

รายละเอียดของรายวิชา(มคอ.3)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา รหัสวิชา 8001005 ชื่อรายวิชาหลักสื่อสารการตลาด (Principles of Marketing Communication)	
2. จำนวนหน่วยกิต 3(3-0-6)	
3. หลักสูตร และประเภทรายวิชา หลักสูตร : นิเทศศาสตรบัณฑิต ประเภทรายวิชา : เป็นวิชาแกน	
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	
4.1 ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี	
4.2 อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา อาจารย์สันดุสิต บิริงษ์ตระกูล	
4.3 กลุ่มเรียนที่.....จำนวน คน	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา	กลุ่มเรียนที่ 1 จำนวน 26 คน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา	กลุ่มเรียนที่ 3 จำนวน 38 คน
อาจารย์สันดุสิต บิริงษ์ตระกูล	กลุ่มเรียนที่ 2 จำนวน 28 คน
อาจารย์สันดุสิต บิริงษ์ตระกูล	กลุ่มเรียนที่ 4 จำนวน 14 คน
อาจารย์สันดุสิต บิริงษ์ตระกูล	กลุ่มเรียนที่ 5 จำนวน 16 คน
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2559 ชั้นปีที่ 1 เข้า 59	
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) ไม่มี	
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี	
8. สถานที่เรียน ห้อง ชกช 2 อาคาร ช่างเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้อง ชกช 3 อาคาร ช่างเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้อง 22308 อาคาร 22 คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ห้อง 22108 อาคาร 22 คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี	

9. วันที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชา หรือวันที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด
วันที่ 20 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

- 1.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในหลักการ และแนวคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ รวมถึงการศึกษาส่วนผสมทางการตลาดในยุคปัจจุบันและอนาคตได้
- 1.2 นักศึกษาเข้าใจถึงแนวคิดการสื่อสารการตลาดที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถอธิบายการวางแผนการสื่อสารการตลาดต่อการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายด้วยรูปแบบหรือวิธีการที่หลากหลาย

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้และนำหลักการ แนวคิดการใช้ส่วนผสมทางการตลาดประกอบการอธิบายสถานการณ์การดำเนินงานของธุรกิจสมัยใหม่ได้
- 2.2 นักศึกษาอธิบายและยกตัวอย่างแนวคิดการสื่อสารการตลาดที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.3 นักศึกษาวางแผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จากสถานการณ์จริง โดยอาศัยการนำความรู้ หลักการการวางแผนการสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 3 ส่วนประกอบของรายวิชา

1. คำอธิบายรายวิชา : ชื่อวิชา หลักการสื่อสารการตลาด (Principles of Marketing Communication)

หลักการและแนวคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ ศึกษาถึงส่วนผสมทางการตลาด และการสื่อสารการตลาดเพื่อถ่ายทอดแนวความคิดจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย และแนวทางในการวางแผนสื่อสารการตลาด เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และทางอ้อม และกิจกรรมพิเศษ

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

ใน 1 ภาคการศึกษามีการเรียนการสอน 15 สัปดาห์ สัปดาห์ที่ 16 สอบปลายภาค โดยแบ่งดังนี้

จำนวนคาบ		สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	จำนวนคาบการศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย	ปฏิบัติ			
45	-	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มี	6 ชั่วโมง/สัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

หากนักศึกษามีข้อสงสัยหรือต้องการให้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาดสามารถเข้าพบได้ในวันพุธ เวลา 13:00 น. - 16:00 น. ณ ห้องพักอาจารย์ สำนักวิทยบริการชั้น 4 คณะนิเทศศาสตร์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

(● ความรับผิดชอบหลัก) (○ ความรับผิดชอบรอง)

วิชาหลักการสื่อสารการตลาดมีการกำหนดมาตรฐานการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านคุณธรรม จริยธรรม

1.1 ผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) มีความรู้ ความเข้าใจในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ (●)
- (2) ปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ (○)
- (3) มีวินัย ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อตนเองวิชาชีพและสังคม (○)
- (4) เคารพสิทธิมนุษยชนและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (●)
- (5) ยึดฐานความคิดทางศีลธรรมทั้งในเรื่องส่วนตัวและสังคม มีจิตสาธารณะ (○)
- (6) เคารพกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม (○)

1.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้นเรียน
- (2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและความซื่อสัตย์

ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย

- (3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้นักศึกษาทำงานร่วมกัน
- (4) อาจารย์ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

1.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- (1) ประเมินจากคามมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมในรายวิชาเรียน
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาในศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (3) ประเมินจากพฤติกรรมของนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม

2 ด้านความรู้**2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

- (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ (●)
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (○)
- (3) สามารถใช้ความรู้และทักษะในสาขาวิชาชีพนี้นิเทศศาสตร์มาประยุกต์แก้ไขปัญหา

ในงานจริงได้ (○)

- (4) มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ (○)
- (5) มีประสบการณ์ทางการฝึกปฏิบัติงานทางด้านนิเทศศาสตร์ (○)

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

(1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วนตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูรณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ

- (2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี
- (3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ตรง
- (4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ

2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้ ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

- (1) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (2) การรายงาน และการนำเสนองาน
- (3) ประเมินจากพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมศึกษาดูงาน

3 ด้านทักษะทางปัญญา**3.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา**

(1) สามารถคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยการใช้องค์ความรู้ทางวิชาชีพนิเทศศาสตร์และวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยใช้ประสบการณ์เป็นฐานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านงานนิเทศศาสตร์ (○)

(2) ใช้ปัญญาสร้างสรรค์องค์ความรู้ด้านสื่อสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง สังคมและส่วนร่วม (●)

(3) สามารถเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงความรู้ทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์ในภาคปฏิบัติจริง (○)

3.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดและเทคโนโลยีสมัยใหม่
- (2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง
- (3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึกทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น

การจัดทำโครงการ

3.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา

- (1) ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา
- (2) สังเกตการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนองานโดยการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่
- (3) การซักถาม เพื่อรับรู้ถึงการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบของนักศึกษา

4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ(O)
- (2) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งรายงานรายบุคคลและงานกลุ่ม (●)
- (3) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง(O)
- (4) สามารถปรับตัวและทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งในฐานะผู้นำและสมาชิกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ(O)
- (5) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม(O)
- (6) วางตัวและแสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมกับบทบาท หน้าที่ และสำนึกความรับผิดชอบ(O)

4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

(2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร ในรายวิชาต่างๆ

4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานรายบุคคลและรายกลุ่ม
- (3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
- (4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งทางวาจาและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม(O)
- (2) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับงานนิเทศศาสตร์ (●)
- (3) เลือกใช้สถิติพื้นฐานเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจ วางแผนการวิจัยสื่อสารอย่างเป็นระบบ(O)
- (4) แนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางนิเทศศาสตร์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์ (O)

5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- (2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางคณิตศาสตร์และสถิติ

5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) การสังเกตการณ์ใช้วาจาและการเขียน และการใช้รูปแบบสื่อในการเรียนรู้ในรายวิชาได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาของการเรียน
- (2) ประเมินจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งงานกลุ่มและงานบุคคล
- (3) ประเมินจากการนำเสนอที่บ่งชี้ถึงวิธีการคิดอย่างเป็นระบบต่อการเลือกใช้สถิติพื้นฐานและการแก้ไขปัญหาหากนักศึกษาพบข้อผิดพลาดในการปฏิบัติ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน				
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<p>ปฐมนิเทศเกี่ยวกับด้านการเรียนการสอน รายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด</p> <p>บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารและการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสาร - ความหมายของการสื่อสาร - กระบวนการและองค์ประกอบของการสื่อสาร - ประเภทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร - การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ - ความหมายของการตลาด - ลักษณะทั่วไปของการตลาด - ความสำคัญของการตลาด - ส่วนประสมการตลาด - การตลาดยุคปัจจุบัน - สรุปบทเรียน 	3	<p>กิจกรรม : การอธิบายกฎระเบียบ และเงื่อนไขการเรียนการสอนใน รายวิชา พร้อมด้วยบริบทของ รายวิชาจาก มคอ.3 สร้าง Line กลุ่มรายวิชา เพื่อแชร์ข้อมูลและ ขอรับการปรึกษา</p> <p>การบรรยาย PPT เข้าสู่บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร และการตลาด ชักถามพร้อม ยกตัวอย่างประกอบบรรยาย ประเด็นการสื่อสาร องค์ประกอบ การสื่อสาร ความหมายการตลาด ลักษณะความสำคัญ ส่วนประสม การตลาดและการตลาดในยุค ปัจจุบัน โดยให้ นศ.มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับการเรียน การสอน แนะนำสื่อทบทวนการ เรียนรู้จากคลิป การสอนรายวิชา โดย ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธ์ บรินวงศ์ตระกูล
2	<p>บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการสื่อสารการตลาด - รูปแบบการสื่อสารการตลาด - เป้าหมายการสื่อสารการตลาด - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาด - กระบวนการสื่อสารการตลาด - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายการสื่อสาร การตลาด - วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด - การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด - การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาด - การประเมินผลการสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด - สรุปบทเรียน 	3	<p>กิจกรรม : นศ.นำเสนอความรู้หน้า ชั้นเรียนจากการอ่านทบทวน บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด ผู้สอนยก ตัวอย่างกรณีศึกษากระบวนการ สื่อสารการตลาด การวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย การสร้างสาร การเลือกใช้เครื่องมือสื่อสาร การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จต่อ การสื่อสารการตลาด วิดีโอจาก YouTube พร้อมการบรรยายจาก PPT ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector YouTube เอกสารประกอบการสอน รายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธ์ บรินวงศ์ตระกูล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
3	บทที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร - วิวัฒนาการ - ความหมาย - องค์ประกอบ - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง - ความสำคัญ - การวัดประสิทธิภาพ - ขั้นตอนการวางแผน - เครื่องมือ - หลักเกณฑ์การผสมผสานเครื่องมือ - การเลือกใช้เครื่องมือ - สรุปบทเรียน	3	กิจกรรม : บรรยายจาก PPT ชี้แจงกิจกรรมงานกลุ่มการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรบูรณาการการท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้วและศิลปวัฒนธรรม พร้อมทั้งการนำหลักการ แนวคิดจากบทที่ 3 ประกอบการจัดทำ PPT ในการนำเสนอช่วงปลายภาคก่อนสอบ 1 อาทิตย์ โดยผู้สอนพิจารณาจากทฤษฎี การวัด การผสมผสานเครื่องมือในการดำเนินงานกิจกรรมนั้นๆ ตัวอย่างประกอบการอธิบายการจัดกรรมกรสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร www.google.com ผู้สอนสรุปบทเรียน สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector YouTube www.google.com เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินวงศ์ตระกูล
4	บทที่ บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด - ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ศาสตร์พื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ - สรุปบทเรียน	3	กิจกรรม : การบรรยาย PPT พร้อมยกตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจากฐานการสำรวจความต้องการ www.etda.or .และ www.nso.go.th ตัวอย่างงานวิจัยนิเทศศาสตร์ต่อการศึกษาปัจจัยรูปแบบ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การอภิปรายร่วมกันระหว่างผู้สอนและนศ. พร้อมเชื่อมโยงมายังเนื้อหาบทที่ 4 กับการพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาดจากปีที่ผู้วิจัยศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปัจจุบันนี้ ผู้สอนสรุปบทเรียน สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector YouTube www.etda.or . www.nso.go.th เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินวงศ์ตระกูล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5	บทที่ 5 การโฆษณา - ความหมายของการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการโฆษณา - ลักษณะเฉพาะของการโฆษณา - บทบาทหน้าที่ของการโฆษณา - ประเภทของการโฆษณา - วัตถุประสงค์โฆษณา - การสร้างสรรค์งานโฆษณา - บริษัทตัวแทนโฆษณา - การวางแผนรณรงค์การโฆษณา - ข้อดีและข้อเสียของการโฆษณา - สรุปบทเรียน	3	กิจกรรม : ชมกรณีศึกษาจากคลิป วิดีโอการโฆษณาของประเทศ AEC นศ.วิเคราะห์วัตถุประสงค์ บทบาท หน้าที่ ประเภทการโฆษณาจาก ตัวอย่างประเทศในคลิป ผู้สอน บรรยาย PPT เพิ่มเติมประกอบ ความเข้าใจต่อการสร้างสรรค์การ โฆษณา การศึกษาโครงสร้างตัวอย่าง บริษัทตัวแทนโฆษณาและ การวางแผนรณรงค์การโฆษณา www.sim&son communication ผู้สอนสรุปบทเรียน สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector video clip www.sim&son communication เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บัณฑิตตระกูล
6-7	บทที่ 6 การส่งเสริมการขาย - ความหมายของการส่งเสริมการขาย - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การวางแผนการส่งเสริมการขาย - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - การประเมินผลการส่งเสริมการขาย - อุปสรรคการใช้การส่งเสริมการขาย - ข้อดีและข้อเสียของการส่งเสริมการขาย - สรุปบทเรียน	6	กิจกรรม : นศ.นำเสนอการส่งเสริม การขายต่อผู้ทรงคุณวุฒิ รายบุคคล พร้อมแนะนำเพื่อการพัฒนา โดยมี เกณฑ์การพิจารณา คือ ทักษะการ สื่อสาร และการสร้างสรรค์ ผู้สอน บรรยายเพิ่มเติม PPT เนื้อหา การส่งเสริมการขาย เทคนิควิธีการ การประเมิน ปัญหาอุปสรรคการ ส่งเสริมการขาย ยกตัวอย่างข่าว การตลาดการส่งเสริมการขายสินค้า และการบริการ ผู้สอนสรุปบทเรียน สื่อที่ใช้ : สื่อบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิ PowerPoint (PPT) Notebook Projector เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บัณฑิตตระกูล
8-9	บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้าง ภาพลักษณ์ขององค์กร	6	กิจกรรม : นศ.เข้าร่วมและนำความรู้ จากบทที่ 7 การประชาสัมพันธ์ ประกอบการบูรณาการกิจกรรมรับ นักท่องเที่ยวสู่วังสวนบ้านแก้ว และร่วมงานศิลปวัฒนธรรมกับชุมชน ในการสร้างภาพลักษณ์การ ประชาสัมพันธ์สำหรับการสื่อสาร	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บัณฑิตตระกูล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ - ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์ - สรุบบทเรียน 		<p>การตลาดสถาบัน ผู้สอนบรรยาย PPT เนื้อหาและชี้มุมมองกรณีศึกษา การประชาสัมพันธ์และการดำเนินงาน ข้อดีข้อเสียในการประยุกต์ในสถานการณ์จริง ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : สถานที่จริง PowerPoint (PPT) Notebook Projector เอกสารการบรรยาย เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลัก การสื่อสารการตลาด</p>	
10	สอบกลางภาค			
11	<p>บทที่ 8 การขายโดยบุคคล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายการขายโดยบุคคล - บทบาทของการขายโดยบุคคล - หน้าที่การขายโดยบุคคล - ประเภทของการขาย - คุณสมบัติการขายโดยบุคคลที่ดี - กระบวนการขายโดยบุคคล - การจัดการหน่วยการขาย - ความจำเป็นในการใช้การขายโดยบุคคล - การขายให้ประสบความสำเร็จ - ข้อดีและข้อเสียของการขายโดยบุคคล - สรุบบทเรียน 	3	<p>กิจกรรม : บรรยาย PPT ยกตัวอย่างพร้อมด้วยกรณีศึกษาการขายโดยบุคคลของสินค้าและการบริการ นศ. แสดงบทบาทสมมติฐานการขายโดยบุคคล ผู้สอนอธิบายหน้าที่ บทบาท ประเภท กระบวนการขายโดยบุคคลที่ประสบความสำเร็จ บุคคลตัวอย่างนักขายระดับโลก Frank Bettger ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Notebook Projector Internet บทความการขาย เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลัก การสื่อสารการตลาด</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินทร์ตระกูล
12-13	<p>บทที่ 9 การตลาดทางตรง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการตลาดทางตรง - ความสำคัญของการตลาดทางตรง - ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเติบโต - ฐานข้อมูลสำหรับการตลาดทางตรง - เครื่องมือการตลาดทางตรง - การวางแผนการตลาดทางตรง - กลยุทธ์การสร้างสรรคการตลาดทางตรง - ข้อดีและข้อเสียของการตลาดทางตรง - สรุบบทเรียน 	6	<p>กิจกรรม : นศ.ฟังการบรรยายและประสบการณ์ตรงจากวิทยากรกับการสื่อสารตลาดทางตรงสู่ผู้บริโภค บริษัทโอลันลา ทัวร์ จันทบุรี ผู้สอนบรรยาย PPT เพิ่มเติมพร้อมชมคลิปวิดีโอการใช้เครื่องมือการตลาดทางตรงผ่าน www.facebook.com ผู้สอนสรุปบทเรียน</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินทร์ตระกูล

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
			สื่อที่ใช้ : www. facebook.com PowerPoint (PPT) Notebook Projector Internet Line เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	
14	บทที่ 10 การจัดกิจกรรมทางการตลาด - ความหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด - ลักษณะของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - จุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - หลักสำคัญในการจัดกิจกรรมทางการตลาด - รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด	3	กิจกรรม : นศ.นำเสนอแนวคิด ลักษณะ และจุดมุ่งหมายการจัด กิจกรรมทางการตลาดที่ตนเองสนใจ เสนอหน้าชั้นเรียน การวิเคราะห์ ประเด็นทางการตลาด พร้อมด้วย PPT ผู้สอนสอดแทรกหลักการและ รูปแบบที่ส่งผลให้การจัดกิจกรรม ทางการตลาดมีความน่าสนใจและ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ผู้สอนสรุปบทเรียน สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Notebook Projector เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด	ผศ.อภิวัฒน์ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินวงศ์ตระกูล
15	ศึกษาดูงานด้านการสื่อสารการตลาด ตลาดน้ำอโยธยา/เนชั่น/ช่อง 3	3	กิจกรรม : นศ.เข้าร่วมศึกษาดูงาน การสื่อสารการตลาด นศ.สรุป สาระสำคัญจากการศึกษาดูงานและ นำความรู้ที่ได้รับจากบทเรียน รายวิชาหลักการสื่อสารการตลาดมา ประยุกต์ใช้กับการศึกษาดูงานตาม ประเด็นดังนี้ - ด้านคุณธรรม จริยธรรม - ด้านทักษะทางปัญญา - ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ - ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ สื่อที่ใช้ : สถานที่จริง	ผศ.อภิวัฒน์ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรินวงศ์ตระกูล
16	สอบปลายภาค			
	รวม	45		

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้*	กิจกรรมการประเมิน (เช่น การเขียนรายงาน โครงการ การสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค)	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของ การประเมินผล
1.1(1),(4)	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและ กิจกรรมนอกชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	10%
2.1(1)	สอบกลางภาค สอบปลายภาค	10 16	20% 40%
3.1(2) 4.1(2)	นศ.จัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดบูรณาการการ ท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้วและศิลปวัฒนธรรม กับชุมชนท้องถิ่น ศึกษาดูงานการสื่อสารการตลาด	15	20%
5.1(2)	รายงานกลุ่ม และชิ้นงานรายบุคคล	15	10%
การประเมินผล			
คะแนนระหว่าง		ระดับเกรดที่ได้	
80 – 100		A	
75 – 79		B+	
70 – 74		B	
65 – 69		C+	
60 – 64		C	
55 – 59		D+	
50 – 54		D	
00 – 49		F	

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียน

1. เอกสารและตำราหลัก

อภิวรรณ ศิรินันทนา. เอกสารประกอบการสอน รายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด.
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี,2555.
อภิวรรณ ศิรินันทนา. ตำรา การโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค.
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี,2559.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

กันต์รัฐศิษฐ์ เลิศไพโรจน์. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1 .พิมพ์ที่ บริษัท
ไอ เอ็ม บุ๊คส์ จำกัด ,2551.
ดารา ทีปะปาล.การสื่อสารการตลาด.กรุงเทพฯ : พิมพ์ที่ อมรการพิมพ์,2551.
ทรงวิทย์ เขมเศรษฐ์ (แปล). การตลาดลูกผสม. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่
ฐานการพิมพ์ จำกัด,2548.
นิตยา จิตรักษ์ธรรม. การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย . กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ หจก.
ภาพพิมพ์ , 2550.
ประวัติ เพียรเจริญ.กลยุทธ์การตลาดลงเทล.กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1. พิมพ์ที่ สำนักพิมพ์
สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2551.
ภาณุ ลิ้มมานนท์. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2.พิมพ์ที่
บริษัท ภารินทร์ จำกัด,2550.
รณชัย คงสกนธ์. คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ ธรรมกล
การพิมพ์ ,2549.
วิภาจรี นิธินากร (แปล). ทำแผนการตลาดแบบมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่
บริษัทเกี่ยวโต เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด,2550.
American Marketing Associations .2004. **Marketing definition.** (Online) . Available
<http://www.marketingpower.com/mgdictionary.ppp?searchfor=marketing&searched>.
Direct Marketing Associations .2002. **What is direct Marketing.** (Online) . Available
<http://www.thedma.org>.
Pelsmaker, P. , Geunens, M., & Bergh, J. Van den. 2001 .**Marketing communication.** Harlow,
England : Pearson Education.
Peter, P.J., & Donnelly, J.H. 2001. **Marketing management : Knowledge and Skills.** 6th ed.
Singapore : McGraw-Hill.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ

วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Website	รวมบทความการสื่อสารการตลาด	http://www.ajnarathip.wixsite.com
	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	http://www.nso.go.th
	การวางแผนและการจัดการการสื่อสารการตลาด	http://www.google.com
	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน)	http://www.etda.or
	บริษัทตัวแทนการสื่อสารการตลาด	http://www.sim&son communication
	ตัวอย่างคลิปวิดีโอ การทดลองการสื่อสาร	http://www.facebook.com
		http://www.Youture.com

หมวดที่ 7 การประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุง

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

1.1 นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา

- (1) ด้านวิธีการสอนของอาจารย์
- (2) ด้านการจัดกิจกรรมในห้องเรียนและนอกห้องเรียน
- (3) สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนที่ส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้และผลการเรียนรู้ 5 ด้านที่ได้รับ
- (4) ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงรายวิชาด้วยระบบเครือข่ายของมหาวิทยาลัยฯ

1.2 อาจารย์ผู้สอนประเมินพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา

- (1) การสังเกตจากสนทนากลุ่มระหว่างอาจารย์ผู้สอนกับผู้เรียน
- (2) การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- (3) การเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในชั้นเรียนและภายนอกชั้นเรียน

1.3 แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

- (1) แบบประเมินอาจารย์ผู้สอนและเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน
- (2) แบบประเมินรายวิชาและเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน

1.4 ข้อเสนอแนะผ่านเว็บ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

หลักฐานที่จะใช้ประเมินผลตาม มคอ.5 เช่น เมล์ เว็บบอร์ด Line ชี้แจงรายบุคคล รายงานกลุ่ม รายงานการศึกษาดูงาน

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

2.1 การสอนเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

- มีการบรรยายถึงเนื้อหาหลักและแนะนำให้นักศึกษาค้นคว้าหรือทำความเข้าใจปลั๊กย่อยด้วยตนเอง นักศึกษาจัดกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีส่วนร่วมกับชุมชน การร่วมกิจกรรมการศึกษาดูงาน การสื่อสารการตลาด ผู้สอนเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนากระบวนการที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อนำมาปรับใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชา

2.2 การสอนหลักการหรือทฤษฎีและกฎเกณฑ์ต่างๆ

- เพื่อทดลองปฏิบัติจริงกับการประยุกต์ใช้ความรู้หลักการหรือทฤษฎีต่อสถานการณ์จริง เช่น การจัดกิจกรรมรับนักท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้ว การศึกษาดูงานการสื่อสารการตลาด และใช้เครื่องมือด้วยตนเอง โดยสอนสอดแทรกเนื้อหา/กิจกรรมที่ส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการเรียนรู้

การนำเสนอ และการอภิปราย โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารกับผู้อื่น

2.3 การวัดและประเมินการสอน

- การกำหนดวิธีวัดผลการศึกษา โดยอิงมาตรฐานกลุ่ม
- การสังเกตโดยอาจารย์ผู้สอนจากการที่นักศึกษาเข้ามาขอคำปรึกษา
- การวัดโดยการสอบกลางและการสอบปลายภาค

3. การปรับปรุงการสอน

3.1 หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สาขาวิชา กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมิน ประสิทธิภาพรายวิชาแล้วจัดทำรายงานผลดำเนินการรายวิชา (มคอ.5) ตามที่ สกอ.กำหนดให้จัดทำทุกภาค การศึกษา(ภายใน 30 วัน/เทอม)
- สาขาวิชา ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการและ/หรือวิชาชีพ อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง
- สาขาวิชาและคณะวิชา จัดให้มีการประชุม/สัมมนากับอาจารย์ผู้สอนเพื่อปรึกษาหารือปัญหา การเรียนรู้ของนักศึกษาและวิธีการปรับปรุง/แก้ไขหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ ในรายวิชา 5 ด้าน โดยสอบถามนักศึกษาหรือสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงผลการทดสอบย่อย ดังนี้

4.1 การแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบฯ เพื่อตรวจสอบผลการประเมิน “ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน” ของนักศึกษา โดยการตรวจสอบกระบวนการเรียน-การสอนรายวิชานั้นๆ เช่น ตรวจสอบ มคอ.3 เนื้อหาใน รายวิชาและสื่อการสอน รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน/ตำราที่ใช้ประกอบการสอน(ที่ระบุไว้ใน หมวดที่ 6 ข้อ1)

4.2 การตรวจสอบข้อสอบ ตรวจรายงาน (ชิ้นงานตามจุดดำ) และวิธีการให้คะแนนสอบ การให้ คะแนนพฤติกรรม และการให้คะแนน ตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลรายวิชาตามที่กำหนดไว้ รวมทั้ง พิจารณาจากผลการทดสอบย่อยหรือกลางภาคเรียนและการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเรียนรายวิชา

4.3 การทวนสอบผลการเรียนรายวิชาที่มีทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา(ที่สุ่มมา25%) ดังนี้

(1) การทวนสอบการให้คะแนน การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่นที่ ประจำสาขาวิชา

(2) การสอบถาม/สัมภาษณ์นักศึกษา เพื่อพิจารณาผลเรียนรู้ในรายวิชา โดยคณะกรรมการทวนสอบ เพื่อตรวจสอบผลประเมิน “ผลการเรียนรู้ 5ด้าน” และพฤติกรรมนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการประเมินและทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา โดยหลักสูตร/สาขาวิชา ได้มีการวางแผน การปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและบูรณาการเนื้อหาสาระของรายวิชา (มคอ.3) เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

5.1 การปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและบูรณาการของรายวิชาทุกภาคการศึกษา/ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบรายวิชาในมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตามข้อ 4

5.2 การเชิญวิทยากร/อาจารย์ผู้สอนคนอื่น ๆ เพื่อเข้าร่วมสอน เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มหรือมีมุมมองในเรื่องประสบการณ์หรือการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากผลงานวิจัย/ประสบการณ์วิทยากรฯ

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จำเริญ คังคะศรี)

วันที่ 22 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา)

วันที่ 22 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา

(อาจารย์สันดุสิตธิ์ บริวงษ์ตระกูล)

วันที่ 22 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2559