

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 : วิชาแกน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน 4.1 ผู้รับผิดชอบรายวิชา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี 4.2 อาจารย์ผู้สอน : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา อาจารย์สันดุสิตธี ปริงษ์ตระกูล 4.3 กลุ่มเรียนที่ 1 จำนวน 26 คน กลุ่มเรียนที่ 3 จำนวน 38 คน กลุ่มเรียนที่ 2 จำนวน 28 คน กลุ่มเรียนที่ 4 จำนวน 14 คน กลุ่มเรียนที่ 5 จำนวน 16 คน
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ชั้นปีที่ 1 เข้า 62
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี
8. สถานที่เรียน 1132 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

9. วันที่จัดทำรายละเอียดของรายวิชา หรือวันที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด

วันที่ 1 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์**1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

- 1.1 นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในหลักการ และแนวความคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ รวมถึงการศึกษาส่วนผสมทางการตลาดในยุคปัจจุบันและอนาคตได้
- 1.2 นักศึกษาเข้าใจถึงแนวความคิดการสื่อสารการตลาดที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.3 นักศึกษาเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถอธิบายการวางแผนการสื่อสารการตลาดต่อการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายด้วยรูปแบบหรือวิธีการที่หลากหลาย

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 นักศึกษาสามารถประยุกต์ใช้และนำหลักการ แนวความคิดใช้ส่วนผสมทางการตลาดประกอบการอธิบายสถานการณ์การดำเนินงานของธุรกิจสมัยใหม่ได้
- 2.2 นักศึกษาอธิบายและยกตัวอย่างแนวความคิดการสื่อสารการตลาดที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.3 นักศึกษาวางแผนกิจกรรมการสื่อสารการตลาดที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค จากสถานการณ์จริง โดยอาศัยการนำความรู้ หลักการการวางแผนการสื่อสารการตลาดไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

หมวดที่ 3 ส่วนประกอบของรายวิชา**1. คำอธิบายรายวิชา :** ชื่อวิชา หลักการสื่อสารการตลาด (Principles of Marketing Communication)

หลักการและแนวความคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ 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/งาน ภาคสนาม/การ ฝึกงาน	จำนวนคาบ การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย	ปฏิบัติ			
45	- <input type="checkbox"/>	สอนเสริมตามความต้องการของ นักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มี	6 ชั่วโมง/สัปดาห์

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์จะให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

หากนักศึกษามีข้อสงสัยหรือต้องการให้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาดสามารถ
เข้าพบได้ในวันหยุด 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) ประเมินจากควมมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมในรายวิชาเรียน
- (2) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์กับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (3) ประเมินจากพฤติกรรมของนักศึกษาด้านคุณธรรม จริยธรรม

2 ด้านความรู้

2.1 ผลการเรียนรู้ด้านความรู้

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

ในงานจริงได้ (○)

- (4) มีความรู้และทักษะของการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ (○)
- (5) มีประสบการณ์ทางด้านการฝึกปฏิบัติงานทางด้านนิเทศศาสตร์ (○)

2.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

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

2.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้ ประเมินจากผลสัมฤทธิ์แทนการเรียนและการปฏิบัติงานของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ

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

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 การนำเสนองานโดยใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่
- (3) การซักถาม เพื่อรับรู้ถึงการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบของนักศึกษา

4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

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

4.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

(1) จัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการทำงานเป็นกลุ่มและงานที่ต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

(2) สอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กรในรายวิชาต่างๆ

4.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- (1) ประเมินโดยการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาขณะทำกิจกรรมกลุ่ม
- (2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานรายบุคคลและรายกลุ่ม

- (3) ประเมินความสม่ำเสมอการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม
- (4) ประเมินความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

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

5.2 กลยุทธ์การสอนที่ใช้การพัฒนาจากการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- (1) จัดการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกทักษะเทคนิคทางสถิติเพื่อคณิตศาสตร์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- (2) จัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนนำเสนอผลงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางคณิตศาสตร์และสถิติ

5.3 กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

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

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน				
ลำดับ ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	<p>ปฐมนิเทศเกี่ยวกับด้านการเรียนการสอน รายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การสื่อสารและการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสื่อสาร - ความหมายของการสื่อสาร - กระบวนการและองค์ประกอบของ การสื่อสาร - 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 ยกตัวอย่างประกอบการบรรยาย ประเด็นการสื่อสาร องค์ประกอบ การสื่อสาร ความหมายการตลาด ลักษณะความสำคัญ ส่วนประสม การตลาดและการตลาดในยุค ปัจจุบัน โดยให้ นศ.มีส่วนร่วมใน การแสดงความคิดเห็นกับการเรียน การสอน แนะนำสื่อทบทวนการ เรียนรู้จากคลิป การสอนรายวิชา โดย ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT) Internet Notebook Projector เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล
2	<p>บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการสื่อสารการตลาด - รูปแบบการสื่อสารการตลาด - เป้าหมายการสื่อสารการตลาด - ขั้นตอนการสื่อสารการตลาด - กระบวนการสื่อสารการตลาด - การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด - ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายการสื่อสาร การตลาด 	3	<p>กิจกรรม : นศ.นำเสนอความรู้หน้า ชั้นเรียนจากการอ่านทบทวน บทที่ 2 การสื่อสารการตลาด ผู้สอนยก ตัวอย่างกรณีศึกษากระบวนการ สื่อสารการตลาด การวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมาย การสร้างสาร การเลือกใช้เครื่องมือสื่อสาร การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จต่อ การสื่อสารการตลาด วีดิโอจาก</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล

	<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาด - การสร้างสารเพื่อการสื่อสารการตลาด - การเลือกเครื่องมือการสื่อสารการตลาด - การประเมินผลการสื่อสารการตลาด - กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด - สรุปบทเรียน 		<p>YouTube พร้อมการบรรยายจาก PPT ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Internet Notebook Projector</p> <p>YouTube เอกสารประกอบการสอน รายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด</p>	
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
3	<p>บทที่ 3 การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิวัฒนาการ - ความหมาย - องค์ประกอบ - ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง - ความสำคัญ - การวัดประสิทธิภาพ - ขั้นตอนการวางแผน - เครื่องมือ - หลักเกณฑ์การผสมผสานเครื่องมือ - การเลือกใช้เครื่องมือ - สรุปบทเรียน 	3	<p>กิจกรรม : บรรยายจาก PPT ชี้แจงกิจกรรมงานกลุ่มการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรบูรณาการ การท่องเที่ยววังสวนบ้านแก้วและ ศิลปวัฒนธรรม พร้อมทั้งการนำหลักการ แนวคิดจากบทที่ 3 ประกอบการจัดทำ PPT ในการนำเสนอช่วงปลายภาคก่อนสอบ 1 อาทิตย์ โดยผู้สอนพิจารณาจาก ทฤษฎี การวัด การผสมผสานเครื่องมือในการดำเนินงานกิจกรรม นั้นๆ ตัวอย่างประกอบการอธิบาย การจัดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร www.google.com ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Internet Notebook Projector</p> <p>YouTube www.google.com เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล</p>
4	<p>บทที่ 4 พฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน - ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค - ศาสตร์พื้นฐานของพฤติกรรมผู้บริโภค - ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค - การประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 	3	<p>กิจกรรม : การบรรยาย PPT พร้อมยกตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจากฐานการสำรวจความต้องการ www.eta.or และ www.nso.go.th ตัวอย่างงานวิจัย นิเทศศาสตร์ต่อการศึกษาปัจจัยรูปแบบ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค การอภิปรายร่วมกันระหว่างผู้สอนและนศ. พร้อม</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค - รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ - สรุบบทเรียน 		<p>เชื่อมโยงมายังเนื้อหาบทที่ 4 กับ การพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคกับการสื่อสารการตลาดจากปีที่ผู้วิจัยศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปัจจุบันนี้</p> <p>ผู้สอนสรุบบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Internet Notebook Projector</p> <p>YouTube www.etcha.or</p> <p>www.nso.go.th</p> <p>เอกสารประกอบการสอนรายวิชา</p> <p>หลักการสื่อสารการตลาด</p>	
ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียน การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
5	<p>บทที่ 5 การโฆษณา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการโฆษณา - วัตถุประสงค์ของการโฆษณา - ลักษณะเฉพาะของการโฆษณา - บทบาทหน้าที่ของการโฆษณา - ประเภทของการโฆษณา - วัฏจักรโฆษณา - การสร้างสรรค์งานโฆษณา - บริษัทตัวแทนโฆษณา - การวางแผนรณรงค์การโฆษณา - ข้อดีและข้อเสียของการโฆษณา - สรุบบทเรียน 	3	<p>กิจกรรม : ชมกรณีศึกษาจากคลิปวิดีโอการโฆษณาของประเทศ AEC นศ.วิเคราะห์วัตถุประสงค์ บทบาทหน้าที่ ประเภทการโฆษณาจากตัวอย่างประเทศในคลิป ผู้สอนบรรยาย PPT เพิ่มเติมประกอบความเข้าใจต่อการสร้างสรรค์การโฆษณา การศึกษาโครงสร้างตัวอย่างบริษัทตัวแทนโฆษณาและการวางแผนรณรงค์การโฆษณา</p> <p>www.sim&soncommunication</p> <p>ผู้สอนสรุบบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Internet Notebook Projector</p> <p>video clip www.sim&soncommunication</p> <p>เอกสารประกอบการสอนรายวิชา</p> <p>หลักการสื่อสารการตลาด</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธีร์ บริวรงค์ตระกูล</p>
6	<p>บทที่ 6 การส่งเสริมการขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการส่งเสริมการขาย 	3	<p>กิจกรรม : นศ.นำเสนอการส่งเสริมการขายต่อผู้ทรงคุณวุฒิ รายบุคคล พร้อมแนะนำเพื่อการพัฒนา โดยมีเกณฑ์การพิจารณา คือ ทักษะการสื่อสาร และการสร้างสรรค์ ผู้สอน</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธีร์ บริวรงค์ตระกูล</p>
7	<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย - ประเภทของการส่งเสริมการขาย - การวางแผนการส่งเสริมการขาย 	3		

	<ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคและเครื่องมือการส่งเสริมการขาย - การประเมินผลการส่งเสริมการขาย - อุปสรรคการใช้การส่งเสริมการขาย - ข้อดีและข้อเสียของการส่งเสริมการขาย - สรุปบทเรียน 		<p>บรรยายเพิ่มเติม PPT เนื้อหา</p> <p>การส่งเสริมการขาย เทคนิควิธีการ</p> <p>การประเมิน ปัญหาอุปสรรคการ</p> <p>ส่งเสริมการขาย ยกตัวอย่างข่าว</p> <p>การตลาดการส่งเสริมการขายสินค้า</p> <p>และการบริการ ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : สื่อบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิ</p> <p>PowerPoint (PPT) Notebook</p> <p>Projector เว็บไซต์ข่าวออนไลน์</p> <p>เอกสารประกอบการสอนรายวิชา</p> <p>หลักการสื่อสารการตลาด</p>	
8	บทที่ 7 การประชาสัมพันธ์	3	<p>กิจกรรม : นศ.เข้าร่วมและนำความรู้</p> <p>จากบทที่ 7 การประชาสัมพันธ์</p> <p>ประกอบการบูรณาการกิจกรรมรับ</p> <p>นักท่องเที่ยวลู่วิ่งสวนบ้านแก้ว</p> <p>และร่วมงานศิลปวัฒนธรรมกับชุมชน</p> <p>ในการสร้างภาพลักษณ์การ</p> <p>ประชาสัมพันธ์สำหรับการสื่อสาร</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล</p>
9	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการประชาสัมพันธ์ - วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ - ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ - ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร 	3		
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวนชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนสื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - เครื่องมือการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - การประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารการตลาด - กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ - ข้อดีและข้อเสียของการประชาสัมพันธ์ - สรุปบทเรียน 		<p>การตลาดสถาบัน ผู้สอนบรรยาย</p> <p>PPT เนื้อหาและชี้มุมมองกรณีศึกษา</p> <p>การประชาสัมพันธ์และ</p> <p>การดำเนินงาน ข้อดีข้อเสียใน</p> <p>การประยุกต์ในสถานการณ์จริง</p> <p>ผู้สอนสรุปบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : สถานที่จริง PowerPoint (PPT) Notebook Projector</p> <p>เอกสารการบรรยาย เอกสาร</p> <p>ประกอบการสอนรายวิชาหลัก</p> <p>การสื่อสารการตลาด</p>	
10	บทที่ 8 การขายโดยบุคคล	3	<p>กิจกรรม : บรรยาย PPT ยกตัวอย่าง</p> <p>พร้อมด้วยกรณีศึกษาการขายโดย</p> <p>บุคคลของสินค้าและการบริการ นศ.</p> <p>แสดงบทบาทสมมุติฐานการขาย</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธี บรวิงษ์ตระกูล</p>
11	<ul style="list-style-type: none"> - ความหมายการขายโดยบุคคล - บทบาทของการขายโดยบุคคล - หน้าที่การขายโดยบุคคล 	3		

	<ul style="list-style-type: none"> - ประเภทของการขาย - คุณสมบัติการขายโดยบุคคลที่ดี - กระบวนการขายโดยบุคคล - การจัดการหน่วยการขาย - ความจำเป็นในการใช้การขายโดยบุคคล - การขายให้ประสบความสำเร็จ - ข้อดีและข้อเสียของการขายโดยบุคคล - สรุบบทเรียน 		<p>โดยบุคคล ผู้สอนอธิบายหน้าที่ บทบาท ประเภท กระบวนการขาย โดยบุคคลที่ประสบความสำเร็จ บุคคลตัวอย่างนักขายระดับโลก Frank Bettger ผู้สอนสรุบบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Notebook Projector Internet</p> <p>บทความการขาย เอกสาร ประกอบการสอนรายวิชาหลัก การสื่อสารการตลาด</p>	
12	<p>บทที่ 9 การตลาดทางตรง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการตลาดทางตรง 	3	<p>กิจกรรม : นศ.ฟังการบรรยายและ ประสบการณ์ตรงจากวิทยากรกับการสื่อสารการตลาดทางตรงสู่ผู้บริโภค บริษัทโอลันลา ทัวร์ จันทบุรี</p> <p>ผู้สอนบรรยาย PPT เพิ่มเติม พร้อมชมคลิปวิดีโอการใช้เครื่องมือ การตลาดทางตรงผ่าน www.facebook.com</p> <p>ผู้สอนสรุบบทเรียน</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธีร์ ปรีวงษ์ตระกูล</p>
13	<ul style="list-style-type: none"> - ความสำคัญของการตลาดทางตรง - ปัจจัยที่ทำให้การตลาดทางตรงเติบโต - ฐานข้อมูลสำหรับการตลาดทางตรง - เครื่องมือการตลาดทางตรง - การวางแผนการตลาดทางตรง - กลยุทธ์การสร้างสรรคการตลาดทางตรง - ข้อดีและข้อเสียของการตลาดทางตรง - สรุบบทเรียน 	3		
สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
			<p>สื่อที่ใช้ : www.facebook.com</p> <p>PowerPoint (PPT) Notebook Projector Internet Line</p> <p>เอกสารประกอบการสอนรายวิชา หลักการสื่อสารการตลาด</p>	
14	<p>บทที่ 10 การจัดกิจกรรมทางการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมทางการตลาด 	3	<p>กิจกรรม : นศ.นำเสนอแนวคิด ลักษณะ และจุดมุ่งหมายการจัด กิจกรรมทางการตลาดที่ตนเองสนใจ</p> <p>เสนอหน้าชั้นเรียน การวิเคราะห์ ประเด็นทางการตลาด พร้อมด้วย</p>	<p>ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา</p> <p>อ.สันดุสิตธีร์ ปรีวงษ์ตระกูล</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - จุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมทางการตลาด - หลักสำคัญในการจัดกิจกรรมทางการตลาด - รูปแบบการจัดกิจกรรมทางการตลาด 		<p>PPT ผู้สอนสอดแทรกหลักการและรูปแบบที่ส่งผลให้การจัดกิจกรรมทางการตลาดมีความน่าสนใจและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค</p> <p>ผู้สอนสรุปทบทเรียน</p> <p>สื่อที่ใช้ : PowerPoint (PPT)</p> <p>Notebook Projector</p> <p>เอกสารประกอบการสอนรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาด</p>	
15	ศึกษาดูงานด้านการสื่อสารการตลาดน้ำอโยธยา/เนชั่น/ช่อง 3	<input type="checkbox"/> 3	<p>กิจกรรม : นศ.เข้าร่วมศึกษาดูงานการสื่อสารการตลาด นศ.สรุปสาระสำคัญจากการศึกษาดูงานและนำความรู้ที่ได้รับจากบทเรียนรายวิชาหลักการสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาดูงานตามประเด็นดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ด้านคุณธรรม จริยธรรม - ด้านทักษะทางปัญญา - ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ - ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ <p>สื่อที่ใช้ : สถานที่จริง</p>	ผศ.อภิวรรณ ศิรินันทนา อ.สันดุสิตธ์ บรวิงษ์ตระกูล
16	สอบปลายภาค			
	รวม	45		

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้*	กิจกรรมการประเมิน (เช่น การเขียนรายงาน โครงการ การสอบย่อย การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค)	กำหนดการประเมิน (สัปดาห์ที่)	สัดส่วนของการประเมินผล
1.1(1),(4)	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วมในชั้นเรียนและ	ตลอดภาคการศึกษา	10%

	กิจกรรมนอกชั้นเรียน		
2.1(1)	สอบกลางภาค	10	20%
	สอบปลายภาค	16	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

กัณฑ์ศิษย์ เลิศไพโรจน์. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1 .พิมพ์ที่ บริษัท

ไอ เอ็ม บัคส์ 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.

ประวดี เพียรเจริญ.กลยุทธ์การตลาดลงเทล.กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1. พิมพ์ที่ สำนักพิมพ์

สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), 2551.

ภานุ ลิมมานนท์. กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 2.พิมพ์ที่

บริษัท ภารินทร์ จำกัด,2550.

รณชัย คงสกันธ์. คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่ ธรรมกล

การพิมพ์ ,2549.

วิภาจรี นิธินากร (แปล). ทำแผนการตลาดแบบมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1.พิมพ์ที่

บริษัทเกียวด เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส จำกัด,2550.

American Marketing Associations .2004. **Marketing definition.** (Online) . Available

<http://www.marketingpower.com/mgdictionary.ppp?searchfor=marketingz&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.co.th
	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน)	http://www.etcha.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

1.3 แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา

- (1) แบบประเมินอาจารย์ผู้สอนและเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน
- (2) แบบประเมินรายวิชา และเอกสารรายงานที่สรุปผลการประเมิน

1.4 ข้อเสนอแนะผ่านเว็บ ที่อาจารย์ผู้สอนได้จัดทำเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักศึกษา

หลักฐานที่จะใช้ประเมินผลตาม มคอ.5 เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก ห้องพักอาจารย์ E-mail REG ฯลฯ

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน**2.1 การสอนเป็นไปในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ**

<p>- มีการบรรยายถึงเนื้อหาหลักและแนะนำให้ผู้เรียนค้นคว้าหรือทำความเข้าใจลึกๆด้วยตนเอง และ/หรือมีการฝึกปฏิบัติพร้อมทั้งแนะนำ</p> <p>2.2 การสอนหลักการหรือทฤษฎีและกฎเกณฑ์ต่างๆ</p> <p>- เพื่อทดลองปฏิบัติจริงและใช้เครื่องมือด้วยตนเองโดยสอนสอดแทรกเนื้อหา/กิจกรรมที่ส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการเรียนรู้ การนำเสนอ และการอภิปราย โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารกับผู้อื่น</p> <p>2.3 การวัดและประเมินการสอน</p> <p>- การกำหนดวิธีวัดผลการศึกษา โดยอิงมาตรฐานกลุ่มหรืออิงเกณฑ์</p> <p>- การสังเกตโดยอาจารย์ผู้สอนจากการที่นักศึกษาเข้ามาขอคำปรึกษา</p>
<p>3. การปรับปรุงการสอน</p> <p>3.1 หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยจัดกิจกรรมในการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงการสอน ดังนี้</p> <p>- สาขาวิชา กำหนดให้ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลรายวิชาแล้วจัดทำรายงานผลดำเนินการรายวิชา(มคอ.5) ตามที่ สกอ.กำหนดให้จัดทำทุกภาคการศึกษา(ภายใน 30 วัน/เทอม)</p> <p>- สาขาวิชา ส่งเสริมให้อาจารย์ประจำทุกคนได้รับการพัฒนาทางวิชาการ และ/หรือวิชาชีพอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง</p> <p>- สาขาวิชาและคณะวิชา จัดให้มีการประชุม/สัมมนากับอาจารย์ผู้สอนเพื่อปรึกษาหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและวิธีการปรับปรุง/แก้ไขหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น</p>
<p>4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา</p> <p>ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา 5 ด้าน โดยสอบถามนักศึกษาหรือสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงผลการทดสอบย่อย ดังนี้</p> <p>4.1 การแต่งตั้งคณะกรรมการทวนสอบฯ เพื่อตรวจสอบผลการประเมิน ”ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน” ของนักศึกษา โดยการตรวจสอบกระบวนการเรียน-การสอนรายวิชานั้นๆ เช่น ตรวจ มคอ.3 เนื้อหาในรายวิชาและสื่อการสอน รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน/เอกสารคำสอน/ตำราที่ใช้ประกอบการสอน (ที่ระบุไว้ในหมวดที่6 ข้อ1)</p> <p>4.2 การตรวจสอบข้อสอบ ตรวจรายงาน (ชิ้นงานตามจุดดำ) และวิธีการให้คะแนนสอบ การให้คะแนนพฤติกรรม และการให้คะแนน ตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลรายวิชาตามที่กำหนดไว้ รวมทั้งพิจารณาจากผลการทดสอบย่อยหรือกลางภาคเรียนและการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการเรียนรายวิชา</p> <p>4.3 การทวนสอบผลการเรียนรายวิชา มีทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้รายวิชา(ที่สุ่มมา25%)</p>

ดังนี้

(1) การทวนสอบการให้คะแนน การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์

(2) การสอบถาม/สัมภาษณ์นักศึกษาเพื่อพิจารณาผลเรียนรู้ในรายวิชา โดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ เพื่อตรวจสอบผลประเมิน”ผลการเรียนรู้ 5 ด้าน”และพฤติกรรมนักศึกษา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

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

5.1 การปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและบูรณาการของรายวิชาทุกภาคการศึกษา/ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบรายวิชาฯในมาตรฐานผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษาตาม ข้อ4

5.2 การเชิญวิทยากร/อาจารย์ผู้สอนคนอื่นๆ เพื่อเข้าร่วมสอน เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้เพิ่มหรือมีมุมมองในเรื่องประสบการณ์หรือการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากผลงานวิจัย/ประสบการณ์วิทยากรฯ

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จำเริญ คังคะศรี)

วันที่ 1 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา)

วันที่ 1 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562

ลงชื่อ..... อาจารย์ผู้สอนรายวิชา

(อาจารย์สันดุสิตี บรวิงษ์ตระกูล)
วันที่ 1 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562