**ojk**



**รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)**

**รหัสวิชา** CIM๑๑๐๓ **รายวิชา** หลักการตลาด

**สาขาวิชา** การจัดการระบบสารสนเทศเพื่อธุรกิจ

**คณะ/วิทยาลัย** นวัตกรรมและการจัดการ **มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**

**ภาคการศึกษา** ๑ **ปีการศึกษา** ๒๕๖๔

**หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**

**๑. รหัสและชื่อรายวิชา**

รหัสวิชา CIM๑๑๐๓

ชื่อรายวิชาภาษาไทย หลักการตลาด

ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Principle of Marketing

**๒. จำนวนหน่วยกิต** ๓ (๓-๐-๖)

**๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**

๓.๑ หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต

๓.๒ ประเภทของรายวิชา วิชาเฉพาะด้าน

**๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์นฤมล ชมโฉม

๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์นฤมล ชมโฉม

**๕. สถานที่ติดต่อ** อาคาร ๓๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา / email : narumon.ch@ssru.ac.th

**๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน**

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑ / ชั้นปีที่ ๑

๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๓๐ คน

**๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite)** (ถ้ามี) …...............................................................

**๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites)**(ถ้ามี)…...............................................................

**๙. สถานที่เรียน** อาคาร 37 ห้อง 3733

**๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง** วันที่ ๑๕​ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๔

**รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด**

**หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์**

**๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

๑.๑ เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญ และแนวความคิดทางการตลาด รวมทั้งศึกษาถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด รวมทั้งศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

๑.๒ เพื่อให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด ทั้งภายในและภายนอก ณ ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้

๑.๓ เพื่อให้นักศึกษาสามารถเขียนกลยุทธ์ทางการตลาด และเขียนแผนการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของธุรกิจในปัจจุบันได้

๑.๔. เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ด้านการตลาดไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และปรับใช้ในธุรกิจ

๑.๕ เพื่อให้นักศึกษามีความรับผิดชอบต่อการทำงาน และสามารถร่วมทำงานเป็นทีม

๑.๖ เพื่อให้นักศึกษามีเจตคติที่ดีต่อวิชาการตลาด

๑.๗ เพื่อให้นักศึกษามีทักษะมีการพัฒนาตนเองและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

**๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา**

๒.๑ เพื่อให้รายวิชาสอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในสถานการณ์ยุคโควิด-19

๒.๒ เพื่อจัดแผนการเรียนรู้ ให้มีความสอดคล้องกับผู้เรียน และสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๓ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับ มาพัฒนาการทำงานอย่างเหมาะสม

**หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ**

**๑. คำอธิบายรายวิชา**

ความหมาย และความสำคัญของการตลาด ในฐานะเป็นกิจกรรมหลักทางธุรกิจอย่างหนึ่งโดยกล่าวถึงแนวทางการศึกษา แนวความคิดหรือปรัชญาทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด ระบบการตลาด และเป้าหมาย แรงจูงใจ พฤติกรรมผู้บริโภค ประเภทของตลาด และเครื่องมือทางการตลาดอื่นๆ

**๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **บรรยาย**  **(ชั่วโมง)** | **สอนเสริม**  **(ชั่วโมง)** | **การฝึกปฏิบัติ/งาน**  **ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)** | **การศึกษาด้วยตนเอง**  **(ชั่วโมง)** |
| บรรยาย ๔๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา | สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย | ไม่มี | การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |

**๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล**

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น *๑ ชั่วโมง / สัปดาห์*)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๓ อาคาร ๓๗ คณะ/วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๖ ๖๖๐๗๙๖๙

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) [narumon.ch@ssru.ac.th](mailto:narumon.ch@ssru.ac.th), [chomchom\_na@hotmail.com](mailto:chomchom_na@hotmail.com)

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

https://www.facebook.com/narumon.chomchom

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) <http://www.teacher.ssru.ac.th/narumon_ch/>

**หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา**

**๑. คุณธรรม จริยธรรม**

**๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา**

🞅 (๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต

● (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

🞅 (๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักด์ศรีของความเป็นมนุษย์

**๑.๒ วิธีการสอน**

(๑) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ

เพื่อเป็นแบบอย่างแก่นักศึกษา

(๒) อภิปรายกลุ่ม

**๑.๓ วิธีการประเมินผล**

(๑) นักศึกษาเข้าเรียนไม่ต่ำกว่า ๘๐% ของชั่วโมงเรียนตลอดภาคการศึกษา

(๒) ส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

(๓) มีการอ้างอิงเอกสารที่ได้นำมาทำรายงาน อย่างถูกต้องและเหมาะสม

(๔) ประเมินผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา

(๕) ไม่มีการทุจริตการสอบ

**๒. ความรู้**

**๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

● (1) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา

🞅 (2) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและต่อยอดองค์ความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

🞅 (3) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

**๒.๒ วิธีการสอน**

บรรยาย ปฏิบัติ อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอ และการจัดทำโครงงานเพื่อให้ผู้เรียนได้นำความรู้ที่ได้ศึกษามาใช้ การศึกษาโดยผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง รู้จักการการค้นคว้าด้วยตนเองโดยมีอาจารย์เป็นผู้ให้คำแนะนำ (การสอนแนวพี่เลี้ยง อาจารย์จะทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงโดยให้นักศึกษาค้นคว้าเนื้อหาที่เกี่ยวกับบทเรียน โดยมีอาจารย์คอยแนะนำ)

**๒.๓ วิธีการประเมินผล**

(๑) สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดด้านความเข้าใจมากกว่าท่องจำ

การวิเคราะห์และการประยุกต์ใช้

(๒) ประเมินผลจากรายงานหรือโครงงานที่มอบหมาย

(๓) วิเคราะห์กรณีศึกษา

**๓.ทักษะทางปัญญา**

**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

🞅 (๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

● (๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา

🞅 (๓) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

**๓.๒ วิธีการสอน**

(๑) การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงงานพิเศษ และนำเสนอ

(๒) อภิปรายกลุ่มและสรุปแนวคิดของนักศึกษา

(๓) ฝึกให้วิเคราะห์ปัญหาจากกรณีศึกษาที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยให้ไปค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ

(๔) การฝึกปฏิบัติจริง

**๓.๓ วิธีการประเมินผล**

สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานเพื่อวัดความเข้าใจและความสามารถในการประยุกต์ และการทำโครงงานของนักศึกษา

**๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

🞅 (๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย

🞅 (๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม

🞅 (๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องได้เป็น อย่างดี

**๔.๒ วิธีการสอน**

(๑) มอบหมายงานกลุ่มในการจัดทำโครงงาน

(๒) มอบหมายงานรายกลุ่ม เช่น เทคนิคใหม่ในงานทางด้านการวิเคราะห์และออกแบบระบบ

การนำเสนอรายงานและโครงงาน

**๔.๓ วิธีการประเมินผล**

(๑)ประเมินจากโครงงาน การนำเสนอโครงงาน และพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม

(๒) การประเมินโครงงานและรายงานจากเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน โดยมีแบบฟอร์ม

**๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**

**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

🞅 (๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม

● (๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

🞅 (๓) สามารถเลือกและใช้เทคโนสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

**๕.๒ วิธีการสอน**

(๑) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน e-learning

โดยเน้นการอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือทั้ง ภาครัฐและเอกชน

(๒) นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

**๕.๓ วิธีการประเมินผล**

(๑) การจัดทำรายงานการตลาด และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ

(๒) การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปรายในห้องเรียน

**๖. ด้านอื่นๆ**

(๑) ……………………………………………………………………..…………………………………

(๒) ……………………………………………………………………..…………………………………

(๓) ……………………………………………………………………..…………………………………

(๔) ……………………………………………………………………..…………………………………

(๕) ……………………………………………………………………..…………………………………

**หมายเหตุ**

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ 🞅 หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฎอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

**หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**

1. **แผนการสอน**

| **สัปดาห์ที่** | **หัวข้อ/รายละเอียด** | **จำนวน(ชม.)** | **กิจกรรมการเรียน**  **การสอน/สื่อที่ใช้** | **ผู้สอน** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **๑** | - ความหมายและความสำคัญของการตลาด  - แนวความคิดทางการตลาด  - ปรัชญาทางการตลาด | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๒** | - ระบบการตลาด | **๓** | -การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา  - Google Meet  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๓** | - สิ่งแวดล้อมทางการตลาด | **๓** | -การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา  - Google Meet  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๔** | - สภาพแวดล้อมทางการตลาด | **๓** | -การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา  - Google Meet  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๕** | - ส่วนแบ่งตลาด  - การเลือกกลุ่มเป้าหมาย  - การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ | **๓** | -การเรียนรู้แบบกรณีศึกษา  - Google Meet  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๖** | - พฤติกรรมผู้บริโภค | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๗** | - แรงจูงใจ | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๘** | สอบกลางภาค | **๓** |  | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๙** | - ส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๐** | - ส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๑** | - ส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๒** | - ส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๔-๑๕** | - กลยุทธ์การตลาด | **๖** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๖** | - เครื่องมือทางการตลาดอื่นๆ | **๓** | - บรรยาย ถาม-ตอบคำถาม/PPT  - Google Classroom  อาจารย์ ลงพื้นที่ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมในการวิจัย | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |
| **๑๗** | สอบปลายภาค | **๓** |  | **อาจารย์นฤมล ชมโฉม** |

**๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้**

( *ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา*

*(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ผลการเรียนรู้** | **วิธีการประเมินผล**  **การเรียนรู้** | **กลยุทธ์** | **สัปดาห์ที่ประเมิน** | **สัดส่วนของ**  **การประเมินผล** |
| - มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม (A) | - แบบสังเกต | ใช้การสนทนา  อภิปรายแลกเปลี่ยน | ๑-๑๕ | ๑๐ |
| - มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา (K) | - แบบทดสอบอัตนัย  - แบบทดสอบเลือกตอบ | ใช้กรณีศึกษาและอภิปรายผล | ๘,๑๕ | ๖๐ |
| - สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา | - ใช้วิธีการทดสอบโดยใช้แบบสอบถาม อัตนัย  - ใช้วิธีการนำเสนองาน | ใช้กรณีศึกษาและอภิปรายผล | ๕,๑๑,๑๒ | ๒๐ |
| - สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (P) | - ใช้วิธีการวัดภาคปฎิบัติโดยใช้แบบสังเกต  - ใช้วิธีประเมินผลงาน แฟ้มสะสมงาน | ฝึกปฏิบัติการใช้เทคโนโลยี | ๑๑-๑๒ | ๑๐ |

**หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน**

**๑. ตำราและเอกสารหลัก**

๑) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (๒๕๔๓). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิลม์ และไซเท็กซ์.

**๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ**

๑) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๒) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๓) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๔) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๕) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๖) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๗) …………………………………………………………………………………………………………………………..

๘) …………………………………………………………………………………………………………………………..

**๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ**

๑) <https://www.facebook.com/marketeermagazine?fref=ts>

๒) http://www.thaimarketingguru.com/

**หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**

**๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

ให้นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ได้แก่ วิธีการสอนออนไลน์ การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอาจารย์และแนวทางการเรียนการสอนแบบ ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

**๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน**

ประเมินโดยวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมิน หรือจากการสังเกตการสอนโดยอาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชา และผลการเรียนของนักศึกษา

**๓. การปรับปรุงการสอน**

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชานั้นทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์ และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานเมื่อสอนจบภาคเรียน

**๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา**

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา เช่น การสอบ pre-test และ post-test

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

สาขามีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานรายวิชา เสนอต่อที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงพร้อมนำเสนอวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

**\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\***

**แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)**

**ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **รายวิชา** | **คุณธรรม จริยธรรม** | | | **ความรู้** | | | **ทักษะทางปัญญา** | | | **ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ** | | | **ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ** | | | **ทักษะด้านอื่น ๆ** |
| ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง | | | | | | | | | | | | | | |  |
| **หมวดวิชาศึกษาทั่วไป** | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ | ๑ | ๒ | ๓ |  |
| **รหัสวิชา**  CIM ๑๑๐๓ | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ● | ○ |  |
| **ชื่อรายวิชา** หลักการตลาด |
|  |

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ