

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา

คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

8001005 หลักการสื่อสารการตลาด

2. รายวิชาที่ต้องเรียนก่อนรายวิชานี้

ไม่มี

3. อาจารย์ผู้รับผิดชอบ อาจารย์ผู้สอนและกลุ่มเรียน (Section)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบ

ผศ. อภิวรรณ ศิรินันทนา ชั้นปีที่ 1 เข้า 58 กลุ่มวิชาสื่อสารมวลชนและ

กลุ่มวิชาการสื่อสารบูรณาการ

อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา ชั้นปีที่ 1 เข้า 58 กลุ่มวิชาสื่อสารมวลชนและ

กลุ่มวิชาการสื่อสารบูรณาการ

อาจารย์ผู้สอน

ผศ. อภิวรรณ ศิรินันทนา ชั้นปีที่ 1 เข้า 58 กลุ่มวิชาสื่อสารมวลชนและ

กลุ่มวิชาการสื่อสารบูรณาการ

อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา ชั้นปีที่ 1 เข้า 58 กลุ่มวิชาสื่อสารมวลชนและ

กลุ่มวิชาการสื่อสารบูรณาการ

4. ภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่เปิดสอนรายวิชา

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558

5. สถานที่เรียน

ร.121 8211 ชกษ2 22407 21103

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

1. รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ ได้สอนจริง	สาเหตุเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนหากมีความ แตกต่างเกิน 25%
บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด - การสื่อสาร - ความหมายของการสื่อสาร - กระบวนการและองค์ประกอบของการสื่อสาร - ประเภทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร - การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ - ความหมายของการตลาด - ลักษณะทั่วไปของการตลาด - ความสำคัญของการตลาด - ส่วนประสมการตลาด - การตลาดยุคปัจจุบัน - สรุป	3	6	ในชั่วโมงแรกผู้สอนมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้สอน เพื่อความเป็นกันเอง และลดความตึงเครียดเพราะเป็นครั้งแรกที่มีโอกาสสอนชั้นปี 1 เข้าปี 58 รวมถึงการชี้แจงการสอนวิธีการวัดผล กฎระเบียบการอยู่ร่วมกันในชั้นเรียน
บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด - ความหมายของการสื่อสารการตลาด - รูปแบบการสื่อสารการตลาด - เป้าหมายการสื่อสารการตลาด - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาด - กระบวนการสื่อสารการตลาด - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายการสื่อสารการตลาด - วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด - การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด - การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาด - การประเมินผลการสื่อสารการตลาด	3	3	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนหากมีความ แตกต่างเกิน 25%
- กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด - สรุป			
บทที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร - วิวัฒนาการ - ความหมาย - องค์ประกอบ - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง - ความสำคัญ - การวัดประสิทธิภาพ - ขั้นตอนการวางแผน - เครื่องมือ - หลักเกณฑ์การผสมผสานเครื่องมือ - การเลือกใช้เครื่องมือ - สรุป	9	9	
บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสาร การตลาด - ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค ปัจจุบัน - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ศาสตร์พื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรม ผู้บริโภค - การประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม ผู้บริโภค - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม	3	3	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนหากมีความ แตกต่างเกิน 25%
การซื้อ - สรุป			
บทที่ 5 การโฆษณา - ความหมายของการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการโฆษณา - ลักษณะเฉพาะของการโฆษณา - บทบาทหน้าที่ของการโฆษณา - ประเภทของการโฆษณา - วัฏจักรโฆษณา - การสร้างสรรค์งานโฆษณา - บริษัทตัวแทนโฆษณา - การวางแผนรณรงค์การโฆษณา - ข้อดีและข้อเสียของการโฆษณา - สรุป	6	6	
บทที่ 6 การส่งเสริมการขาย - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การวางแผนการส่งเสริมการขาย - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - การประเมินผลการส่งเสริมการขาย - อุปสรรคการใช้การส่งเสริมการขาย - ข้อดีและข้อเสียของการส่งเสริมการขาย - สรุป	3	3	
สอบกลางภาค			
บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	3	3	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนหากมีความ แตกต่างกัน 25%
<ul style="list-style-type: none"> - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร - เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ - ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์ - สรุป 			
<p>บทที่ 8 การขายโดยบุคคล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายการขายโดยบุคคล - บทบาทของการขายโดยบุคคล - หน้าที่การขายโดยบุคคล - ประเภทของการขาย - คุณสมบัติการขายโดยบุคคลที่ดี - กระบวนการขายโดยบุคคล - การจัดการหน่วยการขาย - ความจำเป็นในการใช้การขายโดยบุคคล - การขายให้ประสบความสำเร็จ - ข้อดีและข้อเสียของการขายโดยบุคคล - สรุป 	3	3	
<p>บทที่ 9 การตลาดทางตรง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการตลาดทางตรง - ความสำคัญของการตลาดทางตรง - ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเติบโต - ฐานข้อมูลสำหรับการตลาดทางตรง - เครื่องมือการตลาดทางตรง - การวางแผนการตลาดทางตรง - กลยุทธ์การสร้างสรรค์การตลาดทางตรง 	3	3	

หัวข้อ	จำนวนชั่วโมงตาม แผนการสอน	จำนวนชั่วโมงที่ ได้สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนหากมีความ แตกต่างกัน 25%
- ข้อดีและข้อเสียของการตลาดทางตรง - สรุปรูป			
บทที่ 10 การจัดกิจกรรมทางการตลาด - ความหมายของการจัดกิจกรรมทาง การตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทาง การตลาด - ลักษณะของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - จุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมทาง การตลาด - หลักสำคัญในการจัดกิจกรรมทาง การตลาด - รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ - การวัดผลการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ข้อดีและข้อเสีย - สรุปรูป	6	6	
สอบปลายภาค			

2. หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่ทำการสอนไม่ ครอบคลุมหรือไม่ได้สอน (ถ้ามี)	ผลต่อผลการเรียนรู้ของรายวิชานี้	วิธีแก้ไข
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

3. ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา

มาตรฐานผลการเรียนรู้	กลยุทธ์การสอนที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิผล		อุปสรรคของการใช้กลยุทธ์พร้อมข้อเสนอแนะในการลดอุปสรรค
		มี	ไม่มี	
คุณธรรม จริยธรรม	<ul style="list-style-type: none"> - บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรม กฎ ระเบียบของสังคม - กำหนดให้นักศึกษาหาตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรม จริยธรรมผ่านสื่อต่างๆ - อภิปรายกลุ่มและร่วมกันแสดงความคิดเห็น 	✓		<p>จากกิจกรรมการสอนเป็นการสอดแทรกความรับผิดชอบของนักศึกษาในการปฏิบัติงาน นักศึกษาบางคนไม่สนใจ ค้นคว้าข้อมูลเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ผู้สอนจัดให้ และมาไม่ตรงเวลาการนำเสนองานที่ตนเองรับผิดชอบ</p> <p>ข้อเสนอแนะ ตัดคะแนน พร้อมตัดเตือนและชี้แนะแนวทาง ยกตัวอย่างบุคคลอื่นว่าหากเราปฏิบัติตามกฎกติกาจะเกิดผลดีต่อตัวนักศึกษาได้อย่างไรบ้าง</p>
ความรู้	<p>บรรยาย อภิปรายพร้อมเอกสารประกอบ ใช้วิธีการสอนแบบกระบวนการสืบค้น โดยการมอบหมายค้นคว้าตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับการกระบวนการสื่อสาร จัดทำ MV IMC การสื่อสารการตลาดจากสถานการณ์จริง ฝึกทักษะการสื่อสาร สรุปและนำเสนอรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม ฝึกตอบปัญหาและร่วมกันแสดงความคิดเห็นพร้อมนำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>	✓		<p>นักศึกษามีจำนวนมากบางครั้งการให้ความรู้อาจไม่ทั่วถึงบ้างก็สนใจเรียนบ้างก็ขาดเรียน</p> <p>ข้อเสนอแนะ ได้แนะนำนักศึกษาให้ไปทบทวนเนื้อหาจากเอกสารและหากมีข้อสงสัยสามารถสอบถามผู้สอนได้ พร้อมนำเสนอแหล่งข้อมูลเพื่อเพิ่มพูนความรู้เพิ่มเติม</p>

ทักษะทางปัญญา	ฝึกตอบปัญหาและร่วมแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน การอภิปรายกลุ่ม วิเคราะห์ตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับงานด้านการสื่อสารการตลาดในทุก รูปแบบ	✓		
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ	มอบหมายรายงานเดี่ยว รายงานกลุ่ม ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อ การตลาดจากสถานการณ์จริง ฝึกนำเสนอการขายหน้าชั้นเรียน พร้อมนำเสนอรายงาน จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์กรณีศึกษาจากตัวอย่าง และการศึกษาดูงานจากบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์	✓		
การวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูล การมอบหมายงานด้วยการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ จาก Website และนำเสนอผลงาน โดยมีข้อมูลอ้างอิงจากแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ ใช้รูปแบบที่สร้างสรรค์ และเทคโนโลยีเหมาะสม	✓		<p>นักศึกษาบางกลุ่มเมื่อถึงเวลาต้องทำรายงานเป็นรูปเล่ม พร้อมกับต้องทำเอกสารแจกเพื่อนในชั้นเรียน นักศึกษาขาดการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการจัดทำเอกสารดังกล่าว ส่วนการนำเสนอผ่านทาง Powerpoint หรือเว็บไซต์ ยังขาดรูปแบบที่แปลกใหม่ในการนำเสนอ</p> <p>ข้อเสนอแนะ</p> <p>นักศึกษาควรหาเทคนิคในการต่อรองราคา การเสาะหาร้านถ่ายเอกสารเพิ่มเติมจากเดิม และการนำเสนองานควรฝึกตนเองในการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ มากยิ่งขึ้น</p>

4. ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน

ในการให้ความรู้ของผู้สอนเพียงในชั้นเรียนคงไม่เพียงพอต่อนักศึกษา ผู้สอนควรแนะนำแหล่งข้อมูลเพื่อสืบค้นทั้งที่เป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล ลงพื้นที่จริงตามโอกาสพิเศษ จัดกิจกรรมทางสังคม ฯลฯ ให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อสร้างความน่าสนใจต่อการเรียนการสอนพร้อมกับการสุมตัวอย่างเพื่อดูว่า นักศึกษากลับไปค้นคว้าความรู้นอกเหนือจากบทเรียนหรือไม่

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน

กลุ่ม 3 จำนวน 30 คน

กลุ่ม 4 จำนวน 18 คน

กลุ่ม 5 จำนวน 21 คน

กลุ่ม 6 จำนวน 34 คน

กลุ่ม 7 จำนวน 16 คน

กลุ่ม 8 จำนวน 17 คน

2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา

กลุ่ม 3 จำนวน 30 คน

กลุ่ม 4 จำนวน 18 คน

กลุ่ม 5 จำนวน 21 คน

กลุ่ม 6 จำนวน 34 คน

กลุ่ม 7 จำนวน 13 คน

กลุ่ม 8 จำนวน 17 คน

3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W)

กลุ่ม 3 ติด F 2 คน

กลุ่ม 4 ติด F 1 คน

กลุ่ม 5 ติด F 1 คน

กลุ่ม 6 ติด F 1 คน

กลุ่ม 7 พันสภาพนักศึกษา 1 คน ติด F 1 คน

กลุ่ม 8 ติด F 1 คน ลาออก 1 คน

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

กลุ่ม 3 581/บูรณาการ 1

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	5	16.67
B+	75-79.99	7	23.33
B	70-74.99	7	23.33
C+	65-69.99	6	20.00
C	60-64.99	2	6.67
D+	55-59.99	1	3.33
D	50-54.99	0	0.00
F	0-49.99	2	6.67

กลุ่ม 4 581/มวลชน 2

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	15	83.33
B+	75-79.99	2	11.11
B	70-74.99	0	0.00
C+	65-69.99	0	0.00
C	60-64.99	0	0.00
D+	55-59.99	0	0.00
D	50-54.99	0	0.00
F	0-49.99	1	5.56

กลุ่ม 5 581/มวลชน 3

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	10	47.62
B+	75-79.99	5	23.81
B	70-74.99	1	4.76
C+	65-69.99	1	4.76
C	60-64.99	3	14.29
D+	55-59.99	0	0.00
D	50-54.99	0	0.00
F	0-49.99	1	4.76

กลุ่ม 6 581/มวลชน 4

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	13	38.24
B+	75-79.99	9	26.47
B	70-74.99	3	8.82
C+	65-69.99	0	0.00
C	60-64.99	3	8.82
D+	55-59.99	4	11.76
D	50-54.99	1	2.94
F	0-49.99	1	2.94

กลุ่ม 7 581/บูรณาการ 2

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	4	25.00
B+	75-79.99	2	12.50
B	70-74.99	7	43.75
C+	65-69.99	0	0.00
C	60-64.99	0	0.00
D+	55-59.99	0	0.00
D	50-54.99	1	6.25
F	0-49.99	1	6.25
ไม่ระบุ	<<->>	1	6.25

กลุ่ม 8 581/บูรณาการ 4

เกรด	ช่วงเกรด MANUAL	รวม	%
A	80->>	12	70.59
B+	75-79.99	2	11.76
B	70-74.99	0	0.00
C+	65-69.99	0	0.00
C	60-64.99	1	5.88
D+	55-59.99	0	0.00
D	50-54.99	0	0.00
F	0-49.99	1	5.88
ไม่ระบุ	<<->>	1	5.88

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ

ปัจจัย	ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ในรายละเอียดรายวิชา

6.1 ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

6.2 ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้

ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	ไม่มี

7. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
นักศึกษาตรวจสอบคะแนนของตนเองจากผู้สอน เมื่อนักศึกษาเกิดข้อสงสัย	มีการตรวจสอบและแก้ไขให้ถูกต้อง
ประชุมกรรมการสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา	ไม่มีการแก้ไข

หมวดที่ 4 ปัญหา และผลกระทบต่อการดำเนินการ

ประเด็น	ผลกระทบต่อการเรียนรู้
1. ปัญหาในการใช้ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน เช่น จำนวนโต๊ะเรียนไม่เพียงพอต่อจำนวนนักศึกษา ห้องเรียนคับแคบ พัดลมไม่เพียงพอ อากาศร้อนมาก	1.1 เกิดความอึดอัด ไม่สะดวกต่อการทำกิจกรรมในชั้นเรียน 1.2 เสียเวลาเรียนเพื่อที่จะต้องหาโต๊ะเรียนจากห้องอื่นมาเพิ่มเติม
2. ปัญหาด้านสื่อการเรียนการสอน	2.1 นักศึกษาไม่สามารถฝึกทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1. ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา

- กลุ่ม 3 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)
 กลุ่ม 4 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)
 กลุ่ม 5 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)
 กลุ่ม 6 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)
 กลุ่ม 7 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา)
 กลุ่ม 8 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)

1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา

- กลุ่ม 3 เห็นการสอนง่าย
 กลุ่ม 4 ไม่มี
 กลุ่ม 5 ไม่มี
 กลุ่ม 6 ไม่มี
 กลุ่ม 7 ไม่มี
 กลุ่ม 8 สอนเข้าใจง่าย อาจารย์น่ารัก

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 1.1

ไม่มี

2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น

2.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่น

ไม่มี

2.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อข้อวิพากษ์ตามข้อ 2.1

ไม่มี

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงานของรายวิชาครั้งที่ผ่านมา

แผนการปรับปรุงของภาคเรียน/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
การปรับปรุงกิจกรรมในชั่วโมงเรียน การนำเสนอสื่อประกอบการสอนที่ทันสมัยและหลากหลาย รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมกับการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น	นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทเรียนอย่างรวดเร็วจากการใช้สื่อประกอบการสอนทางอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้นอกระดานที่ สร้างความเป็นกันเอง สนุกสนาน กับการเรียน รวมทั้งการมี

	ปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และเพื่อน ในชั้นเรียน
--	--

2. การดำเนินการอื่นๆ ในการปรับปรุงรายวิชา

ไม่มี

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

กิจกรรมที่ต้องการ	วันสิ้นสุดกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
การเปิดตัวเตอร์ในทุกรายวิชาที่มีปัญหา	ในทุกภาคการศึกษา	ฝ่ายวิชาการ
การจัดกิจกรรมระหว่างนักศึกษา กับ นักศึกษา รวมถึงอาจารย์กับนักศึกษา อย่างต่อเนื่อง	ใน 1 ภาคการศึกษา อย่างน้อย 5 กิจกรรม	ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษา

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการเรียนในชั้นเรียนมีสภาพไม่พร้อมต่อการใช้งาน การส่งสัญญาณ
อินเตอร์เน็ตมายังห้องเรียนไม่มีประสิทธิภาพ พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศมีไม่เพียงพอ และไม่ครบตาม
จำนวนห้องเรียน

ลงชื่อ

(อาจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา)

ผู้สอนรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด

15/6/59

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา)

ผู้สอนรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด

15/6/59

ลงชื่อ

(อาจารย์พรพิมล สงกระสัน)

ประธานหลักสูตร

15/6/59