

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

8001005 หลักการสื่อสารการตลาด

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์ Section 2

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 2/2558 ชั้นปีที่ 2

5. สถานที่เรียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้องเรียน 35407

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนกาสอน	จำนวน ชั่วโมงที่ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่างจากแผนการสอนหากมีความแตกต่างเกิน 25%
บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด	6	6	
บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด	3	3	
บทที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร	9	9	
บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด	3	3	
บทที่ 5 การโฆษณา	6	6	
บทที่ 6 การส่งเสริมการขาย	3	3	
สอบกลางภาค	3	3	
บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์	3	3	
บทที่ 8 การขายโดยบุคคล	3	3	
บทที่ 9 การตลาดทางตรง	3	3	
บทที่ 10 การจัดกิจกรรมทางการตลาด	3	3	

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

(ระบุหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน และพิจารณาปัจจัยสำคัญของหัวข้อต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชาและหลักสูตร ในกรณีที่มีนัยสำคัญให้เสนอแนวทางชัดเจน)

3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผล การเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของ รายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้ กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะ ในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	สอนโดยการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในขณะ ที่สอน โดยเน้นการมีระเบียบวินัยในตนเอง ตรงต่อ เวลาในการเข้าชั้นเรียน รับผิดชอบ และทำงานที่ ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา ให้เกียรติ อาจารย์และเพื่อน สามารถทำงานเป็นทีม ร่วมกับผู้อื่นได้ เคารพสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น ปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม เช่น แต่งกาย ถูกระเบียบ ให้เกียรติบุคคลต่าง ๆ ไม่ทุจริตใน การสอบ ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ตลอดจนไม่ใช้คำพูด ที่จะเกิดความเสียหายและเดือดร้อนแก่ผู้อื่น และ กระทบกระเทือน ต่อสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล	✓		- นักศึกษาบางคนส่งงานไม่ตรงเวลา ต้องตัดคะแนนตามที่ได้ตกลงกัน และได้ตัดเตือนให้ส่งงานให้ตรงเวลา - นักศึกษาบางคนแต่งกายไม่ถูกต้อง ตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ ได้ ตัดเตือนและให้ปรับปรุงตนเอง - นักศึกษาบางคนไม่ให้ความร่วมมือ ในการทำงานเป็นทีม ได้จัดโครงการ นิเทศศาสตร์สานพลังสู่อำเซียนโดย มอบหมายงานติดต่อประสานงานให้ นักศึกษารับผิดชอบในงานที่ มอบหมายผลการดำเนินงานสำเร็จ ลุล่วงดีมาก
ความรู้	เรียนรู้ในชั้นเรียน โดยผ่านกระบวนการเรียน การสอนหลากหลายรูปแบบ เช่น การทดสอบ ก่อนเรียน การบรรยาย Power Point ยกตัวอย่าง พร้อมภาพประกอบ การฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน การ ทำแบบฝึกหัด ศึกษากรณีตัวอย่างการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขายตรง การขายโดยบุคคล ฯลฯ จากสื่อต่างๆ ทำแบบทดสอบหลัง การศึกษา	✓		- นักศึกษาทำการศึกษาค้นคว้ายังไม่ ลึกซึ้งมากพอในชิ้นงานที่มอบหมาย จึงให้หัวข้อเฉพาะเพื่อฝึกทำรายงาน เพื่อสร้างความ เข้าใจในการเรียนรู้ด้วยตนเอง
ทักษะทางปัญญา	การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญฝึกให้ นักศึกษารู้จักค้นคว้าข้อมูลที่หลากหลายเพื่อ นำมาใช้เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด รู้จัก จัดการข่าวสารการตลาดรูปแบบต่างๆ ที่ นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ และนำมาวางแผน	✓		- นักศึกษาบางคนขาดทักษะในการเรียบ เรียงเนื้อหาในรายงาน ไม่สอดคล้องกับ หลักการและทฤษฎีสื่อสารการตลาด จึงให้ปรับแก้ไขเรียงลำดับเนื้อหาจน สมบูรณ์ดีขึ้น

มาตรฐานผล การเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของ รายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้ กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะ ในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
	สื่อสารการตลาด เลือกสื่อ ที่เหมาะสมถูกต้อง กับกลุ่มเป้าหมายของการรับข่าวสารการตลาด			-นักศึกษาบางคนขาดทักษะการใช้ คอมพิวเตอร์จึงให้ชิ้นงานและฝึก ทำซ้ำ จนสามารถจัดทำราย งานที่มอบหมายได้ดีขึ้น
ทักษะความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และ ความรับผิดชอบ	มอบหมายงานเป็นรายบุคคลและมอบหมาย งานเป็นกลุ่ม	✓		การมอบหมายงานกลุ่มให้ทำให้มีการ เกี่ยงงานกันทำ จึงต้องมอบหมาย งานแต่ละชิ้นให้แต่ละคนทำแล้วให้ นำมารวมกันเป็นชิ้นงานเพื่อส่ง
ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	นักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากเว็บไซต์ และ การใช้สื่อการสอน PowerPoint และฝึกปฏิบัติ และนำเสนองานโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	✓		นักศึกษานำระบบสารสนเทศเพื่อ การเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์น้อย จึงให้นักศึกษาทำงานที่มอบหมาย โดยใช้คอมพิวเตอร์และส่งข้อมูลทาง คอมพิวเตอร์ซึ่งการทำรายงานต้อง ค้นหาสารสนเทศจากเทคโนโลยี

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ไม่มี

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน (ณ วันหมดกำหนดการเพิ่มถอน)

18 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

18 คน

3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

ไม่มี

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	7	38.89
B ⁺	3	16.67
B	4	22.22
C ⁺	3	16.67
C	0	0.
D ⁺	0	0.00

D	0	0.00
F	0	0.00
ไม่สมบูรณ์ (I)	1	5.56
ผ่าน (P)	0	0.00
ไม่ผ่าน (NP)	0	0.00

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
นักศึกษาตรวจสอบคะแนนของตนเอง	ไม่พบการร้องเรียน
ประชุมกรรมการสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา	ไม่มีการแก้ไข

(ระบุความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินผลการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ใน มคอ.3 หมวด 5 ข้อ 2)

หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อการศึกษา

ประเด็น	อุปสรรค	ผลกระทบต่อการศึกษา
กิจกรรมของมหาวิทยาลัย	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ
วันหยุดราชการที่ตรงกับการเรียน	กระทบต่อเวลาเรียน	นักศึกษามีเวลาเรียนไม่พอ

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (แบบเอกสาร)

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

ไม่มี

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ไม่มี

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาพบว่านักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดและรู้จักเทคนิควิธีการสื่อสารที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้ กลุ่มเป้าหมายการสื่อสารการตลาดได้รู้จักสินค้าของธุรกิจมากขึ้น มีทัศนคติที่ดีต่อรายวิชา

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ให้นักศึกษาประชุมวางแผน และมีส่วนกำหนดการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน ฝึกหัดเลือกกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารการตลาด การเลือกวิธีการสื่อสารการตลาด สร้างสารการตลาด การเลือกใช้สื่อเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสื่อสารของธุรกิจในสื่อประเภทต่างๆ ด้วยตนเองและระหว่างเพื่อนร่วมชั้นเรียนโดยอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้คอยชี้แนะเป็นระยะเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษา ที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ไม่มี	ไม่มี

(ระบุแผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่ผ่านมาและอธิบายผลการดำเนินการตามแผนถ้าไม่ได้ดำเนินการหรือไม่เสร็จสมบูรณ์ให้ระบุเหตุผล)

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี

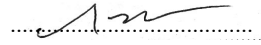
3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
จัดกิจกรรมพานักศึกษาดูงานสื่อสารการตลาด เช่น บริษัทโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในท้องถิ่น หรือในกรุงเทพมหานคร เพื่อเสริมทักษะในระหว่างการศึกษา ทำให้นักศึกษาทราบกระบวนการและวิธีการสื่อสารการตลาดที่บริษัทต่างๆ ดำเนินการ	ก่อนเปิดภาคเรียน	อาจารย์ผู้สอน

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนควรเน้นประโยชน์ของนักศึกษามีการสอดแทรกทางวิชาการและแนวการปฏิบัติระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ผู้สอนและระหว่างนักศึกษากับนักศึกษานักศึกษาและนักศึกษากับสถานประกอบการ

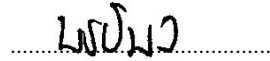
ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา



(อาจารย์ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒน์)

วันที่รายงาน 25 เมษายน 2559

ชื่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร



(อาจารย์พรพิมล สงต์กระสัน)

วันที่รับรายงาน 26 เมษายน 2558