

**รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)****รหัสวิชา MTM2203 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่****สาขาวิชาการจัดการการค้า วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา****ภาคการศึกษา 2 ปีการศึกษา 2564****หมวดที่๑ ข้อมูลทั่วไป****๑. รหัสและชื่อรายวิชา**

รหัสวิชา	MTM2203
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Integrated Marketing Communication Strategy

**๒. จำนวนหน่วยกิต**

๓ (๐-๖-๓)

**๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา**

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเฉพาะด้าน

**๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน**

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์วรีญา คลังแสง
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์วรีญา คลังแสง

**๕. สถานที่ติดต่อ**อาคาร 37 ชั้น 3 / E – Mail [wareeya.kh@ssru.ac.th](mailto:wareeya.kh@ssru.ac.th)**๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน**

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	2 / 2564 /
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ 30 คน

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

-

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

-

**๙. สถานที่เรียน**

ห้อง 2831 , Google Meet , Google Classroom

**๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง**

วันที่ 1 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนมีรู้และความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตรวมถึงกลยุทธ์การสร้างลูกค้าสัมพันธ์ และรูปแบบการตลาดสมัยใหม่

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนสามารถฝึกปฏิบัติการเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตรวมถึงกลยุทธ์การสร้างลูกค้าสัมพันธ์ และรูปแบบการตลาดสมัยใหม่

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

ปฏิบัติการด้านการสื่อสารทางการตลาด การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม แนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการเขียนแผนการตลาดอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพเพื่อการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโตรวมถึงกลยุทธ์การสร้างลูกค้าสัมพันธ์ และรูปแบบการตลาดสมัยใหม่

An operation on modern marketing concepts for strategic decisions, marketing communication concepts, environmental analysis, market trends and consumer behavior, selecting target market and determining strategic product positioning, communication, product and service development strategy, pricing strategy, distribution strategy and public relations strategy to create a competitive advantage, developing a creative and effective marketing plan for business growth including customer relationship strategy and modern marketing methods

## ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
30 ชั่วโมง/1ภาค การศึกษา	ตามความต้องการของ นักศึกษา	30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	75 ชั่วโมง ต่อภาคเรียน

## ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง 3 ชั้น 3 อาคาร 37 วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

๓.๒ ปรึกษามานโทรศัพทท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข 0851491091

๓.๓ ปรึกษามานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) wareeya.kh@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษามานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) -

๓.๕ ปรึกษามานเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) -

## หมวดที่๔การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

## ๑.คุณธรรม จริยธรรม

## ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูง ทั้งต่อตนเอง วิชาชีพ และสังคม
- (๒) แสดงความซื่อสัตย์สุจริตอย่างสม่ำเสมอ
- (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม
- (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม

## ๑.๒ วิธีการสอน

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กร เพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มนั้นต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น เป็นต้น นอกจากนี้ อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการสอนทุกรายวิชาตลอดจนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่นักศึกษารวม ทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม

## ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานที่ได้รับมอบหมาย และการร่วมกิจกรรม
- (๒) ประเมินจากการมีวินัยและความพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร
- (๓) ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอบ
- (๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

**๒. ความรู้****๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา**

- (๑) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านการจัดการการค้า
- (๒) สามารถนำไปประยุกต์ในกิจกรรมด้านการจัดการการค้าได้
- (๓) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการค้า และสามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นพื้นฐานของการจัดการการค้าได้

**๒.๒ วิธีการสอน**

ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้น ๆ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็นวิทยากรพิเศษเฉพาะเรื่องตลอดจนฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

**๒.๓ วิธีการประเมินผล**

ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ คือ

- (1) การทดสอบย่อย
- (2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- (3) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาทำ
- (4) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- (5) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- (6) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์

**๓. ทักษะทางปัญญา****๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ในสถานการณ์จริง
- (๒) สามารถแก้ปัญหาด้านการจัดการการค้าได้โดยนำหลักการต่างๆ มาอ้างอิงได้อย่างเหมาะสม
- (๓) มีความใฝ่หาความรู้

**๓.๒ วิธีการสอน**

- (1) ในการเรียนการสอน ต้องฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ต้องจัดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับรายวิชา
- (2) จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง
- (3) ให้มีการปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

**๓.๓ วิธีการประเมินผล**

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

**๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ****๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์การที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- (๔) มีภาวะผู้นำในการทำงาน

**๔.๒ วิธีการสอน**

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นกลุ่มตลอดจนมีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กรเข้าไปในรายวิชาต่างๆ

**๔.๓ วิธีการประเมินผล**

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

**๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ****๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีทักษะการใช้ภาษาไทยในการอธิบายหลักการและสถานการณ์ ตลอดจนการสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำเสนอรายงาน
- (๓) มีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในอันที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ตลอดจนนำเสนอข้อมูลโดยใช้คณิตศาสตร์หรือสถิติ
- (๔) ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

**๕.๒ วิธีการสอน**

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติในหลากหลายสถานการณ์

**๕.๓ วิธีการประเมินผล**

- (1) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคณิตศาสตร์และสถิติ
- (2) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆที่มีการนำเสนอต่อ

ชั้นเรียน

## ๖. ด้านอื่นๆ

หมายเหตุ

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

## ๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
1	แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาด ความหมาย ลักษณะของ การสื่อสารการตลาด	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วริญา คลังแสง
2	ทฤษฎีการสื่อสาร	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วริญา คลังแสง
3	พฤติกรรมผู้บริโภค	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting ซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	อ.วริญา คลังแสง
4	การโฆษณา	4	1ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วริญา คลังแสง
5	การประสัมพันธ์	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วริญา คลังแสง
6	การส่งเสริมการขาย	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วริญา คลังแสง

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
7	การขายโดยบุคคล	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
8	สอบกลางภาค			
9	การตลาดทางตรง	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
10	การบริหารตราสินค้า	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
11	การสื่อสารทางการตลาด	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
12	การตลาดสมัยใหม่	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
13	การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง
14.	การประเมินผลการตลาด	4	ประกอบการสอนและสื่อมัลติมีเดีย - Google Meet - Google Classroom - Zoom Meeting	อ.วีริญา คลังแสง



ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
15	นำเสนองานกลุ่ม			
16	สอบปลายภาค			

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
การมีส่วนร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน	๑-๗ ๙-๑๖	๑๐%	การมีส่วนร่วม 10%
วิเคราะห์กรณีศึกษา,แบบฝึกหัด, นำเสนองานกลุ่ม/รายบุคคล	๑-๗ ๙-๑๖	๓๕%	รายงานกลุ่ม 10% นำเสนอรายงานเดี่ยว 1๕% แบบฝึกหัด 10% หรือ วิเคราะห์กรณีศึกษา 10%
การสอบกลางภาค	๘	๑๕%	๑๕%
การสอบกลางภาค	๑๗	๔0%	๔๐%

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ผศ.ดร. นธกฤต วันตะเมธ. (2555). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

๒) ศ.ดร., เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด : Integrated Marketing Communication.

กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด(มหาชน)

๓) ผศ. ชื่นจิตต์ แจ่มเงินกิจ. (2554). ไอเอ็มซี การสื่อสารการตลาดแนวใหม่. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) สโรจ เลหาศิริ. (2564). Seamless Marketing Communication สื่อสารการตลาดแบบไร้รอยต่อ. กรุงเทพฯ : Shortcut

๒) ผศ.ดร. อลิสร่า รุ่งนันทรัตน์ ชรินทร์สาร .(2560). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ : ต่อให้ติดใกล้ชิดผู้บริโภคในโลกไร้รอยต่อ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

## หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินผู้สอนและประเมินรายวิชา

การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

ให้ข้อเสนอแนะผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ตามที่ผู้สอนทำเป็นช่องทางสื่อสารกับนักศึกษา

### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน

- การทวนสอบผลโดยอาจารย์สอน เช่น การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา

### ๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง

การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียน

การสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น

ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในรายวิชา

มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมของข้อสอบให้เป็นไปตามแผนการสอน

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

\*\*\*\*\*

## แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

● ความรับผิดชอบหลัก

○ ความรับผิดชอบรอง

คุณลักษณะบัณฑิต	1. คุณธรรม และจริยธรรม				2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลและความรับผิดชอบ				5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ				
	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3	4	
รายวิชา																			
MTM2203 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดสมัยใหม่	●	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ