



เค้าโครงรายวิชา (Course Syllabus)

RB411 Real Estate Business Marketing and Brokerage Management

ภาค 1/2563 Section : 7800/01

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

1. อาจารย์ผู้สอน/ผู้รับผิดชอบรายวิชา พร้อมข้อมูลการติดต่อ (Lecture and Course Administrator with Contact Information)

1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิตีพีร์ รวมเมฆ อาจารย์ผู้สอน (Lecturer)

1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิตีพีร์ รวมเมฆ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา (Course administrator)

ข้อมูลติดต่อ : อีเมล pitipee@gmail.com เวลาติดต่อ : Office hour เวลา 16.30 – 17.30น. หรือตามที่นัดหมายล่วงหน้า

2. วันและเวลาบรรยาย : วันพุธ เวลา 9.00-12.00 น. ห้องบรรยาย : มธ. ศูนย์รังสิต ห้อง 204 ตึก SC3

3. วัตถุประสงค์ (Course Objectives)

1. เพื่อให้เข้าใจสภาพตลาดและกระบวนการทำงานทางการตลาดในธุรกิจตัวแทนนายหน้าและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มต่างๆ
2. เพื่อให้ทราบขั้นตอนและสามารถจัดทำแผนงานการตลาดสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
3. เพื่อให้สามารถนำความรู้ทางการตลาดนำไปใช้พัฒนาการทำงานในวิชาชีพ

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes)

คุณธรรม จริยธรรม	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม	มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ของห้องเรียน
ความรู้	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ	1. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของการตลาดเพื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์
2. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์	2. มีความรู้และความเข้าใจ ความเชื่อมโยงการตลาด การเงิน การบริหารอสังหาริมทรัพย์
ทักษะทางปัญญา	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไป	1. มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ จากการตลาด ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

2. สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ	2.สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาดอสังหาริมทรัพย์
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้	สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสมในห้องเรียน
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียน ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น	สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียน การนำเสนองานในห้องเรียน

5. กฎกติกา / เกณฑ์การตัดเกรด (Course Rules , Grading Criteria)

1. งานที่มอบหมาย (Assignment)	20%
<ul style="list-style-type: none"> ● Field Trip Summary and Assignment (10%) ● Marketing updates (10%) 	
2. กรณีศึกษา (Case Study)	20%
<ul style="list-style-type: none"> ● Presentation (10%) ● Submitted Paper (10%) 	
3. แผนการตลาด (Marketing Plan)	50%
<ul style="list-style-type: none"> ● Presentation (20%) ● Submitted Paper (30%) 	
4. การมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็น (Participation)	10%
รวม	100%

วัน และเวลาสอบกลางภาค: **ไม่มีการสอบกลางภาค**

วัน – เวลาสอบไล่ **ไม่มีการสอบกลางภาค**

ช่วงของการถอนรายวิชาโดยบันทึกอักษร “W” 12 ต.ค.- 15 พ.ย.2563

6. เอกสารการอ้างอิงประกอบการเรียนการสอน (Reference Material)

1. Philip Kotler, Marketing Management, eleventh edition, Prentice-Hall, 2003
2. ตำราการบริหารการตลาดอสังหาริมทรัพย์ ปี 2556 รองศาสตราจารย์ วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล

3. เอกสารประกอบคำบรรยาย โดยคณาจารย์ผู้สอน
4. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, ผู้จัดการรายสัปดาห์ (Section อสังหาริมทรัพย์) และอื่นๆ
5. นิตยสารเกี่ยวกับบ้านและที่ดินต่างๆ
6. เว็บไซต์อื่นๆ เช่น www.thairealestate.org, www.realestatethai.com, www.asungha.com, <http://move.to/vat>, www.home.co.th, <http://www.businesssthai.in.th> เป็นต้น

7. หัวข้อการเรียนการสอน / แผนการสอน (Course Plan)

สัปดาห์ Week	หัวข้อการบรรยาย Topic	อาจารย์ผู้สอน Lecturer
1	แนะนำโครงสร้างวิชา แนวคิดภาพรวมทางการตลาดและธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
2	แผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาด - พฤติกรรมผู้บริโภค	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
3	การวิเคราะห์ตลาด - Demand และ Supply	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
4	STP marketing	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
5	Company visit and Lecture	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
6	Case presentation	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
7	การวางแผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการอสังหาริมทรัพย์ - Marketing mix: Product	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
8	Company visit and Lecture	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
9	แผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการอสังหาริมทรัพย์ - Marketing Mix: Price, Place	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
10	แผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการอสังหาริมทรัพย์ - Marketing Mix: Promotion & IMC แผนปฏิบัติการ การควบคุมและประเมินผล	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
11	Digital Marketing	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
12	Project consult	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
13-14	การนำเสนอแผนการตลาดของนักศึกษา	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
15	สรุปและทบทวนหลักสูตร	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ