

รายงานผลการดำเนินการของรายวิชา(มคอ.5)

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา	คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา รหัสวิชา 8133023 ชื่อรายวิชา การวิเคราะห์การตลาดเพื่องานโฆษณา (Marketing Analysis for Advertising)
2. จำนวนหน่วยกิต 3(2-2-5)
3. หลักสูตร และประเภทรายวิชา หลักสูตร : นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ประเภทรายวิชา : เป็นวิชาเลือก
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน 4.1 ผู้รับผิดชอบรายวิชา : อาจารย์สมพงษ์ เสงี่ยมณี 4.2 อาจารย์ผู้สอน : อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ 4.3 กลุ่มเรียนที่ 1 จำนวน 17 คน
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 1/2559 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
8. สถานที่เรียน อาคารคณะนิเทศศาสตร์ ห้อง 1142 มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
9. วันที่จัดทำรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

หมวดที่ 2 การจัดการเรียนการสอนที่เปรียบเทียบกับแผนการสอน

2.1 รายงานชั่วโมงการสอนจริงเทียบกับแผนการสอน

หัวข้อ	ชม.แผน การสอน	ชม.ที่ได้ สอนจริง	ระบุสาเหตุที่การสอนจริงต่าง จากแผนการสอนเกิน 25%
ปฐมนิเทศเกี่ยวกับด้านการเรียนการสอน	4	4	
บทที่ 1 ความหมายและความสำคัญของการตลาด	4	4	
บทที่ 2 วิธีเตรียมตัวเพื่อการทบทวนธุรกิจ -การตั้งคำถามเพื่อทบทวนธุรกิจตามขั้นตอน	4	4	
บทที่ 2 วิธีเตรียมตัวเพื่อการทบทวนธุรกิจ (ต่อ) - การพัฒนาตารางเพื่อเติมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์	4	4	
บทที่ 3 การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาส	4	4	
บทที่ 4 การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาด เป้าหมาย -ที่มาของการแบ่งส่วนตลาด -แนวคิดการแบ่งส่วนตลาด -หลักการแบ่งส่วนตลาด	4	4	
บทที่ 4 การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาด เป้าหมาย (ต่อ) -เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพ -ประโยชน์จากการแบ่งส่วนตลาด -การตลาดเป้าหมาย -เกณฑ์การเลือกกลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย -การแบ่งส่วนตลาด และการจัดผลิตภัณฑ์แตกต่าง -การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการแบ่งส่วนตลาด	4	4	

บทที่ 4 การแบ่งส่วนการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย (ต่อ) -เกณฑ์การเลือกกลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย -การแบ่งส่วนตลาด และการจัดผลิตภัณฑ์แตกต่าง -การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการแบ่งส่วนตลาด	4	4	
บทที่ 5 การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค -ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตลาดผู้บริโภค -พฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค	4	4	
บทที่ 5 การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค (ต่อ) -ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค -ปัจจัยทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4	4	
บทที่ 6 ระบบข่าวสารและการวิจัยตลาด -ระบบข่าวสารทางการตลาด -ประโยชน์ของระบบข่าวสารทางการตลาด	4	4	
บทที่ 6 ระบบข่าวสารและการวิจัยตลาด (ต่อ) -ความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารทางการตลาดกับการวิจัยตลาด -การวิจัยตลาด	4	4	
บทที่ 7 การส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาด	4	4	
บทที่ 8 การโฆษณา	4	4	
ฝึกปฏิบัตินำเสนอผลงานวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดเพื่อวางแผนงานโฆษณาหรือแก้ปัญหาการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ	4	4	

2.2 หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน

หัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน (ถ้ามี)	นัยสำคัญของหัวข้อที่สอนไม่ครอบคลุมตามแผน	แนวทางชดเชย
ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

2.3 ประสิทธิภาพของวิธีสอนที่ทำให้เกิดผลการเรียนรู้ ตามที่ระบุในรายละเอียดของรายวิชา(มคอ.3)

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิ ผล		ปัญหาการใช้วิธีสอน/ ข้อเสนอในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
1. คุณธรรม จริยธรรม	(1) อาจารย์ผู้สอนสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพในชั้น เรียน (2) ให้ความสำคัญของการมีวินัย การ ตรงต่อเวลา การส่งงานตามกำหนดและ ความซื่อสัตย์ ในการทำกิจกรรมหรืองานที่มอบหมาย (3) อาจารย์ผู้สอนจัดกิจกรรมให้ นักศึกษาทำงานร่วมกัน (4) อาจารย์ประพฤติตนเป็น แบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษา	/		
2. ความรู้	(1) จัดการเรียนการสอนให้ครบถ้วน ตามคำอธิบายรายวิชาโดยเน้นให้มีการบูร ณาการความรู้และทักษะทางวิชาชีพ (2) จัดให้มีการเรียนรู้โดยใช้เหตุการณ์ จริงมาประยุกต์ใช้กับภาคทฤษฎี (3) จัดบรรยายพิเศษโดยวิทยากร ภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญหรือมี ประสบการณ์ตรง (4) จัดให้มีรายวิชาโครงการ/การฝึก ปฏิบัติในสถานประกอบการ	/		
3. ทักษะทาง ปัญญา	(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ ฝึกทักษะด้านการใช้ความคิดและ เทคโนโลยีสมัยใหม่ (2) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ เน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (3) จัดกระบวนการเรียนการสอนที่ฝึก ทักษะการคิดทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม เช่น การจัดทำโครงการ	/		
4. ทักษะความ สัมพันธ์ระหว่าง	(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมี	/		

ผลการเรียนรู้	วิธีสอนที่ระบุใน รายละเอียดของรายวิชา	ประสิทธิ ผล		ปัญหาการใช้วิธีสอน/ ข้อเสนอในการแก้ไข
		มี	ไม่มี	
บุคคลและความ รับผิดชอบ	การสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรม ขององค์กรในรายวิชาต่าง ๆ			
5. ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลข การ สื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	(1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึก ทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอ ผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทาง คณิตศาสตร์และสถิติ			
<p>2.4 ข้อเสนอการดำเนินการเพื่อปรับปรุงวิธีสอน</p> <p>ควรแนะนำให้นักศึกษา มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ติดตามข่าวสารสถานการณ์บ้านเมือง ข่าวการตลาด สถานการณ์โลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม กฎหมาย เทคโนโลยี ที่อาจก่อให้เกิดโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ส่งผลต่อการวิเคราะห์การตลาดเพื่อวางแผนหรือแก้ปัญหาเพื่องานโฆษณา ในกรณีนี้จักเป็นการตอบโจทย์ผลการ เรียนรู้ของนักศึกษาในด้านความรู้ ทักษะทางปัญญาได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น</p>				

หมวดที่ 3 สรุปผลการจัดการเรียนการสอนของรายวิชา

1. จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียน 17 คน
2. จำนวนนักศึกษาที่คงอยู่เมื่อสิ้นสุดภาคการศึกษา 17 คน
3. จำนวนนักศึกษาที่ถอน (W) ไม่มี

4. การกระจายของระดับคะแนน (เกรด)

ระดับคะแนน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
A	3	17.65
B+	0	0.00
B	2	11.76
C+	6	35.29
C	3	17.65
D+	3	17.65
D	0	0.00
F	0	0.00
ไม่สมบูรณ์ (I)	0	0
ผ่าน (P,S)	0	0
ตก (U)	0	0
ถอน (W)	0	0

5. ปัจจัยที่ทำให้ระดับคะแนนผิดปกติ (ถ้ามี) ไม่มี	
6. ความคลาดเคลื่อนจากแผนการประเมินที่กำหนดไว้ ในรายละเอียดรายวิชา	
1) ความคลาดเคลื่อนด้านกำหนดเวลาการประเมิน	
ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	
2) ความคลาดเคลื่อนด้านวิธีการประเมินผลการเรียนรู้	
ความคลาดเคลื่อน	เหตุผล
ไม่มี	
7. การทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา	
วิธีการทวนสอบ	สรุปผล
- กำหนดการทวนสอบรายวิชาฯ โดยสอบถามหรือการสัมภาษณ์นักศึกษาที่สุ่มมา และมีคณะกรรมการทวนสอบรายวิชา	

หมวดที่ 4 ปัญหาและผลกระทบต่อ การดำเนินการ

1. ประเด็นด้านทรัพยากรประกอบการเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัญหาในการใช้แหล่งทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน (ถ้ามี)	ผลกระทบ
ไม่มี	ไม่มี

2. ประเด็นด้านการบริหารและองค์กร

ปัญหาด้านการบริหารและองค์กร (ถ้ามี)	ผลกระทบต่อผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
ไม่มี	ไม่มี

หมวดที่ 5 การประเมินรายวิชา

1.ผลการประเมินรายวิชาโดยนักศึกษา (เอกสารแสดงผลการประเมินฯ)
1.1 ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยนักศึกษา (ประเมินออนไลน์) ค่าเฉลี่ยผลการประเมินการสอน ในรายวิชาเท่ากับ 4.35 คิดเป็น 87.00 %

1.2 ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ1.1 เห็นชอบต่อผลการประเมิน
2. ผลการประเมินรายวิชาโดยวิธีอื่น
2.1. ข้อวิพากษ์ที่สำคัญจากผลการประเมินโดยวิธีอื่นโดยผู้รับผิดชอบรายวิชา ควรจะสร้างกิจกรรมเสริมทักษะนอกสถานที่ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการคิดระดมสมอง ความคิดสร้างสรรค์ในการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดเพื่อการโฆษณา
2.2. ความเห็นของอาจารย์ผู้สอนต่อผลการประเมินตามข้อ2.1 คณะมีข้อจำกัดในด้านงบประมาณรายได้ จึงส่งผลต่อการจัดโครงการพัฒนานักศึกษา การออกนอกสถานที่

หมวดที่ 6 แผนการปรับปรุง

1. ความก้าวหน้าของการปรับปรุงการเรียนการสอนตามที่เสนอในรายงาน / รายวิชาครั้งที่ผ่านมา	
แผนการปรับปรุงที่เสนอในภาคการศึกษา/ปีการศึกษาที่ผ่านมา	ผลการดำเนินการ
ไม่มี	-
2. การดำเนินการอื่น ๆ ในการปรับปรุงรายวิชา ปรับวิธีการสอน เพิ่มกรณีตัวอย่าง ให้นักศึกษาค้นคว้ามากขึ้น จัดกิจกรรมกลุ่มให้ฝึกปฏิบัติเพื่อเสริมทักษะ กระตุ้นให้เกิดความตั้งใจเรียน	

3. ข้อเสนอแผนการปรับปรุงสำหรับภาคการศึกษา/ปีการศึกษาต่อไป

ข้อเสนอ	กำหนดเวลาที่แล้วเสร็จ	ผู้สอน
จัดลำดับความยากง่ายของเนื้อหา และให้โอกาสนักศึกษาทำกิจกรรมเสริม	ก่อนเปิดภาคเรียน	อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ

4. ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ต่ออาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

- สร้างกิจกรรมให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติระดมสมอง วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดทั้งกิจกรรมเฉพาะกิจภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- ควรมีการฝึกหรือกระตุ้นให้นักศึกษาติดตามข่าวสารสถานการณ์บ้านเมืองทั้งด้านเศรษฐกิจ การตลาด การเมือง สังคม กฎหมาย เทคโนโลยี อย่างใกล้ชิดเนื่องด้วยประเด็นดังกล่าวอาจสร้างโอกาสและก่อตัวเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการสื่อสาร การโฆษณาของสินค้า ผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

(อาจารย์สมพงษ์ เส็งมณี)

วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา

(อาจารย์ภารดี พึ่งสำราญ)

วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560