่วยงานขาย <input checked="" type="radio"/> c. วิธีเดลฟาย <input type="radio"/> d. การใช้ความคิดเห็นของผู้บริหาร <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก	√						
ข้อ 3 อธิบาย งบประมาณการขายได้	3. แผนการขายทางการเงินที่ระบุการจัดสรรทรัพยากรให้กับ กิจกรรมการขายต่างๆ ในระหว่างคาบเวลาหนึ่งๆ ในอนาคต คือ อะไร Select one: <input checked="" type="radio"/> a. งบประมาณการขาย	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input type="radio"/> b. นโยบายการขาย <input type="radio"/> c. เป้าหมายการขาย <input type="radio"/> d. ทรัพยากรการขาย <input type="radio"/> e. วัตถุประสงค์การขาย							
ข้อ 4 อธิบายขั้นตอน ของกระบวนการการ ขายได้	4. ขั้นตอนใดอยู่ในระยะการดำเนินการเข้าพบลูกค้า Select one: <input type="radio"/> a. การนำเสนอการขาย <input type="radio"/> b. การวางแผนการเข้าพบ <input type="radio"/> c. การปิดการขาย <input checked="" type="radio"/> d. ข้อ a และ c ถูก <input type="radio"/> e. ข้อ a b และ c ถูก		√					
ข้อ 5 อธิบายการ เตรียมการก่อนการเข้า พบลูกค้าได้	5. หากลูกค้ามุ่งหวังมีลักษณะผัดวันประกันพรุ่ง พนักงานขายต้อง นำเสนออย่างไร Select one: <input type="radio"/> a. พยายามให้ลูกค้ามุ่งหวังได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความ เป็นกันเอง โดยเน้นความเป็นส่วนตัวตลอดการขาย <input checked="" type="radio"/> b. เน้นผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะไม่ได้รับหากลูกค้าไม่ตัดสินใจ ทันทีและเน้นความสามารถและอำนาจในการตัดสินใจของลูกค้า <input type="radio"/> c. พยายามรับฟังอย่างตั้งใจแต่ดึงการสนทนาให้กลับสู่การ นำเสนอทันทีที่เป็นไปได้ <input type="radio"/> d. พยายามถามคำถามเพื่อทำความเข้าใจลักษณะปัญหาของ ลูกค้ามุ่งหวังและแสดงความเห็นด้วยกับลูกค้ามุ่งหวังให้มากที่สุด <input type="radio"/> e. นำเสนอการขายรูปแบบดั้งเดิมที่แสดงข้อเท็จจริงเป็นหลัก		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	2	3	-	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 9 การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์การเรียนรู้เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายรูปแบบการสื่อสารการขายได้	1. การกำหนดเป้าหมายที่จะได้รับจากการสื่อสาร เป็นขั้นตอนใดของกระบวนการสื่อสารการขาย Select one: <input type="radio"/> ก. การออกแบบข่าวสาร <input type="radio"/> ข. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร <input checked="" type="radio"/> ค. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร <input type="radio"/> ง. การประเมินผลการสื่อสาร <input type="radio"/> จ. การเลือกช่องทางหรือสื่อ	√						
ข้อ 2 อธิบายอุปสรรคในการสื่อสารการขายได้	2. ข้อใดคืออุปสรรคในการสื่อสารการขาย Select one: <input type="radio"/> ก. การทำให้รำคาญใจ <input type="radio"/> ข. การไม่ฟัง <input type="radio"/> ค. ความกดดันในการขาย <input type="radio"/> ง. การนำเสนอสารสนเทศมากเกินไป <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 3 อธิบายองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ได้	3. ข้อใด เป็นกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่พนักงานขายต้องคำนึงถึง Select one: <input type="radio"/> ก. ฝ่ายบริหาร <input type="radio"/> ข. หน่วยงานสนับสนุนภายใน <input type="radio"/> ค. บุคลากรสนับสนุนของลูกค้า	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> ง. ถูกคำ <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ							
ข้อ 4 อธิบายวิวัฒนาการ ของความสัมพันธุ์ได้	4. ผู้ซื้อและผู้ขายได้เรียนรู้ถึงผลประโยชน์และปัญหาที่ เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และพยายามที่จะขยายผลประโยชน์ ให้กว้างขึ้น เป็นขั้นตอนใดของวิวัฒนาการของความสัมพันธุ์ Select one: <input checked="" type="radio"/> ก. การขยาย <input type="radio"/> ข. การให้คำมั่น <input type="radio"/> ค. การเรียนรู้ <input type="radio"/> ง. การตระหนัก <input type="radio"/> จ. การให้คำมั่น		√					
ข้อ 5 อธิบายปัจจัยผูกมัด ความสัมพันธุ์ได้	5. ปัจจัยผูกมัดความสัมพันธุ์ ได้แก่อะไร Select one: <input type="radio"/> ก. คุณค่า <input type="radio"/> ข. ความคาดหวัง <input type="radio"/> ค. การเจรจา <input type="radio"/> ง. ความไว้วางใจ <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 9 การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายรูปแบบ การสื่อสารการขายได้	1. ขั้นตอนแรกของกระบวนการสื่อสารการขาย คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. การเลือกช่องทางหรือสื่อ <input type="radio"/> ข. การกำหนดงบประมาณการขาย <input checked="" type="radio"/> ค. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร <input type="radio"/> ง. การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร <input type="radio"/> จ. การออกแบบข่าวสาร	√						
ข้อ 2 อธิบายอุปสรรค ในการสื่อสารการขาย ได้	2. ข้อใดคือสาเหตุของความผิดพลาดในการสื่อสาร Select one: <input type="radio"/> ก. การนำเสนอขายที่ไม่เป็นระเบียบ <input type="radio"/> ข. ผู้ซื้อไม่ตระหนักถึงความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ <input type="radio"/> ค. ความแตกต่างในการรับรู้ <input type="radio"/> ง. การไม่ฟัง <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 3 อธิบาย องค์ประกอบที่ เกี่ยวข้องกับการสร้าง ความสัมพันธ์ได้	3. ข้อใดคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารการขาย Select one: <input type="radio"/> ก. โบว์ชัวร์ <input checked="" type="radio"/> ข. การตลาดอีเมล <input type="radio"/> ค. แผ่นพับ <input type="radio"/> ง. จดหมายข่าว <input type="radio"/> จ. แค็ตตาล็อก		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบาย วิวัฒนาการของ ความสัมพันธ์ได้	4. ขั้นตอนที่สองของวิวัฒนาการของความสัมพันธ์ คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. การขยาย <input type="radio"/> ข. การตระหนัก <input checked="" type="radio"/> ค. การสำรวจ <input type="radio"/> ง. การให้คำมั่น <input type="radio"/> จ. การเรียนรู้	√						
ข้อ 5 อธิบายปัจจัย ผูกมัดความสัมพันธ์ได้	5. คุณลักษณะของพนักงานขายที่น่าไว้วางใจ คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> ก. เชื่อถือได้ <input type="radio"/> ข. ความซื่อสัตย์ <input type="radio"/> ค. ความสามารถ <input type="radio"/> ง. การทำให้สอดคล้องกับลูกค้า <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม		4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 10 เทคนิคการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายกระบวนการของการขายได้	1. กระบวนการขายควรจะเริ่มต้นจากอะไรเป็นสิ่งแรก Select one: <input type="radio"/> a. การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการ <input type="radio"/> b. การนำเสนอสินค้าหรือบริการ <input type="radio"/> c. การเปรียบเทียบคุณสมบัติกับคู่แข่ง <input type="radio"/> d. การให้ส่วนลดที่จูงใจในการซื้อครั้งแรก <input checked="" type="radio"/> e. การค้นหาความต้องการของลูกค้า	√					
ข้อ 2 อธิบายปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับทักษะใน การขายได้	2. นายสุวิทย์ มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษในการให้คำแนะนำ กับลูกค้าในด้านสินค้าหรือบริการ แสดงว่ามีความเชี่ยวชาญใน ระดับใด Select one: <input type="radio"/> a. นักขาย <input checked="" type="radio"/> b. ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา <input type="radio"/> c. พนักงานขาย <input type="radio"/> d. ผู้จัดการฝ่ายขาย <input type="radio"/> e. ผู้อำนวยการฝ่ายขาย			√			
ข้อ 3 วิเคราะห์ความ ต้องการของลูกค้าหรือ ลูกค้ามุ่งหวังได้	3. น.ส.วราภรณ์ วิเคราะห์และแบ่งประเภทลูกค้าออกมาเป็น ลูกค้าที่ซื้อครั้งแรก ลูกค้าที่ซื้อซ้ำ และลูกค้าประจำ ถือเป็น วิธีการแบ่งประเภทตามวิธีการใด Select one: <input checked="" type="radio"/> a. แบ่งตามความถี่ในการซื้อสินค้า <input type="radio"/> b. แบ่งตามลักษณะบุคลิกภาพในการซื้อ		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> c. แบ่งตามการตัดสินใจซื้อ <input type="radio"/> d. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการบริโภค <input type="radio"/> e. แบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์							
ข้อ 4 อธิบายเทคนิคการขายได้	4. ข้อใดเป็นเทคนิคการขาย Select one: <input type="radio"/> a. การใช้มธูรพจนในการขาย <input type="radio"/> b. การสาธิตสินค้า <input type="radio"/> c. การอ้างอิงที่ดี <input type="radio"/> d. การรับประกันและบริการหลังการขาย <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 อธิบายการนำเสนอการขายและเทคนิคการสื่อสารสำหรับการนำเสนอการขายได้	5. หลักการเสนอขายสร้างข้อได้เปรียบต่อคู่แข่งชั้นหมายถึงข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. บรรยากาศในการนำเสนอต้องเป็นบรรยากาศที่ดีที่สุดที่ทั้งผู้นำเสนอและผู้ฟังรู้สึกสบาย <input checked="" type="radio"/> b. การนำเสนอถึงจุดดี จุดเด่น ของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอให้ลูกค้ามุ่งหวังได้เกิดการตระหนักรู้ด้วยตนเอง <input type="radio"/> c. การขจัดความลังเลสงสัยทั้งหมดที่มีอยู่ของลูกค้ามุ่งหวังออกไปให้หมดจากใจ <input type="radio"/> d. การขายที่ครอบคลุมข้อเท็จจริงทุกอย่างที่ลูกค้ามุ่งหวังจำเป็นต้องรู้ <input type="radio"/> e. ทำให้ลูกค้ามุ่งหวังเกิดความเชื่อมั่นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะสามารถแก้ปัญหาต่าง		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	2	2	1	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 10 เทคนิคการขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบาย กระบวนการของการ ขายได้	1. ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการขาย คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. การนำเสนอสินค้าหรือบริการ <input checked="" type="radio"/> b. การตกลงซื้อขายสินค้าหรือบริการ <input type="radio"/> c. การเปรียบเทียบคุณสมบัติกับคู่แข่ง <input type="radio"/> d. การค้นหาความต้องการของลูกค้า <input type="radio"/> e. การให้ส่วนลดที่จูงใจในการซื้อครั้งแรก	√					
ข้อ 2 อธิบายปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับทักษะ ในการขายได้	2. นายเจมส์ มีความเชี่ยวชาญในการขายและมีทักษะรอบด้าน ไม่ ว่าจะเป็นความรู้สินค้า การวิเคราะห์ลูกค้า แสดงว่ามีความ เชี่ยวชาญในระดับใด Select one: <input type="radio"/> a. ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษา <input checked="" type="radio"/> b. นักขาย <input type="radio"/> c. พนักงานขาย <input type="radio"/> d. ผู้จัดการฝ่ายขาย <input type="radio"/> e. ผู้อำนวยการฝ่ายขาย			√			
ข้อ 3 วิเคราะห์ความ ต้องการของลูกค้าหรือ ลูกค้ามุ่งหวังได้	3. น.ส.อรนุช วิเคราะห์และแบ่งประเภทลูกค้าออกมาเป็น ผู้ใช้ เพื่อประกอบธุรกิจ และลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย ถือเป็น วิธีการแบ่งประเภทตามวิธีการใด Select one: <input type="radio"/> a. แบ่งตามความถี่ในการซื้อสินค้า <input type="radio"/> b. แบ่งตามการตัดสินใจซื้อ		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> c. แบ่งตามลักษณะบุคลิกภาพในการซื้อ <input type="radio"/> d. แบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ <input checked="" type="radio"/> e. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการบริโภค							
ข้อ 4 อธิบายเทคนิค การขายได้	4. ข้อใดไม่ใช่เทคนิคการขาย Select one: <input type="radio"/> a. การสาธิตสินค้า <input type="radio"/> b. การใช้มรรยาทในการขาย <input checked="" type="radio"/> c. การให้ของกำนัลกับลูกค้าในเทศกาลสำคัญ <input type="radio"/> d. การอ้างอิงที่ดี <input type="radio"/> e. การรับประกันและบริการหลังการขาย	√						
ข้อ 5 อธิบายการ นำเสนอการขายและ เทคนิคการสื่อสาร สำหรับการนำเสนอ การขายได้	5. หลักการเสนอขายสร้างบรรยากาศในการนำเสนอที่ดีหมายถึง ข้อใด Select one: <input checked="" type="radio"/> a. บรรยากาศในการนำเสนอต้องเป็นบรรยากาศที่ดีที่ทั้งผู้ นำเสนอและผู้ฟังรู้สึกสบาย <input type="radio"/> b. การนำเสนอถึงจุดดี จุดเด่น ของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอให้ ลูกค้ามุ่งหวังได้เกิดการตระหนักรู้ด้วยตนเอง <input type="radio"/> c. การขจัดความลังเลสงสัยทั้งหมดที่มีอยู่ของลูกค้ามุ่งหวัง ออกไปให้หมดจากใจ <input type="radio"/> d. การขายที่ครอบคลุมข้อเท็จจริงทุกอย่างที่ลูกค้ามุ่งหวัง จำเป็นต้องรู้ <input type="radio"/> e. ทำให้ลูกค้ามุ่งหวังเกิดความเชื่อมั่นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ นั้นจะสามารถแก้ปัญหาต่าง		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	2	2	1	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 11 การเจรจาต่อรอง

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายความสำคัญของการเจรจาต่อรองได้	1. ข้อใดเป็นความสำคัญของการเจรจาต่อรอง Select one: <input type="radio"/> a. สร้างความพึงพอใจให้กับคู่เจรจา <input type="radio"/> b. ผลักดันให้เกิดวงจรการแลกเปลี่ยนได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง <input type="radio"/> c. ก่อให้เกิดมิตรภาพ และความสัมพันธ์ที่ยาวนาน <input type="radio"/> d. ทำให้เกิดความก้าวหน้าในการเจรจาต่าง ๆ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 2 อธิบายประเภทของการเจรจาต่อรองได้	2. ข้อใดเป็นประเภทการเจรจาต่อรอง Select one: <input type="radio"/> a. การเจรจาต่อรองในระดับบุคคล <input type="radio"/> b. การเจรจาต่อรองในระดับองค์กร <input type="radio"/> c. การเจรจาต่อรองในระดับประเทศ <input checked="" type="radio"/> d. ข้อ a. b. และ c. ถูก <input type="radio"/> e. ข้อ a. และ c. ถูก	√						
ข้อ 3 อธิบายเทคนิคของการเจรจาต่อรองได้	3. นายซีวิน เสนอสิทธิพิเศษเฉพาะให้กับลูกค้าหน้ากานอนามัยด้วยโปรโมชั่น ชื้อ 6 แถม 1 คือ เทคนิคการเจรจาต่อรองแบบใด Select one: <input type="radio"/> a. เทคนิคการลดระดับความต้องการ <input checked="" type="radio"/> b. เทคนิคการนำเสนอสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น			√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input type="radio"/> c. เทคนิคการชดเชยที่ไม่เฉพาะเจาะจง <input type="radio"/> d. เทคนิคการสืบรู้ความต้องการบางอย่างของอีกฝ่ายที่คู่ เจรจาอื่นไม่รู้ <input type="radio"/> e. เทคนิคการตั้งคู่เจรจาท่อรองให้เกิดการลงทุน							
ข้อ 4 อธิบายสาเหตุของข้อ โต้แย้งได้	4. ข้อโต้แย้งเกิดขึ้นจากปัจจัยใด Select one: <input type="radio"/> a. ความไม่ชอบ <input type="radio"/> b. ความไม่แน่ใจ <input type="radio"/> c. ความลังเลใจ <input type="radio"/> d. เวลาในการตัดสินใจ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 อธิบายการจัดข้อ โต้แย้งได้	5. การนำข้อโต้แย้งที่ลูกค้าน่าสงสัยกว่าเป็นปัญหามาเป็น ประโยชน์แล้วโยนกลับไปทำให้รู้สึกกว่าปัญหาควรแก้ไขด้วยการ ตัดสินใจข้อ เรียกว่าเทคนิคในการจัดข้อโต้แย้งอะไร Select one: <input type="radio"/> a. เทคนิคการใช้คำถามนำ <input checked="" type="radio"/> b. เทคนิคบูมเมอแรง <input type="radio"/> c. เทคนิคการแตกราคาเป็นหน่วยย่อย ๆ <input type="radio"/> d. เทคนิคการตอบรับในตอนแรกแล้วปฏิเสธภายหลัง <input type="radio"/> e. เทคนิคการใช้ข้อมูลที่เหนือชั้นตอบคำถาม		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	3	1	1	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 11 การเจรจาต่อรอง

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบาย ความสำคัญของการ เจรจาต่อรองได้	1. ข้อใดไม่ใช่ความสำคัญของการเจรจาต่อรอง Select one: <input type="radio"/> a. สร้างความพึงพอใจให้กับคู่เจรจา <input checked="" type="radio"/> b. ลูกค้ำจำใจต้องซื้อในครั้งแรกเพียงครั้งเดียว <input type="radio"/> c. ผลักดันให้เกิดวงจรการแลกเปลี่ยนได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง <input type="radio"/> d. ก่อให้เกิดมิตรภาพ และความสัมพันธ์ที่ยาวนาน <input type="radio"/> e. ทำให้เกิดความก้าวหน้าในการเจรจาต่าง ๆ	√					
ข้อ 2 อธิบายประเภท ของการเจรจาต่อรอง ได้	2. ข้อใดไม่ถือว่าเป็นประเภทของการเจรจาต่อรอง Select one: <input type="radio"/> a. การเจรจาต่อรองในระดับบุคคล <input type="radio"/> b. การเจรจาต่อรองในระดับองค์กร <input type="radio"/> c. การเจรจาต่อรองในระดับตัวต่อตัว <input type="radio"/> d. การเจรจาต่อรองในระดับสูง <input checked="" type="radio"/> e. ข้อ c. และ d.	√					
ข้อ 3 อธิบายเทคนิค ของการเจรจาต่อรอง ได้	3. น.ส.บุ๋ม เสนอขายลิปสติกรุ่นธรรมดาให้กับลูกค้ำ โดยกล่าวว่า สินค้านี้เป็นที่ต้องการของตลาดและอาจจะหมดสต็อกอย่างรวดเร็ว Select one: <input checked="" type="radio"/> a. เทคนิคการลดระดับความต้องการ <input type="radio"/> b. เทคนิคการขดเขยที่ไม่เฉพาะเจาะจง			√			

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input type="radio"/> c. เทคนิคการสืบรู้ความต้องการบางอย่างของอีกฝ่ายที่คู่ เจรจาอื่นไม่รู้ <input type="radio"/> d. เทคนิคการตั้งคู่เจรจาท่อรองให้เกิดการลงทุน <input type="radio"/> e. เทคนิคการนำเสนอสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น							
ข้อ 4 อธิบายสาเหตุ ของข้อโต้แย้งได้	4. ข้อโต้แย้งมีได้เกิดขึ้นจากปัจจัยอะไร Select one: <input type="radio"/> a. ความไม่ชอบ <input type="radio"/> b. ความไม่แน่ใจ <input type="radio"/> c. ความลังเลใจ <input checked="" type="radio"/> d. ความพึงพอใจของลูกค้า <input type="radio"/> e. เวลาในการตัดสินใจ	√						
ข้อ 5 อธิบายการจัด ข้อโต้แย้งได้	5. การเปรียบเทียบกับระยะเวลาในการทำงานทำให้ความคุ้มค่า มากกว่า ระยะเวลาสั้นกว่าจึงแพงน้อยกว่า เรียกว่าเทคนิคในการ จัดข้อโต้แย้งอะไร Select one: <input checked="" type="radio"/> a. เทคนิคการแตกราคาเป็นหน่วยย่อย ๆ <input type="radio"/> b. เทคนิคการใช้คำถามนำ <input type="radio"/> c. เทคนิคบูมเมอแรง <input type="radio"/> d. เทคนิคการตอบรับในตอนแรกแล้วปฏิเสธภายหลัง <input type="radio"/> e. เทคนิคการใช้ข้อมูลที่เหนือชั้นตอบคำถาม		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	3	1	1	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 12 บุคลิกภาพนักขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายบุคลิกภาพที่ดีของนักขายได้	1. บุคลิกภาพที่ดีของนักขายตรงกับข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. มีความมั่นใจในตนเอง <input type="radio"/> b. เคลื่อนไหวอย่างสง่างาม <input type="radio"/> c. พูดเก่ง อธิบายดี <input type="radio"/> d. รักษาคำพูด มีความน่าเชื่อถือ <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√					
ข้อ 2 อธิบายการพัฒนา ด้านบุคลิกภาพได้	2. ขั้นตอนแรกของการพัฒนาบุคลิกภาพคือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. หาด้านแบบที่ชอบ <input checked="" type="radio"/> b. วิเคราะห์ตนเอง หาจุดเด่น จุดด้อย <input type="radio"/> c. แก้ไขปรับปรุงสิ่งที่บกพร่อง <input type="radio"/> d. ประเมินผลการแก้ไข <input type="radio"/> e. อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี	√					
ข้อ 3 อธิบายประเภทของ บุคลิกภาพได้	3. ข้อใดเป็นสิ่งแรกในการสร้างความประทับใจ Select one: <input type="radio"/> a. การพูดจา น้ำเสียง <input type="radio"/> b. ความคิด ทักษะ <input checked="" type="radio"/> c. รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย <input type="radio"/> d. กิริยา มารยาท <input type="radio"/> e. นิสัยใจคอ		√				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบายการพัฒนา บุคลิกภาพนักศึกษาที่ดีที่สุด	4. การพัฒนาตนเองข้อใด ทำได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด Select one: <input type="radio"/> a. น้ำเสียง การพูด <input type="radio"/> b. รูปร่าง สีผิว <input type="radio"/> c. ความเชื่อมั่นในตัวเอง <input checked="" type="radio"/> d. การแต่งกาย <input type="radio"/> e. มารยาทในการเข้าสังคม	√						
ข้อ 5 อธิบายความสำคัญ ของการสร้างบุคลิกภาพนัก ชายได้	5. เหตุผลที่นักชายควรสร้างแบรนด์บุคคล คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. เพื่อบ่งบอกความเป็นตัวเอง <input type="radio"/> b. เพื่อปูทางไปสู่การสร้างชื่อเสียงในอนาคต <input type="radio"/> c. เพื่อบ่งบอกให้ผู้อื่นทราบว่าคุณมีความเป็นมืออาชีพในด้านใด <input type="radio"/> d. เพื่อสร้างมูลค่าให้กับตัวเองมากขึ้น <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 12 บุคลิกภาพนักขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบาย บุคลิกภาพที่ดีของนัก ขายได้	1. ข้อใดเป็นบุคลิกภาพที่สำคัญที่สุดของนักขาย Select one: <input type="radio"/> a. การพูดเอาใจลูกค้า <input type="radio"/> b. การไหว้ <input checked="" type="radio"/> c. ความซื่อสัตย์ <input type="radio"/> d. การเสนอสิทธิประโยชน์ของลูกค้า <input type="radio"/> e. การแสดงความสนิทกับลูกค้า				✓			
ข้อ 2 อธิบายการ พัฒนาด้านบุคลิกภาพ ได้	2. ข้อใดคือองค์ประกอบของการออกเสียงที่สามารถพัฒนาได้ Select one: <input checked="" type="radio"/> a. เสียง + ท่าทาง + จังหวะ <input type="radio"/> b. เนื้อเสียง + ลม + รูปปาก <input type="radio"/> c. เนื้อเสียง + จังหวะ <input type="radio"/> d. ลม <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก	✓						
ข้อ 3 อธิบายประเภท ของบุคลิกภาพได้	3. การแต่งกายเป็นประเภทของบุคลิกภาพระดับใด Select one: <input type="radio"/> a. บุคลิกภาพภายใน <input checked="" type="radio"/> b. บุคลิกภาพภายนอก <input type="radio"/> c. บุคลิกภาพขั้นต้น <input type="radio"/> d. บุคลิกภาพขั้นกลาง <input type="radio"/> e. บุคลิกภาพขั้นสูง	✓						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบายการ พัฒนาบุคลิกภาพนัก ชายที่ดีได้	4. นักชายที่ดี มีวิธีในการพัฒนาตนเองอย่างไร Select one: <input type="radio"/> a. หาจุดเด่น และจุดด้อยของตัวเอง <input type="radio"/> b. จัดลำดับความสำคัญสิ่งๆที่ควรแก้ไขปรับปรุง <input type="radio"/> c. ลงมือแก้ไขข้อบกพร่อง เรียนรู้สิ่งใหม่ <input type="radio"/> d. ฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 อธิบาย ความสำคัญของการ สร้างบุคลิกภาพนักชาย ได้	5. จงบอกเหตุผลที่นักชายมืออาชีพ ควรแนะนำประวัติที่โดดเด่น ของตนเองให้ลูกค้าทราบ Select one: <input type="radio"/> a. เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเกรงใจ <input checked="" type="radio"/> b. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า <input type="radio"/> c. เพื่อไม่ให้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ <input type="radio"/> d. เพื่อตีสนิทกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น <input type="radio"/> e. เพื่อสร้างความสนใจ	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	-	-	1	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 13 การจัดการเวลาและทรัพยากรขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมมาตรวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 สามารถอธิบาย กระบวนการจัดการเวลา การขายได้	1. ขั้นตอนแรกของกระบวนการจัดการเวลาการขาย คือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. การจัดสรรทรัพยากร <input type="radio"/> b. การดำเนินการจัดการเวลา <input checked="" type="radio"/> c. การกำหนดเป้าหมายการขาย <input type="radio"/> d. การประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานกลยุทธ์ <input type="radio"/> e. การเลือกกลยุทธ์การขาย	√						
ข้อ 2 อธิบายการกำหนด เป้าหมายการขายได้	2. แนวทางที่พนักงานขายใช้ในการตัดสินใจว่าต้องทำกิจกรรม อะไร เมื่อใด ใครที่ต้องเข้าพบ และวิธีการขายที่จะใช้ คือ ความหมายของอะไร Select one: <input checked="" type="radio"/> a. เป้าหมายการขาย <input type="radio"/> b. กลยุทธ์การขาย <input type="radio"/> c. นโยบายการขาย <input type="radio"/> d. วิสัยทัศน์การขาย <input type="radio"/> e. แผนปฏิบัติการขาย	√						
ข้อ 3 อธิบายการ ดำเนินการจัดการเวลา การขายได้	3. ข้อใดเป็นเครื่องมือในการดำเนินการจัดการเวลา Select one: <input type="radio"/> a. การวางแผนกิจกรรมประจำวัน <input type="radio"/> b. แนวทางการดำเนินงาน	√						

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 13 การจัดการเวลาและทรัพยากรขาย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 สามารถ กระบวนการการ จัดการเวลาการขายได้	1. การกำหนดเป้าหมายการขายเป็นขั้นตอนใดของกระบวนการ จัดการเวลาการขาย Select one: <input checked="" type="radio"/> a. ขั้นตอนแรก <input type="radio"/> b. ขั้นตอนที่สอง <input type="radio"/> c. ขั้นตอนที่สาม <input type="radio"/> d. ขั้นตอนที่สี่ <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก	√						
ข้อ 2 อธิบายการ กำหนดเป้าหมายการ ขายได้	2. ข้อใดเป็นลักษณะของเป้าหมายการขาย Select one: <input type="radio"/> a. ระบุชัดเจน <input type="radio"/> b. สามารถวัดได้ <input type="radio"/> c. สามารถบรรลุได้ <input type="radio"/> d. มีกำหนดเวลาชัดเจน <input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 3 อธิบายการ ดำเนินการจัดการ เวลาการขายได้	3. หลักการในการจัดเวลาของพนักงานขายคือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. ควรเริ่มเร็ว <input type="radio"/> b. จัดการการตอบสนองลูกค้าอย่างเหมาะสม <input type="radio"/> c. วางแผนล่วงหน้า <input type="radio"/> d. ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด						รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	การสร้างสรรค์	
	<input checked="" type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ							
ข้อ 4 อธิบายแนวคิด การขายทางระบบ อิเล็กทรอนิกส์ได้	4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพนักงานขายที่สำคัญที่สุดคือข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. รายงานค่าใช้จ่าย <input type="radio"/> b. รายงานการเยี่ยมเยียนลูกค้า <input type="radio"/> c. รายงานเกี่ยวกับธุรกิจใหม่ที่ติดต่อกได้ <input checked="" type="radio"/> d. รายงานการขาย <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก		√					
ข้อ 5 อธิบายการวางแผนการขายโดยระบบ อิเล็กทรอนิกส์ได้	5. การสร้างคุณค่าในการขายโดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำได้โดย ข้อใด Select one: <input type="radio"/> a. ทำให้เว็บไซต์ของธุรกิจปรากฏอยู่ในจุดที่ลูกค้าสามารถพบ เห็นได้ง่าย <input type="radio"/> b. การสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีของลูกค้า <input type="radio"/> c. ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสะดวกรวดเร็วในการทำให้ ผลิตภัณฑ์เหนือความคาดหวังของลูกค้า <input type="radio"/> d. ข้อ a และ c ถูก <input checked="" type="radio"/> e. ข้อ a b และ c ถูก	√						
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ
รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย
โมดูล 14 จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายและขายตรง
จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)
จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์การเรียนรู้เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายรูปแบบการขายตรงได้	1. ข้อใดไม่ใช่รูปแบบการขายส่ง/ปลีก? Select one: <input type="radio"/> a. 7-11 <input type="radio"/> b. โชว์ห่วย <input checked="" type="radio"/> c. ทีวีไคเรค <input type="radio"/> d. ตลาดคลองถม <input type="radio"/> e. ห้างสรรพสินค้า		√					
ข้อ 2 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับองค์รวม ของการขายสมัยใหม่ได้	2. ข้อใดคือเหตุผลที่ตลาดขายส่ง/ปลีก ขายตรง ออนไลน์ ออฟไลน์ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ Select one: <input type="radio"/> a. ขายตรงมีรูปแบบเฉพาะตัว <input type="radio"/> b. ขายปลีก/ส่งคือตลาดเดียวกัน <input type="radio"/> c. ขายออนไลน์จะไม่เข้ากับขายออฟไลน์ <input checked="" type="radio"/> d. ทุกๆการขายในปัจจุบันต่างกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่างๆหลากหลายช่องทางพร้อมๆกัน <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก		√					
ข้อ 3 อธิบายความเกี่ยวข้องของ กฎหมายขายตรง และกฎหมายอื่นๆ ที่มีต่องานขายสมัยใหม่ได้	3. ข้อใดไม่ใช่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายตรงและการขายอื่นๆ? Select one: <input type="radio"/> a. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค <input type="radio"/> b. กฎหมายความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ <input type="radio"/> c. กฎหมายลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา	√						

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
	<input type="radio"/> d. กฎหมายอาหารและยา <input checked="" type="radio"/> e. กฎหมายล้มละลาย							
ข้อ 4 อธิบายหลัก จรรยาบรรณธุรกิจขายตรง โลกได้	4. ข้อใดคือพื้นฐานสำคัญที่สุดในการค้าจุนองค์รวมของการ ขาย? Select one: <input checked="" type="radio"/> a. จรรยาบรรณของธุรกิจและนักขาย <input type="radio"/> b. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายและการคุ้มครอง ผู้บริโภค <input type="radio"/> c. กฎระเบียบกติกามารยาทของตลาดแต่ละประเภท <input type="radio"/> d. ข้อตกลงส่วนตัวระหว่างผู้ขายหรือผู้ซื้อ <input type="radio"/> e. ไม่มีคำตอบที่ถูกต้อง		√					
ข้อ 5 อธิบายความสำคัญ ของจรรยาบรรณต่องาน ขายสมัยใหม่ได้	5. ข้อใดน่าจะมีโอกาสเป็นแชร์ลูกโซ่มากที่สุด? Select one: <input type="radio"/> a. รายได้ของการขายมาจากส่วนแบ่งกำไรจากการขาย สินค้า <input checked="" type="radio"/> b. รายได้หลักมาจากการชวนคนและการลงทุน <input type="radio"/> c. มีการรับประกันความพึงพอใจสินค้า <input type="radio"/> d. เปิดเผยรายละเอียดแผนการจ่ายผลประโยชน์ชัดเจน ถูกกฎหมาย <input type="radio"/> e. ถูกทุกข้อ				√			
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	1	3	-	1	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 14 จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายและขายตรง

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 1 อธิบายรูปแบบ การขายตรงได้	1. ข้อใดไม่ใช่รูปแบบการขายออนไลน์? Select one: <input checked="" type="radio"/> a. ทิวใต้เรค <input type="radio"/> b. ลาซาต้า <input type="radio"/> c. ซือปี้ <input type="radio"/> d. ร้านค้าในเฟซบุ๊ก <input type="radio"/> e. ร้านค้าในอินสตาแกรม		√					
ข้อ 2 อธิบายแนวคิด เกี่ยวกับองค์รวม ของ การขายสมัยใหม่ได้	2. ข้อใดถูกต้องเกี่ยวกับตลาดออนไลน์ Select one: <input type="radio"/> a. ซื้อขายได้ 24 ชั่วโมง 7 วันต่อสัปดาห์ <input type="radio"/> b. ลูกค้าต่างประเทศสามารถเข้าถึงได้ <input type="radio"/> c. ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน <input checked="" type="radio"/> d. ข้อ a b และ c ถูก <input type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก	√						
ข้อ 3 อธิบายความ เกี่ยวข้องของ กฎหมาย ขายตรง และกฎหมาย อื่นๆที่มีต่องานขาย สมัยใหม่ได้	3. ข้อใดไม่ผิดกฎหมายอาหารและยา Select one: <input checked="" type="radio"/> a. ขายสินค้าแบรนด์เนมออนไลน์ โดยมีได้เป็นผู้แทนจำหน่าย <input type="radio"/> b. ขายยาออนไลน์ <input type="radio"/> c. ขายเครื่องสำอางโดยมิได้จดทะเบียน. <input type="radio"/> d. ไม่ระบุราคาสินค้าชัดเจน <input type="radio"/> e. ไม่มีรายละเอียดของสินค้าระบุข้างกล่องและตัวสินค้า		√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 4 อธิบายหลัก จรรยาบรรณธุรกิจขาย ตรงโลกได้	4. ข้อใดอยู่ในองค์ประกอบของการขายสมัยใหม่ Select one: <input type="radio"/> a. จรรยาบรรณของงธุรกิจและนักขาย <input type="radio"/> b. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขาย <input type="radio"/> c. กฎระเบียบของตลาดและร้านค้า <input type="radio"/> d. ข้อ a b และ c ผิด <input checked="" type="radio"/> e. ข้อ a b และ c ถูก		✓					
ข้อ 5 อธิบาย ความสำคัญของ จรรยาบรรณต่องาน ขายสมัยใหม่ได้	5. ข้อใดถูกต้องที่สุดเกี่ยวกับจรรยาบรรณธุรกิจ Select one: <input type="radio"/> a. กฎระเบียบและกฎหมายมีผลบังคับใช้ดีกว่าจรรยาบรรณ <input type="radio"/> b. จรรยาบรรณธุรกิจถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการค้าจูนองค์ รวมการขาย <input type="radio"/> c. จรรยาบรรณธุรกิจสำคัญน้อยกว่ากฎหมาย <input type="radio"/> d. การปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจไม่ได้หมายความว่าทำ ถูกกฎหมาย <input checked="" type="radio"/> e. ไม่มีข้อใดถูก		✓					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	1	4	-	-	-	-	5

ข้อสอบก่อนเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 15 จรรยาบรรณนักขายและนักขายตรงไทย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณนักขายไทยได้	1. ข้อใด ไม่ อยู่ในจรรยาบรรณของพนักงานขาย? Select one: <input checked="" type="radio"/> ก. จรรยาบรรณต่อประเทศชาติ <input type="radio"/> ข. จรรยาบรรณต่อลูกค้า <input type="radio"/> ค. จรรยาบรรณต่อบริษัท <input type="radio"/> ง. จรรยาบรรณต่อคู่แข่ง <input type="radio"/> จ. จรรยาบรรณต่อสังคม	✓					
ข้อ 2 อธิบายคุณสมบัติจรรยาบรรณ นักขายไทยได้	2. ข้อใดถูกต้องเกี่ยวกับจรรยาบรรณของพนักงานขายต่อตนเอง? Select one: <input checked="" type="radio"/> ก. การยอมผิดจรรยาบรรณเพื่อผลประโยชน์ระยะสั้น อาจเกิดผลเสียในระยะยาวได้ <input type="radio"/> ข. มีความสำคัญมากกว่าจรรยาบรรณต่อลูกค้า บริษัท และคู่แข่ง <input type="radio"/> ค. ลูกค้าเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริษัทมากกว่าภาพลักษณ์ของนักขาย <input type="radio"/> ง. การปฏิบัติตนเองให้ถูกกาลเทศะ เป็นส่วนหนึ่งในจรรยาบรรณต่อตนเอง <input type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ		✓				

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อความ	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)	
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า		การสร้างสรรค์
ข้อ 3 อธิบายองค์กรที่ เกี่ยวกับกฎระเบียบ จรรยาบรรณที่ เกี่ยวข้อง กับนักขายในประเทศ ไทยได้	3. องค์กรใดที่มีกฎระเบียบจรรยาบรรณเกี่ยวข้องกับนักขาย ในประเทศไทย Select one: <input type="radio"/> ก. ธนาคารไทยพาณิชย์ <input type="radio"/> ข. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการ ประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ) <input type="radio"/> ค. สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย <input type="radio"/> ง. สมาคมการขายตรงไทย <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 4 อธิบายความหมาย ของธุรกิจขายตรงได้	4. ข้อใดเป็นชื่อเรียกธุรกิจขายตรงที่ถูกต้อง Select one: <input type="radio"/> ก. ธุรกิจขายตรง <input type="radio"/> ข. ธุรกิจเครือข่าย <input type="radio"/> ค. ขายตรง <input type="radio"/> ง. ตลาดตรง <input checked="" type="radio"/> จ. ถูกทุกข้อ	√						
ข้อ 5 อธิบายหลักเกณฑ์ ในการเลือกบริษัท ผู้ประกอบการขายตรงได้	5. ข้อใดไม่ใช่หลักเกณฑ์ในการเลือกบริษัทผู้ประกอบการขาย ตรงที่ดีในประเทศไทย Select one: <input type="radio"/> ก. พิจารณาจากผลงานหรือผลประกอบการ <input type="radio"/> ข. พิจารณาจากผู้บริหาร <input checked="" type="radio"/> ค. พิจารณาจากความเป็นไปได้ของแผนผลประโยชน์ ยิ่ง สูงยิ่งดี <input type="radio"/> ง. พิจารณาจากประวัติชื่อเสียง ระยะเวลากิจการของ บริษัท <input type="radio"/> จ. พิจารณาจากองค์ประกอบของสินค้า ตัวแทน จำนวน ผู้บริโภค เป็นต้น		√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	3	2	-	-	-	-	5

ข้อสอบหลังเรียน

ตารางแสดงข้อคำถาม/ข้อสอบ

รายวิชา 32316 การจัดการการขายและศิลปะการขาย

โมดูล 15 จรรยาบรรณนักขายและนักขายตรงไทย

จำนวน 1 ชั่วโมงเรียนรู้ (ข้อสอบปรนัยแบบ 5 ตัวเลือกจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ข้อต่อ 1 ชั่วโมงการเรียนรู้)

จำนวนข้อสอบ ปรนัย 5 ข้อ

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไปใช้-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ข้อ 1 อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณนักขายไทยได้	1. ข้อใดไม่ใช่จรรยาบรรณของพนักงานขาย Select one: <input type="radio"/> ก. จรรยาบรรณต่อตนเอง <input type="radio"/> ข. จรรยาบรรณต่อสังคม <input type="radio"/> ค. จรรยาบรรณต่อคู่แข่ง <input checked="" type="radio"/> ง. ข้อ ก ข และ ค เป็นจรรยาบรรณของพนักงานขาย <input type="radio"/> จ. ข้อ ก ข และ ค ไม่ใช่จรรยาบรรณของพนักงานขาย		√				
ข้อ 2 อธิบายองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ กฎระเบียบจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง กับนักขายในประเทศไทยได้	2. องค์กรใดที่มีกฎระเบียบจรรยาบรรณเกี่ยวข้องกับนักขายในประเทศไทย? Select one: <input type="radio"/> ก. สมาคมการขายตรงไทย <input type="radio"/> ข. สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย <input type="radio"/> ค. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย <input checked="" type="radio"/> ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก <input type="radio"/> จ. ไม่มีข้อใดถูก	√					
ข้อ 3 อธิบายองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ กฎระเบียบจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้อง กับนักขายในประเทศไทยได้	3. องค์กรใดที่มีกฎระเบียบจรรยาบรรณเกี่ยวข้องกับนักขายในประเทศไทย? Select one: <input type="radio"/> ก. สมาคมการขายตรงไทย	√					

วัตถุประสงค์ การเรียนรู้ เชิงพฤติกรรม	ข้อคำถาม	ระดับพฤติกรรมการวัด					รวม (ข้อ)
		ความรู้-ความจำ	ความเข้าใจ	การนำไป-ประยุกต์ใช้	การวิเคราะห์	การประเมินค่า	
ประเทศไทยได้	<input type="radio"/> ข. สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย <input type="radio"/> ค. สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย <input checked="" type="radio"/> ง. ข้อ ก ข และ ค ถูก <input type="radio"/> จ. ไม่มีข้อใดถูก						
ข้อ 4 อธิบาย ความหมาย ของธุรกิจขายตรงได้	4. ข้อใดไม่ใช่องค์กรในประกอบในธุรกิจขายตรงและตลาดตรง Select one: <input type="radio"/> ก. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค <input type="radio"/> ข. ผู้บริโภค <input type="radio"/> ค. ผู้จำหน่ายอิสระ <input checked="" type="radio"/> ง. ผู้รับสัญญาขายเข้า <input type="radio"/> จ. ผู้ประกอบธุรกิจขายตรง	√					
ข้อ 5 อธิบาย หลักเกณฑ์ ในการ เลือกบริษัท ผู้ประกอบการขายตรง ได้	5. ธุรกิจขายตรงอยู่ในประเทศไทยมาประมาณกี่ปี Select one: <input type="radio"/> ก. 5 ปี <input type="radio"/> ข. 10 ปี <input checked="" type="radio"/> ค. 30 ปี <input type="radio"/> ง. 50 ปี <input type="radio"/> จ. 100 ปี	√					
	รวมจำนวนข้อสอบตามระดับพฤติกรรม	4	1	-	-	-	5

ตัวอย่างบทเรียน และกิจกรรม














ชุดวิชา 32316

การจัดการ การขาย และศิลปะ การขาย

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

นักเทคโนโลยีการศึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.สมัครสมร ภัคดีเทวา

-  ประกาศข่าวจากคณาจารย์
-  Forum สำหรับสอบถามปัญหาเกี่ยวกับคณาจารย์
-  ขั้นตอนการเรียนรู้
-  แนะนำตนเองก่อนเข้าสู่บทเรียน
-  สนทนาสด (Live Chat) วันที่ เวลา
-  **Hidden from students**
-  ปฏิทินการศึกษา
-  **Hidden from students**
-  แบบประเมินก่อนเรียน ชุดวิชา 32316

▶ **ปฐมนิเทศชุดวิชา**



ขอให้นักศึกษาทุกคน เข้ากลุ่มไลน์ ชุดวิชา 32316 ภาค 2/2563 ด้วยครับ



Scan QR Code ที่นี้ครับ

ประกาศ จากอาจารย์ผู้สอน

1. ให้นักศึกษาทำแบบประเมินก่อนเรียนประจำวิชา จำนวน 30 ข้อ
2. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนเรียนประจำโมดูล
3. ให้นักศึกษาดูวิดีโอและเนื้อหาเพิ่มเติมประจำโมดูล
4. ให้นักศึกษาทำกิจกรรมประจำโมดูล (มีคะแนนเก็บ)
5. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบหลังเรียนประจำโมดูล
6. ให้นักศึกษาทำแบบประเมินหลังเรียนประจำวิชา จำนวน 30 ข้อ (ให้ทำก่อนสอบปลายภาค)
7. ให้นักศึกษาทำแบบประเมินความพึงพอใจประจำชุดวิชา เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนต่อไป (ให้ทำก่อนสอบปลายภาค)

หมายเหตุ ทุกโมดูล ต้องทำให้ครบทุกกิจกรรมนะครับ นักศึกษาจึงจะได้รับคะแนนเก็บครับ

โมดูล 1 กระบวนการตัดสินใจการขาย และพนักงานขาย

✔ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 1

📌 บทสวด 1.1 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



📌 บทสวด 1.2 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



📌 บทสวด 1.3 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



📌 บทสวด 1.4 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



📌 บทสวด 1.5 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



📌 บทสวด 1.6 การขายที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มที่ การเตรียมใจ



กิจกรรม โมดูล 1

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากรณีศึกษาให้เข้าใจ
2. ระบุปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สรุปลักษณะปัญหา : แก่ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา ปัจจัยในการเลือกแพลตฟอร์มของร้านค้า

เราเป็นแพลตฟอร์ม ถ้าเราก็คงอยากให้คนขายเข้ามาเยอะๆ สินค้าเพิ่มมากๆ ถูกมั้ยครับ แต่ถ้าวันนี้มองไปเนี่ยก็จะเห็นแพลตฟอร์มเนี่ยเปิดมาเยอะแยะมากนะครับ แพลตฟอร์มแบบช้อปปิ้งปีที่มียุคหมวดหมู่ก็มี แพลตฟอร์มเฉพาะหมวดหมู่เน้นเป็นแฟชั่น เป็นเครื่องสำอางก็เยอะถูกมั้ยครับ งั้นทุกคนเขาก็จะมาแย่งชิงตัวร้านค้าตัวสินค้ากันนี่ละครับ

คำถาม ครับในสถานการณ์ที่แข่งขันสูงขนาดนี้ ในสถานการณ์ที่มีคนจะมาแย่งชิงแพลตฟอร์มเรา seller mention (ผู้ขาย) เราเยอะขนาดนี้เนี่ยคิดว่าอะไรที่เสี่ยงที่เราน่าจะไปอุดหนุนกันไม่ให้เราแย่งไปนะครับ อันที่หนึ่ง

คำถามย่อยที่สองนะครับคิดว่าปัจจัยที่ร้านค้าจะเลือกที่จะทำงานกับแพลตฟอร์มไหนยังไงเนี่ยมีอะไรบ้างนะครับ แล้วก็คำถามย่อยสุดท้ายครับ ทำไมร้านค้าไม่สามารถไปขายได้หมดทุกแพลตฟอร์มได้เลย ทำไมต้องเลือกครับ

แนวการตอบ

1. สถานการณ์หรือกรณีศึกษานี้เกิดจากสาเหตุ.....

- การมีการค้าเสรี แบบทุนนิยมคือสาเหตุที่ทำให้เกิดการแข่งขัน ในที่นี้คือตัวสินค้าที่ทำการแข่งขันและแย่งชิงกันคือร้านค้าหรือ assortment สินค้าที่ร้านค้าเหล่านั้นมี
- การแข่งขันเสรีทำให้ผู้ที่มีทุนมาก และมองเห็นถึงช่องทางและตลาดที่สามารถเข้ามาร่วมอยู่ในสนามเพื่อให้เป็นผู้บริการได้เช่นกัน เห็นได้จากแพลตฟอร์มต่างๆที่ขายทุกอย่าง รวมไปถึงจนถึงผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านจนสร้างแพลตฟอร์มของตัวเองที่เน้นไปในด้านใดด้านหนึ่งขึ้นมาแทน

2. ปัญหาของสถานการณ์หรือกรณีศึกษาคือ.....

- จริงๆด้านนี้ถ้าเรามองในมุมลูกค้าสิ่งนี้จะไม่เป็นปัญหา กลับเป็นข้อดีด้วยซ้ำเพราะถ้าเรามองแบบ economics of choice การมีตัวเลือกที่เพิ่มขึ้นย่อมทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับตัวเองและ lifestyle ที่สามารถให้ utility มากที่สุดได้

- หากมองในมุมร้านค้า คือ learning curve จริงอยู่ที่เทคนิคการขายในแต่ละแพลตฟอร์มอาจจะไม่ค่อยแตกต่างกัน แต่การเริ่มต้นใช้งานหรือใช้จนเชี่ยวชาญนั้นย่อมต้องมี learning curve ที่จำเป็นจะต้องให้เวลา ยิ่งร้านค้ามีการให้บริการในหลายแพลตฟอร์มก็จะทำให้มีต้นทุนในการบริหารจัดการร้านที่สูงยิ่งขึ้น

- การเลือกหาแพลตฟอร์มที่เหมาะสมที่สุดในตลาดที่มีผู้ให้บริการหลายเจ้าจึงเป็น challenge ที่สำคัญที่จะสร้างแพลตฟอร์มให้เป็นเบอร์ 1 สำหรับในทุกตลาดให้ได้

- การขายออนไลน์ในปัจจุบันมีหลากหลายช่องทาง บริษัทต่างๆ ก็มาเปิดเป็นออนไลน์ทั้งสิ้น จุดประสงค์ของการขายออนไลน์คือ "การอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า" เพราะฉะนั้น โจทย์สำคัญคือ "การใช้งานง่าย ไม่สับสน และตอบโจทย์ผู้บริโภค"

ดังนั้น Seller 1 คนจะมีช่องทางการขายมากกว่า 1 ช่องทางอยู่แล้ว เพื่อกระจายความเสี่ยง และช่องทางการขาย แพลตฟอร์มที่ Seller จะเลือกมาเป็นลำดับต้นๆ คือ

- แพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย
- มียอดเข้ามาจริงๆ
- มีอุปสรรคในการใช้งานน้อย
- ไม่เก็บค่าธรรมเนียมการใช้งานที่สูง
- ลูกค้าในแพลตฟอร์มตรงกลุ่มเป้าหมาย
- ไม่จำเป็นต้องกตราคาสินค้าต่ำจนเกินไป
- มีเครื่องมือการขายที่สะดวกใช้งานง่าย
- มีฝ่าย Support ที่แก้ไขปัญหาได้จริง ๆ

3.แนวทางการแก้ปัญหาคือ

- ในเรื่องการใช้งานระบบ ระบบต้องง่ายและมีความแม่นยำ เพราะในยุคปัจจุบันผู้คนมีแนวโน้มที่จะมาซื้อขายผ่าน E-Commerce อยู่แล้ว แต่ถ้าระบบใช้งานง่ายทั้งผู้ซื้อและผู้ขายก็จะได้เปรียบ รวมถึงการแก้ปัญหาต้องมีความว่องไวด้วย

- ชี้ให้ seller เห็นถึงข้อดีที่เป็นข้อแตกต่างของเราเพื่อลดความเสี่ยงที่เค้าจะไปใช้แพลตฟอร์มอื่น เช่น ระบบของเราใช้งานง่ายกว่าในมุมมองผู้ขาย เป็นแพลตฟอร์มที่ไม่แยกผู้ซื้อผู้ขายให้วุ่นวาย ลงสินค้าง่ายเข้าใจง่าย เป็นต้น

- ลดความเสี่ยง เช่น ระบบการส่งสินค้าไม่อัปเดต, มีปัญหาเกี่ยวกับระบบหากคนช่วยเหลือไม่ได้, โอกาสในการมองเห็นสินค้ายากขึ้น

- สร้าง linkage และ sharepoint จาก Website ของแบรนด์โดยตรง เพราะจะเป็นการรับรู้ในเชิง

Brand awareness (ขายแบรนด์ของสินค้าเป็นหลัก) ลูกค้าบางคนอาจจะมีพฤติกรรมรู้สึกไวใจเว็บไซต์จากสินค้าโดยตรงมากกว่า ในขณะที่เดียวกันตัวแพลตฟอร์ม เช่น ซอปปี้ จะสามารถตอบโจทย์ buyer journey ได้ดีกว่า เพราะมีการรวม function purchase, payment, logistics เข้าด้วยกัน

- ในปัจจุบันมีร้านค้าออนไลน์บางส่วน พยายามกระจายช่องทางการขายให้ครบทุกช่องทาง แต่บางร้านก็ไม่อยากเปิดช่องทางการขายอื่นๆ เลย เพราะขายช่องทางนี้ดีอยู่แล้ว

จากคำถาม คิดว่าจริง ๆ ร้านค้าไม่จำเป็นต้องเลือกแค่แพลตฟอร์มเดียวในการขายออนไลน์ ร้านค้าควรลองขายหลายๆ ช่องทาง เพื่อดูว่าสินค้าของเรา เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ใน แพลตฟอร์มใดมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น

- บางร้านค้าเลือกขายแค่ใน IG เพราะสินค้าสวยงาม แฟชั่น เน้นโชว์รูปสินค้า จึงอยากให้เห็นรูปก่อน แล้วตัดสินใจซื้อ

- บางร้านถนัดขายแบบพูดเชียร์ขาย ก็อาจจะเลือกเป็นการขายของผ่าน Facebook Live เพราะมีช่องทางการขายเป็นเพจ Facebook มีกลุ่มเป้าหมายเป็นฐานลูกค้าที่มากติดตามเพจอยู่แล้ว เป็นต้น

ดังนั้นการที่ร้านค้าเลือกขายช่องทางใด หลัก ๆ มาจากเหตุผลเดียวคือ "ลูกค้าอยู่ที่ใดมากที่สุด ก็อยากไปขายที่นั่น" แต่อย่างไรก็ตาม หากร้านค้าเลือกมาขายบน Platform online อย่าง Shopee ก็จะมีระบบจัดการการขายที่มีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ และได้ลูกค้าขาจรที่ต้องการสินค้าของเราจริงๆ มา search หาเช่นเดียวกัน เพราะ Shopee ถือเป็นแอปพลิเคชันที่มีคนนิยมใช้มากในประเทศไทย และมีคอนเซ็ป "ซื้อทุกอย่างที่ซอปปี้" ดังนั้น การเลือกมาเปิดร้านขายบน Shopee ในปัจจุบันถือเป็นการเปิดตลาดที่ดี แล้วมีแนวโน้มได้ออเดอร์ตลอดๆ อีกด้วย

โมเดล 2 ธุรกิจการขาย

 แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 2

 **Stage 2.1** วิวัฒนาการขาย (Evolution of Sales)



 **Stage 2.2** จุดยืนบริษัท



กลยุทธ์ที่ 2
"TREAT"
A = As you wish
 จัดให้ทุกอย่างที่ลูกค้าต้องการ

 **Stage 2.3** กรณีศึกษา องค์กรแห่งใหม่



กลยุทธ์ความสำเร็จ
 ของ **แม็คโคร**
 กลยุทธ์ที่ 1
"Big Data"
 • ลูกค้าเป็นอย่างไร
 • สินค้าเป็นอย่างไร

 **Stage 2.4** กรณีศึกษา จุดยืนขององค์กร



ระบบดี บริหารได้หมด
 • สินค้า
 • คน
 • ต้นทุน
 • ลูกค้า

 **Stage 2.5** กรณีศึกษา "จุดขายใหม่"



ความสำเร็จของธุรกิจ
 3. จูงใจ เรื่อง
"บริการหลังการขาย"
 ชอบคุณให้ถึงบ้าน ลูกค้าไม่ผิดหวัง

 **Stage 2.6** Acorns "ฐานลูกค้า"



นักศึกษาศึกษาจากกรณีศึกษา ที่ให้ไว้
 - สาเหตุ
 - แนวทาง
 - การแก้ไขปัญหาอย่างไร



กิจกรรม โมดูล 2



กรณีศึกษา ธุรกิจขาย: ยางพาราเพื่อสุขภาพ

รัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง ทำการผลิตหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาให้ชุมชนจากราคายางพาราที่ตกต่ำ เนื่องจากเงินลงทุนในการดำเนินการมีจำนวนจำกัด ทำให้ในการเสนอขายและจำหน่ายจะเป็นรูปร้านค้าปลีกที่จำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดเป็นหลัก ทำให้ยอดขายไม่สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จากปัญหาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าเกิดจากการจัดจำหน่ายที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้รัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ไม่สามารถดำเนินการได้ต่อไป

จากปัญหาดังกล่าว เพื่อให้การจัดจำหน่ายของรัฐวิสาหกิจแห่งนี้มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ยอดขายหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่สูงขึ้นโดยที่สามารถควบคุมค่าใช้จ่าย และมีผลกำไรกลับมาที่รัฐวิสาหกิจชุมชน นักศึกษาคิดว่ารัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ควรปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขายด้วยรูปแบบใด

แนวการตอบ

1. สถานการณ์หรือกรณีศึกษาที่เกิดขึ้น

ทุนการดำเนินการผลิตเป็นหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพ โดยการแปรรูปยางพาราเพื่อแก้ไขปัญหาราคายางที่ตกต่ำ เพื่อผลิตเป็นหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพมีจำนวนจำกัด และยอดขายไม่สอดคล้องกับค่าใช้จ่าย อาจจะทำให้รัฐวิสาหกิจชุมชนต้องปิดดำเนินการ

2. ปัญหาของสถานการณ์หรือการศึกษา

ข้อจำกัดของช่องทางการจำหน่ายที่ใช้การแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดเป็นช่องทางหลักในการจัดจำหน่ายหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพ ทำให้การจัดจำหน่ายขาดประสิทธิภาพ

3. แนวทางการแก้ปัญหา

ปัญหาเกิดจากข้อจำกัดเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้นรัฐวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ควรปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขายด้วยรูปแบบ ดังนี้

3.1 ร้านค้าปลีกของชุมชน

3.2 ร้านค้าปลีกนอกชุมชน ในตลาดนัด โดยรัฐวิสาหกิจดำเนินการเอง หรือจำหน่ายให้พ่อค้ารายย่อยในตลาดนัด

3.3 การค้าส่งที่ให้บริการจำกัด เป็นลักษณะการฝากขายผ่านร้านขายของท่องเที่ยว ที่ทำการไปรษณีย์ หรือ ร้านค้าสหกรณ์ของภาครัฐ

3.4 การตลาดแบบตรง ด้วยตลาดออนไลน์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

4. วิธีที่นักศึกษาคิดว่าดีที่สุด คือ วิธีใด



โมดูล 3 เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขาย

✔ แนนทศอนก่อนเรียน โมดูล 3

📌 โมดูล 3.1 ภาพรวมเทคโนโลยีดิจิทัล



📌 โมดูล 3.2 มัลติช่องทางแบบ e-Commerce กับ Office Male



📌 โมดูล 3.3 มัลติช่องทางแบบ e-Commerce กับ Q&A กับ อ. จี



📌 โมดูล 3.4 มัลติช่องทางแบบ e-Commerce กับ Q&A กับ อ. สิว



📌 โมดูล 3.5 มัลติช่องทางแบบ e-Commerce กับ Q&A วิทยากร อานันท์



📌 โมดูล 3.5 พิเศษ 'บทสัมภาษณ์'



กิจกรรม โมดูล 3

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขาย : อี-คอมเมิร์ซสินค้าโอท็อป



ที่มา: <https://kittipornmay.wordpress.com/2017/01/11/น้ำองุ่น-00017m0bd19aa4bada6edfl-jpg/>

นาย ก. ปลูกองุ่นและได้ผลผลิตจำนวนมาก จึงนำผลองุ่นมาทำการผลิตเป็นน้ำองุ่นสด เป็นสินค้าโอท็อป เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลองุ่นที่ตนเองปลูก โดยจำหน่ายน้ำองุ่นสดในตลาดชุมชนของตำบลที่ตนเองได้เข้าทำหน้าร้านขาย ปรากฏว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยว และยอดขายลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้ยอดขายและรายได้เฉลี่ยไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้

จากปัญหาที่ นาย ก. ประสบอยู่ ถ้านาย ก. ต้องการเพิ่มช่องทางการขายด้วยวิธีการของ อี-คอมเมิร์ซ ตามคำแนะนำของหน่วยงานภาครัฐ นาย ก. สามารถใช้การขายด้วยรูปแบบใดบ้าง จงอธิบายเหตุผล

แนวการตอบ

1. สถานการณ์หรือกรณีศึกษาี้เกิดจาก

ยอดขายน้ำอุ่นสดมีความไม่แน่นอน ซึ่งยอดขายน้ำอุ่นสดจะสูงในฤดูกาลท่องเที่ยว และลดลงในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลทำให้รายได้ไม่เป็นตามที่คาดการณ์ไว้

2. ปัญหาของสถานการณ์หรือการศึกษา

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีช่องทางเดียว คือ หน้าร้านขายในตลาดชุมชน

3. แนวทางการแก้ปัญหา

นอกจากจะจำหน่ายหน้าร้านขายในตลาดชุมชนเพียงช่องทางเดียว นาย ก. สามารถจำหน่ายน้ำอุ่นสด ด้วยระบบอี-คอมเมิร์ซ โดยที่ต้นทุนการจัดจำหน่ายต่ำ ด้วยการขายในรูปแบบ

3.1 ขายในรูปแบบ C2B ซึ่งเป็นการขายระหว่าง นาย ก. กับ ผู้ประกอบการร้านค้าขายปลีก ร้านค้าขายส่ง หรือ โรงแรม ฯลฯ

3.2 ขายในรูปแบบ C2C ซึ่งเป็นการขายระหว่าง นาย ก. กับ ลูกค้าทั่วไป

4. วิธีที่นักศึกษาคิดว่าดีที่สุด คือ วิธีใด



โมดูล 4 การขาย กับการจัดการคุณค่า

 แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 4

📌 **ใบ้ 4.1** บทนำ... (ส่วนที่ 1) เป็นการเปิดเรื่องและทบทวน



📌 **ใบ้ 4.2** การวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ



📌 **ใบ้ 4.3** การค้นหาสินค้า กรณีศึกษา Black Canyon



📌 **ใบ้ 4.4** การนำเสนอสินค้าและบริการ กรณีศึกษา Black Canyon



📌 **ใบ้ 4.5** การดำเนินการตามแผนการตลาด กรณีศึกษา Black Canyon



กิจกรรม โมดูล 4

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาระดับ : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญห : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญห

กรณีศึกษา การทำการค้า และความเป็นผู้ประกอบการ

ถ้านักศึกษาต้องการเป็นผู้ประกอบการ ขายสินค้า โดยให้นักศึกษา ยกตัวอย่างสินค้าที่นักศึกษาต้องการจะขาย นักศึกษาคิดว่า ตนเองต้องมีคุณสมบัติของนักการขายอย่างไรที่จะทำให้สินค้านั้นประสบความสำเร็จและสร้างคุณค่าให้กับตัวสินค้าได้

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญห มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหที่ดีที่สุด

โมดูล 5 การจัดการองค์กรและนโยบายองค์กรเพื่อการขาย

✔ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 5

📌 โมดูล 5.1 นโยบายของบริษัทและวัฒนธรรมองค์กร



📌 โมดูล 5.2 กรณีศึกษา บริษัท ฟิชเชอร์รี่ (มหาชน)



📌 โมดูล 5.3 ความสำเร็จของลูกค้า



📌 โมดูล 5.4 กรณีศึกษา "โครงการส่งเสริมการขาย QQ" และ "ช้อปปี้ (Shopee)"



📌 โมดูล 5.5 กรณีศึกษา บริษัท 280กรุ๊ป จำกัด



กิจกรรม โมดูล 5

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การกำหนดกลยุทธ์การตลาด

บริษัท อิชิตัน ประสบปัญหาของตลาดรวมชาเขียวในช่วงที่ผ่านมากลายเป็นตลาดที่ไม่ได้โตหรือหว่า โดยเมื่อปีที่แล้ว (2561) ตลาดรวมมีมูลค่าประมาณ 11,892 ล้านบาท ก็ยังติดลบมากถึง 10.11% ซึ่งตกต่ำแบบนี้มาไม่ต่ำกว่า 3 ปีแล้ว จากเดิมที่ตลาดเคยเฟื่องฟูสูงสุดมากถึงกว่า 17,000 ล้านบาท ในช่วงก่อนหน้านี้ จึงมีการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กรให้เป็นกลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ โดยกลยุทธ์ระดับธุรกิจจะมุ่งเน้นการตอบสนองตลาดเฉพาะส่วน โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ทำงาน ให้นักศึกษากำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่ด้านการตลาด โดยอธิบายตามส่วนผสมทางการตลาด (4P)

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 6 การจัดการพนักงานชาย

✓ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 6

📌 โมดูล 6.1 บทบาทหน้าที่ของหัวหน้างาน



📌 โมดูล 6.2 การวางแผนพนักงาน



📌 โมดูล 6.3 วิธีในการทำงาน



📌 โมดูล 6.4 ความพึงพอใจในการทำงาน



📌 โมดูล 6.5 เทคนิคการคัดเลือกพนักงาน



กิจกรรม โมดูล 6

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การสรรหาคัดเลือกประเมินของพนักงานขาย

สมศักดิ์ จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งเป็นมหาวิทยาลัยต่างจังหวัด ขณะที่ทำการศึกษาอยู่ชอบทำกิจกรรม โดยเฉพาะการประชุมเชิงวิชาการ สาขาที่จบมา คือ วิทยาการคอมพิวเตอร์ เป็นคนขี้อาย ต้องใช้เวลาฝึกฝนและซ้อม เพื่อให้สามารถ นำเสนอข้อมูลกับการประชุมได้

บริษัทที่เข้าร่วมงานเป็นบริษัทข้ามชาติทำธุรกิจอุปกรณ์ไอที มีหน่วยงานทรัพยากรบุคคลที่มีระบบระเบียบแบบแผน ต้องทำการปฐมนิเทศเป็นเวลา 4 เดือน ก่อนออกปฏิบัติงานขาย

สมศักดิ์ ทำงานที่นี่เป็นเวลา 4 ปี จึงเลื่อนตำแหน่งขึ้น เป็นผู้บริหารงานขาย เนื่องจากช่วงเวลาปฏิบัติงานขาย มีผลงานดีเด่น แต่เมื่อมาเป็นผู้บริหารงานขายแล้ว ผลงานของหน่วยที่สมศักดิ์รับผิดชอบ มีผลงานขึ้นๆ ลงๆ ช่วงที่มียอดขายน้อย สมศักดิ์ก็จะออกไปพบลูกค้า เพื่อทำยอดขายเพิ่มเติม

1. การที่สมศักดิ์ได้รับการคัดเลือกเข้าทำงานเนื่องจากอะไร
2. การที่สมศักดิ์ ประสบความสำเร็จในฐานะพนักงานขายมาจากสาเหตุใด
3. เมื่อสมศักดิ์ได้เลื่อนตำแหน่งเป็นผู้บริหารงานขายแล้ว ทำไมหน่วยงานของสมศักดิ์ จึงมีผลงานไม่ดี น่าจะมาจากสาเหตุใด และควรแก้ไขอย่างไร

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 7 ทีมขายและการจัดการทีมขาย

✔ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 7

ใบสไลด์ 7.1 ผู้ขายและผู้จัดการทีมขาย



ใบสไลด์ 7.2 มาตรฐานความรู้ในงานผู้ขาย



ใบสไลด์ 7.3 วัฒนธรรมองค์กร



ใบสไลด์ 7.4 ประเภทการขาย



ใบสไลด์ 7.5 ฟอร์มการขาย



กิจกรรม โมดูล 7

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหาหาคิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา ทีมขายและการจัดการทีมขาย

ในภาวะโรคระบาดทั่วโลก โควิด-19 ทำให้ภาวะเศรษฐกิจชะงัก บริษัททรัพย์เจริญรุ่งเรือง เป็นผู้ผลิตรถเข็นสำเร็จรูปสำหรับผู้ประกอบกิจการขนาดเล็ก เพื่อนำไปใช้จำหน่าย ก๋วยเตี๋ยว บะหมี่กึ่งยาว หรือ อาหารอย่างอื่น เช่น น้ำเต้าหู้ ยอดขายมีการชะลอตัว ทำให้ผู้บริหารงานขายคิดวิธีการเพิ่มยอดขาย เพื่อให้พนักงานขายมีแรงจูงใจ โดยใช้เงินรางวัลดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารกำลังเลือกวิธีการให้จ่ายเงินรางวัล ในรูปแบบ Commission (ได้รับในรูป %) กับการตั้งเงินรางวัลในรูปแบบ All or None (Incentive Scheme) ท่านคิดว่าวิธีใดเหมาะสมในฐานะสถานการณ์เช่นนี้
2. การสร้างแรงจูงใจ โดยการจัดแข่งขันการขายเหมาะสมหรือไม่ในสถานการณ์นี้
3. หากจะเลือกวิธีการตั้งเงินรางวัลในรูปของทีมนจะได้ผลดีหรือไม่ ให้วิจารณ์

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 8 การวางแผนการชาย

✅ แบนทดสอบก่อนเรียน หน่วยที่ 8

📌 Topic 8.1 วัตถุประสงค์การเรียนรู้

รูปแบบของอุปสงค์
3. แบบฤดูกาล




📌 Topic 8.2 เสนอวิธีการพยากรณ์อุปสงค์

ข้อจำกัด :
งานเยอะ ทำให้ไม่ได้ค่าพยากรณ์ที่ละเอียดเพียงพอ




📌 Topic 8.3 เสนอวิธีการพยากรณ์อุปสงค์ในกรณีการพยากรณ์ด้วยการสังเกตของปัจจัย

การพยากรณ์
เชิงอนุกรมเวลา
ใช้เวลาเป็นหลัก




📌 Topic 8.4 การพยากรณ์อุปสงค์แบบ

วิธีการพยากรณ์
เชิงอนุกรมเวลา
1. วิธีการพยากรณ์
เคลื่อนที่อย่างง่าย

- หากค่าเฉลี่ยของอุปสงค์ในอดีตก่อนหน้า เพื่อใช้พยากรณ์ในคาบถัดไป หรือภาค




📌 Topic 8.5 แยกประเภทการขาย




📌 Topic 8.6 กิจกรรม ชวนคิด ชวนทำ

กิจกรรม
ชวนคิด
ชวนทำ



กิจกรรม โมดูล 8

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การวางแผนการขาย

บริษัทผลิตเครื่องปรับอากาศแห่งหนึ่ง ผู้บริหารการตลาดได้นำเสนอรายงานยอดขายในอดีตย้อนหลัง 3 ปี พบว่า ยอดขายมีลักษณะขึ้นและลงเป็นช่วงๆ โดยในช่วงตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม มียอดขายเพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มยอดขายลดลงในช่วงปลายปี

คณะผู้บริหารต้องการจะวางแผนการขายของสินค้าเครื่องปรับอากาศ เพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงยอดขายตกต่ำ และเพิ่มยอดขายในช่วงที่มียอดขายสูง เพื่อให้ยอดขายรวมเพิ่มขึ้น โดยใช้กำลังการผลิตที่มีอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ท่านคิดว่ารูปแบบอุปสงค์ของสินค้า “เครื่องปรับอากาศ” เป็นแบบใด เพราะเหตุใด

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 9 การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

✅ แบบทดสอบก่อนเรียน หน่วยที่ 9

📌 โมดูล 9.1 การสื่อสารการขายและกลยุทธ์การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า



📌 โมดูล 9.2 กระบวนการสื่อสารการขาย



📌 โมดูล 9.3 รูปแบบการสื่อสารการขาย



📌 โมดูล 9.4 ผลการสื่อสารการขายที่มีปมปัญหา



📌 โมดูล 9.5 การหาแนวทางสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะเวลา



📌 โมดูล 9.6 การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า



📌 โมดูล 9.7 กิจกรรมการเรียนรู้



กิจกรรม โมดูล 9



กรณีศึกษา การสื่อสารการขาย

ประเทศไทยมีรายได้หลักจากธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีการเกิดขึ้นของโรงแรมที่พักจำนวนมากเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร มีจำนวนโรงแรมขนาดใหญ่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ทำให้โรงแรมได้รับผลกระทบอย่างกว้างขวาง มีการยกเลิกการจองห้องพัก และการเข้าใช้บริการที่เกี่ยวข้องในโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร สปา หรือบริการอื่น ก็ลดลงอย่างมาก หากท่านเป็นผู้บริหารการตลาดของโรงแรมขนาดใหญ่ใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร ท่านจะมีกลยุทธ์การสื่อสารการขายอย่างไร

1. สถานการณ์หรือกรณีศึกษานี้เกิดจากอะไร
2. ปัญหาของสถานการณ์หรือการศึกษาคืออะไร
3. มีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไร

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 10 เทคนิคการขาย

✅ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 10

📄 Slide 10.1 การขายแบบทำรายการด้วยคอมพิวเตอร์



📄 Slide 10.2 ระดับของพนักงาน



📄 Slide 10.3 ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อ



📄 Slide 10.4 ความสำเร็จของร้าน Starbucks



📄 Slide 10.5 การบริการลูกค้าและการแก้ปัญหาของลูกค้า



📄 Slide 10.6 ความสำเร็จของร้าน Starbucks



กิจกรรม โมดูล 10

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การขายสินค้าเครื่องสำอางค์ลอรีอัล

ในฐานะที่ท่านรับผิดชอบเป็นผู้จัดการฝ่ายขายของเครื่องสำอางลอรีอัล (L'Oreal Makeup) เคาท์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจการซื้อผลิตภัณฑ์ ณ จุดขายเครื่องสำอางมาจาก การทดลองใช้สินค้า การสาธิตการแต่งหน้า การแนะนำเทคนิคการแต่งหน้าตามสมัยนิยม ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากว่าผู้หญิงไทยมองว่าตนเองขาดทักษะในการแต่งหน้าในสถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสำหรับการทำงาน ทักษะที่สำคัญ สังสรรค์กับเพื่อน ซึ่งปัญหาที่ผู้หญิงไทยพบคือ เครื่องสำอางไม่ติดทนนาน อากาศที่ร้อนทำให้ผิวหน้ามันเร็ว อยากให้แต่งหน้าแล้วเป็นธรรมชาติ ท่านจะนำหลักการขายและเทคนิคใดมาใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการขายรองรับตัวใหม่ "INFALLIBLE" สำหรับผู้หญิงวัยทำงานอายุ 22-35 ปี โดยระบุหลักการที่นำมาใช้วิเคราะห์ พร้อมตัวอย่างเทคนิคและกิจกรรมที่ทำให้เห็นภาพชัดเจน



เทรนด์ของตลาดความงามในประเทศไทย จะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง บนพฤติกรรมของผู้บริโภค 6 กลุ่มคือ

1. DE AVERAGING ไม่ต้องการเหมือนใคร ออกไปคนเดียว
2. DIGITAL ME อาจาคิดอะไรก็ได้ ถ้าชอบแล้วจะซื้อเลย
3. ALL ABOUT EXPERIENCE ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเกิดความคิดสร้างสรรค์
4. HEALTH IMPERATIVE ตามสุขภาพ ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ปกป้องตัวเอง ทั้งร่างกายและจิตใจ
5. AUGMENTED PERFORMANCE เน้นประสิทธิภาพ หลังจากงานวิจัย และธรรมชาติ เพื่อให้เห็นประสิทธิภาพจากการใช้อย่างรวดเร็ว
6. NEED FOR TRANSPARENCY ต้องการความโปร่งใส มีความเชื่อถือ เชื่อมั่นในแบรนด์ที่ใช้



นักศึกษาสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับตลาดเครื่องสำอางได้จากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ของลอรีอัล, <https://www.loreal-paris.co.th/>

ที่มา : <https://marketeeronline.co/archives/20713>

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 11 การเจรจาต่อรอง

 แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 11

 บทที่ 11.1 วัตถุประสงค์การเรียนรู้และเป้าหมายในการเรียนบทนี้



 บทที่ 11.2 องค์ประกอบและปัจจัยในการเจรจาต่อรอง



 บทที่ 11.3 เทคนิคการเจรจาต่อรอง



 บทที่ 11.4 ขั้นตอนการเตรียมตัวก่อนการเจรจา



 บทที่ 11.5 หลักการเจรจาต่อรองและการปิดการขาย



 บทที่ 11.6 การปิดการขาย



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถฒ
 วิทยาลัยบริหารธุรกิจ
 สาขาบริหารธุรกิจ

กิจกรรม โมดูล 11

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การประมูลธุรกิจน้ำอัดลมใน ฟู้ดคอร์ท ของ โคคา โคล่า

การประมูลธุรกิจน้ำอัดลมใน ฟู้ดคอร์ท ของ โคคา โคล่า



โคคา-โคล่า หรือ โค้ก ออกจำหน่ายในประเทศไทยครั้งแรกเมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2492 ในปริมาณบรรจุขวดละ 6.5 ออนซ์ จำหน่ายราคา 1.50 บาท โดย ริชาร์ด ปีนฮาร์ตุน นักธุรกิจชาวโพรวองกับหุ้นส่วนชาวต่างชาติ คือ Bill Davis และ Ray Derick และดำเนินการขออนุมัติสิทธิบัตร เป็นผู้จัดจำหน่ายในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2491 โดยได้มีการเปิดโรงงานบรรจุขวด "Rak Derick & Davis Bottling" เพื่อผลิตและจำหน่ายอย่างเป็นทางการในวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2492 และต่อมาได้รวมอสังหาริมทรัพย์กับกลุ่มบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด ของ พจน ภารัตน์ ในปี พ.ศ. 2502

ปัจจุบัน กลุ่มบริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด ดำเนินการผลิตและจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของ โคคา-โคล่า ทั้งประเทศไทย 14 จังหวัดภาคใต้ ของไทยที่มี บริษัท นาคทิพย์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ถือสิทธิการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม โคคา-โคล่า โดยมี บริษัท โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้รับผิดชอบด้านกิจกรรมการตลาด โดยได้มีการร่วมตัวกับเป็น กลุ่มธุรกิจโคคา-โคล่า ในประเทศไทย

ธุรกิจประกอบด้วย 2 ส่วนหลักที่ส่งรายได้ให้กับ โคคา โคล่า

1. ธุรกิจขวดและกระป๋อง (Bottle & Can Business) คือขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ โค้ก แคนส์ แก้วโปรไฟ ซเวปป์ บรรจุขวดแก้ว ขวดพลาสติก และกระป๋อง ช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และขายของชำแบบดั้งเดิม

2. ธุรกิจการขายน้ำกดผ่านเครื่องกดน้ำ (Fountain Business) คือการที่บริษัทจะมีการเตรียมเครื่องผสมและเครื่องกดน้ำที่จะนำไปที่ขายสำหรับในฟู้ดคอร์ท โรงเรียนและในร้านสะดวกซื้อบางร้าน ร้านอาหารจานด่วน ซึ่งธุรกิจการขายน้ำผ่านเครื่องกดน้ำจะมีการประมูลแข่งกับคู่แข่งอื่นได้แก่ เปปซี่ และ เอส เพราะร้านค้าไม่จำเป็นต้องมีโรงพิมพ์ ฟู้ดคอร์ท ร้านสะดวกซื้อ มีกระบอกเครื่องกดและน้ำอัดลมจากเครื่องปริ้นท์เดียวกัน ในการประมูลจะคือผ่านกระบวนการนำเสนอแผนธุรกิจ ออกขายที่ภาคเหนือ เป็นสนับสนุนทางการตลาด รวมถึงจะซื้อเข้าไปผ่านขอนแก่น เจรจากับทางฝ่ายจัดซื้อของห้างสรรพสินค้าหรือลูกค้า โดยทีมงานฝ่ายขายจะเป็นผู้เข้าไปติดต่อ นัดหมาย เสนอแผนงานให้กับลูกค้า รวมถึงการเจรจาต่อรองและการจัดซื้อได้แน่นอนเพื่อให้สามารถเปิดการขายและได้รับการเลือกจากลูกค้าที่เป็นห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหารจานด่วน ตัวอย่างเช่น ในร้านแมคโดนัลด์ ชายแดนสงขลาที่นำขวดผ่านเครื่องกดน้ำของโคคา โคล่า หรือในฟู้ดคอร์ทของบีที ซีขายของโคคา โคล่า แต่อย่างไรก็ดี ปัญหาการประมูลและแข่งขันมีระยะเวลา 3-5 ปีและจำเป็นต้องมีการมาประมูลกันใหม่อีกครั้ง

การประมูลธุรกิจน้ำอัดลมในฟู้ดคอร์ทของ โคคา โคล่า



สัญญาการประมูลขายผลิตภัณฑ์โคคา โคล่าที่เป็นเครื่องกดน้ำใน เทสโก้ โลตัส กำลังจะหมดภายในถึงปี 2563 ทำให้ โคคา โคล่า จะต้องมีการเตรียมการสำหรับการประมูลและการเจรจาต่อรองในครั้งนี้ โดยโคคา โคล่า ได้ผ่านร่วมงานในธุรกิจดังกล่าวกับ เทสโก้ โลตัส มากกว่า 15 ปี ทำให้มีความสัมพันธ์อันดีกับทีมฝ่ายจัดซื้อ แต่บังเอิญที่ฝ่ายจัดซื้อของ เทสโก้ โลตัส มีการเปลี่ยนแปลงทำให้มีทีมใหม่เข้ามาทำงานในช่วงต้นปี 2563 ทำให้การประมูลในครั้งนี้อาจจะไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด

จุดเด่นของโคคา โคล่า ในธุรกิจเครื่องกดน้ำ ได้แก่ การมีการวางแผนการตลาดส่งเสริมการขายที่สร้างยอดขายได้ตลอดทั้งปี การมีเครื่องกดน้ำที่มีคุณภาพสูง มีความสวยงาม มีทีมงานช่างบริการตลอดด้านเครื่องเกิดความเสียหาย มีผลิตภัณฑ์น้ำอัดลมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น โคคา โคล่า แพนต้า สไปรท์ แต่สิ่งที่ยังเป็นจุดอ่อนในสายตาของ เทสโก้ โลตัส คือ เรื่องของปริมาณงบประมาณสนับสนุนการตลาดและการทำการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านอาหารในฟู้ดคอร์ท แต่อย่างไรก็ดี ทีมบีบีซีซึ่งเป็นคู่แข่งโดยตรงก็ต้องการธุรกิจดังกล่าว ซึ่งบีบีซีมีจุดแข็งในเรื่องของการให้งบประมาณสนับสนุนการตลาดที่สูงกว่า และมีการนำเสนอสินค้าใหม่ตลอดเวลา แต่บีบีซีเองก็มีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นคือ เปปซี่ ในขณะที่มีสินค้าและเขเว่นฮัท บีบีซีไม่ได้รับการตอบรับที่ดีในหมู่คนไทย

การเจรจาต่อรองในครั้งนี้ จึงไม่ได้ง่ายนัก ซึ่งผู้บริหารของ เทสโก้ โลตัส ได้กำหนดแนวทางให้ฝ่ายจัดซื้อเรียกร้องจากผู้ที่มาประมูลในเรื่องของ ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาขายผ่านเครื่องกดน้ำ รูปวางของเครื่องกด งบประมาณในการสนับสนุนด้านการตลาด ตลอดจนแนวคิดในการส่งเสริมการขายร่วมกับร้านอาหารต่างๆในฟู้ดคอร์ท เพราะ เทสโก้ โลตัส ต้องการที่จะได้งบประมาณสนับสนุนการขายเพิ่มขึ้นและเครื่องกดน้ำที่ทันสมัยมากขึ้นเช่นในโครงการเขตน้ ซึ่งใจอยู่ที่ไหนจะเป็นใจอยู่ที่โคคา โคล่า และบีบีซีจะต้องเตรียมการสำหรับการเจรจาต่อรอง

การประมูลธุรกิจน้ำอัดลมในฟู้ดคอร์ทของ โคคา โคล่า

จากที่มาของกรณีศึกษาดังกล่าว ถ้านักศึกษา เป็นหัวหน้าฝ่ายขายที่จะต้องวางแผนในการเจรจาต่อรองเพื่อประมูลธุรกิจน้ำอัดลมในฟู้ดคอร์ท ของ เทสโก้ โลตัส จะต้องมีการวิเคราะห์ประเด็นข้อได้แก่อย่างล่วงหน้าเพื่อที่จะเตรียมการจัดซื้อได้เป็นอย่างดี

ท่านสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เทสโก้ โลตัส และ โคคา โคล่า ได้จากเว็บไซต์ด้านล่าง
<http://www.coca-cola.co.th/th/home/>
<http://www.tescolotus.com/home>

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 12 บุคลิกภาพนักขาย

 แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 12

 โมดูล 12.1 ประเภทบุคลิกภาพผู้ชาย



 โมดูล 12.2 บุคลิกภาพการเจรจาต่อรองของผู้หญิง



 โมดูล 12.3 บุคลิกภาพของนักขาย




 โมดูล 12.4 พฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะที่ผิด



 โมดูล 12.5 การทำงานแบบมืออาชีพ



 การขายแบบมืออาชีพ



กิจกรรม โมดูล 12



ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา บุคลิกภาพนักขาย

นักศึกษาทุกท่าน ได้ศึกษาการจัดการขายมาหลายหน่วยโมดูลแล้ว ลองสมมติตนเองเป็นแม่ค้าขายของ ออนไลน์ ใน Facebook หรือ Shopee และจะทำการขายของแบบ live ใน Facebook live หรือ shoppee live นักศึกษาจะสร้าง เพอร์เซอรันอลแบรนด์ติ้ง (personal branding) หรือ การสร้างแบรนด์ บุคคล ของตนเอง อย่างไร

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 13 การจัดการเวลาและทรัพยากรขาย

✓ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 13

📄 **Topic 13.1** ทัศนคติการขายและการแบ่งปันชีวิต (บทนำ)



📄 **Topic 13.2** การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า



📄 **SS16 Topic 13.3** แนวคิดในการขาย "Business Model"



📄 **Topic 13.4** Business Model (SEG X PTF QAC)



📄 **Topic 13.5** ทัศนคติการขาย



กิจกรรม โมดูล 13

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา การจัดสรรทรัพยากรการชาย

ขอให้นักศึกษาได้ลองคิดนะครับว่า ถ้าท่านได้รับโอกาสและเห็นว่าอันนี้เป็นโอกาสในการทำธุรกิจนะ ครับในการสร้างอาชีพนะครับ ท่านจะมีการเชื่อมโยงอย่างไรกับชุมชนนะครับที่อยู่ใกล้ๆชุมชนตรงนั้นเนี่ยที่ ท่านอยู่ใกล้เนี่ยเป็นชุมชนเกี่ยวกับอะไรและเขาต้องการความรู้ด้านการเงินอะไรที่จะเข้าไปช่วยส่งเสริมตรงนั้น ทำให้เขาสามารถที่จะตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของเขาตรงนี้

เราจะทำอย่างไรถ้าเรามีโจทย์ว่า วันหนึ่งๆ รถมาเติมน้ำมันในปั้มปตท. เยอะมากเลยหลายร้อยหลาย พันคัน มีมาทุกวัน โดยรถ 1 คันต้องเข้าปั้มปตท.อย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ท่านจะทำอย่างไร ให้เขารู้ว่า ท่านให้บริการอะไรอยู่นะครับ เพราะสิ่งที่ท่านให้บริการเป็นสิ่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของเขา บริการในสิ่งที่ ใกล้ชิดตัวเขา เช่น ประกันรถยนต์ ประกันสุขภาพ ประกันหักลดหย่อนภาษี หรือประกันเงินเก็บให้กับ ลูกหลานของลูกค้า ท่านจะทำอย่างไรครับให้ลูกค้าเหล่านี้แทนที่จะมาเติมน้ำมันนะครับมาซื้อกาแฟนะครับ กลับบ้านเนี่ยให้แวะท่าน 5 นาที 10 นาที แล้วสนใจในตัวสินค้าและบริการ มาลองคิดโอเคเดี๋ยวนะครับ ถ้าโชคดี ท่านจะได้ลูกค้า ถ้าโชคดีก็ว่าท่านจะได้ทีมขายไฟแรงมือใหม่สุดยอดนักขายก็ได้เนะครับ คิดเป็นโจทย์นะครับ แล้วมานำเสนอกันดูครับ

โดยตอบคำถาม ตามหัวข้อ ที่ให้ไว้เนะครับ ขอให้ทุกท่านมีความสุขกับการทำกิจกรรมนะครับ

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 14 จรรยาบรรณ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายและขายตรง

✔ แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 14

📄 Slide 14.1 แผนภาพรูปแบบการขายในประเทศไทย



📄 Slide 14.2 ประเภทสื่อในฟังก์ชันการขาย



📄 Slide 14.3 วัตถุประสงค์ของ WFDSA



📄 Slide 14.4 ความเป็นอยู่ที่ดีของงาน



📄 Slide 14.5 กิจกรรมการเรียนรู้



กิจกรรม โมดูล 14

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากิจกรรมให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา เทคนิคการขายสมัยใหม่

ธุรกิจร้านขายเครื่องสำอางเฉพาะทางในห้างสรรพสินค้า จัดว่าเป็นธุรกิจที่ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของเหล่าลูกค้าเกือบทุกกลุ่มทุกวัย นับตั้งแต่อิทธิพลของภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีเข้ามาฉายในช่องทางต่างๆ ของบ้านเรา ผู้บริโภคตั้งแต่วัยเยาว์จนถึงผู้สูงอายุต่างให้ความสนใจสนใจสนทนการดูแลความสวยงามบนใบหน้าและผิวพรรณกันมากขึ้น จนเกิดเป็นคำจำกัดความที่ล้อกันเล่นว่า “คนในยุคนี้กลัวแก่มากกว่ากลัวตาย” เป็นต้น

ตราบนานเมื่อมีสถานการณ์โรคระบาดที่มีชื่อว่า COVID-19 ทำให้ห้างสรรพสินค้าต้องหยุดบริการเป็นเวลา 2 เดือน และเมื่อเริ่มผ่อนคลायกลับมาเปิดใหม่ ยอดขายก็ยังไม่กลับมาเหมือนเดิม การบริโภคสินค้าประเภทนี้กลายเป็นสิ่งเกินความจำเป็น ผู้บริโภคที่มาเดินในห้างสรรพสินค้าลดลงไปค่อนข้างมาก จนคำจำกัดความที่เคยพูดกันเปลี่ยนแปลงเป็น “คนในยุคโควิทกลับมากกลัวตายมากกว่ากลัวแก่” เป็นต้น

ท่านมีความเห็นอย่างไรกับเหตุการณ์นี้ และหากจะแนะนำผู้ประกอบการโดยการนำเอาแนวคิดการขายสมัยใหม่และองค์รวมของการขายมาใช้ได้อย่างไรบ้าง

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

โมดูล 15 จรรยาบรรณนักขายและนักขายตรงไทย

 แบบทดสอบก่อนเรียน โมดูล 15

โมดูล 15.1 พฤติกรรมของนักธุรกิจขายตรง



โมดูล 15.2 จรรยาบรรณของนักขายที่เน้นประโยชน์ผู้อื่นและประโยชน์ตน



โมดูล 15.3 จรรยาบรรณของการจัดการลูกค้าที่ขายตรงต่อสังคม



โมดูล 15.4 กรณีศึกษา จรรยาบรรณนักขายหญิง บริษัท Asahi ขึ้น สยามไฮม์ ศูนย์ 4/16



โมดูล 15.5 กิจกรรมการฝึกฝน



กิจกรรม โมดูล 15

ขอให้นักศึกษาทุกคนทำกิจกรรม ดังนี้

1. อ่านเนื้อหากรณีศึกษาให้เข้าใจ
2. เข้าใจปัญหา : สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
3. ศึกษาประเด็น : เกิดจากปัญหาอะไร
4. มองเห็นวิธีการ : ศึกษาข้อมูลจาก Video Clip เอกสารเพิ่มเติม
5. สนุกสนานแก้ปัญหา : แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ศึกษา
6. นำมาสรุปผล : เสนอผลการแก้ปัญหา

กรณีศึกษา จรรยาบรรณนักขาย

สมาคมการตลาด นักขาย นักขายตรง ต่างพยายามออกกฎระเบียบ วิธีการในการชักจูงให้พนักงาน ภายใต้สังกัด ต่างเห็นความสำคัญและนำเอกลักษณะจรรยาบรรณมาใช้ในหน้าที่การงาน ในลักษณะของการ บังคับใช้ที่ไม่ใช้กฎหมาย เพื่อดำรงให้สังคมการซื้อขายเป็นไปได้อย่างเรียบร้อย ไม่เอาเปรียบซึ่งกันและกัน ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และเจ้าของกิจการร้านค้าต่างๆ

อย่างไรก็ตาม เราอาจเห็นอีกหลายสถานการณ์ที่ใกล้ตัวมากกว่านั้น และน่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง เช่น ข้าราชการพบเนื้อวัวปลอม ที่วางจำหน่ายในตลาดสดหลายๆแห่งในกรุงเทพฯ ปทุมธานี สมุทรปราการ และ ฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็น เนื้อหมูปลอมเป็นเนื้อวัว โดยการนำเอาเนื้อหมูมาชุบเลือดวัว ก่อนวางจำหน่ายในลักษณะ และราคาของเนื้อวัวตามท้องตลาดแก่ประชาชน

ท่านมีความเห็น และมีข้อเสนอแนะในการแก้ไขต่อสถานการณ์นี้อย่างไร โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับหลักการ จรรยาบรรณนักขาย

แนวการตอบ

1. สถานการณ์นี้มีสาเหตุจากอะไร
2. เกิดจากปัญหาอะไร
3. แนวทางการแก้ปัญหา มีอะไรบ้าง
4. สรุปแนวทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด