



เค้าโครงรายวิชา (Course Syllabus)

RB411 Real Estate Business Marketing and Brokerage Management

ภาค 1/2562 Section : 5400/01

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

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

1.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิติพีร์ รวมเมฆ อาจารย์ผู้สอน (Lecturer)

1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิติพีร์ 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

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 2. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์	1. มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของการตลาดเพื่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ 2. มีความรู้และความเข้าใจ ความเชื่อมโยงการตลาดการเงิน การบริหารอสังหาริมทรัพย์
ทักษะทางปัญญา	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
1. มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ จากสาขา	1.มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้ จากการตลาด

วิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจและสถานการณ์ทั่วไป 2. สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ	ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ 2.สามารถคิดค้นทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบจากทางเลือกอย่างรอบด้าน มีความสามารถในการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด อสังหาริมทรัพย์
ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม และสามารถปรับตัวเชิงวิชาชีพได้	สามารถทำงานเป็นกลุ่มและมีทักษะในการทำงานเป็นทีม แสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสมในห้องเรียน
ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียน ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มบุคคลที่แตกต่างกัน ทั้งที่เป็นข้อมูลธุรกิจและข้อมูลอื่น	สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการพูด การเขียน การนำเสนอในงานในห้องเรียน

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

1. งานที่มอบหมาย (Assignment)	20%
- Field Trip Summary and Assignment (10%) - Marketing updates (10%)	
2. กรณีศึกษา (Case Study)	20%
- Presentation (10%) - Submitted Paper (10%)	
3. แผนการตลาด (Marketing Plan)	50%
- Presentation (20%) - Submitted Paper (30%)	
4. การมีส่วนร่วมและการแสดงความคิดเห็น (Participation)	10%
รวม	100%

6. เอกสารการอ้างอิงประกอบการเรียนการสอน (Reference Material)

- Philip Kotler, Marketing Management, eleventh edition, Prentice-Hall, 2003
- 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	วันที่ Date	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		การวางแผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการ อสังหาริมทรัพย์ - Marketing mix: Product	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
8		Company visit and Lecture	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
9		แผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการ อสังหาริมทรัพย์ - Marketing Mix: Price, Place	ผศ.ปิติพีร์ รวมเมฆ
10		แผนการตลาดและเทคนิคการวางแผนการตลาดโครงการ อสังหาริมทรัพย์ - 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