

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยนครพนม
คณะ/วิทยาลัย	สถาบันนวัตกรรมการธุรกิจและการบัญชี

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา ๓๐๗๐๑๒๐๓ หลักการตลาด (Principles of Marketing)
๒. จำนวนหน่วยกิต ๓(๓-๐-๖) หน่วยกิต
๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตรการจัดการการกีฬา
๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ
๕. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน
ภาคเรียนที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๓ การจัดการการกีฬา ปี ๑
๖. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
-
๗. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
-
๘. สถานที่เรียน
ห้องเรียน ๓๐๑ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม
๙. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
๕ มิถุนายน ๒๕๖๓

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา
 ๑. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจหน้าที่งานการตลาดในองค์การธุรกิจ
 ๒. เพื่อให้เข้าใจถึงจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมตามขอบเขตของหน้าที่งานการตลาดสำหรับธุรกิจ

๓. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

๔. เพื่อให้ทราบถึงวิธีการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งการใช้ระบบข้อมูลทางการตลาดและการวิจัยการตลาดประกอบการตัดสินใจในหน้าที่งานทางการตลาด

๕. เพื่อให้เข้าใจถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและลักษณะงานช่วยสนับสนุนงานด้านการตลาดให้สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

๖. เพื่อเข้าใจถึงเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจ สามารถนำสารสนเทศทางการตลาดและนำความรู้ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ขั้นต้น ซึ่งใช้ระเบียบวิธี (Methodology) วิธีการ (Method) และเครื่องมือ (Tool) ทางการตลาดที่ธุรกิจส่วนใหญ่นำมาใช้ ได้อย่างเหมาะสมและก้าวทันการแข่งขัน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหาของรายวิชามีความเหมาะสมและทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิด ปรัชญา และความสำคัญของการตลาด ลักษณะของตลาด สถาบันการตลาด หน้าที่ของการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด จรรยาบรรณทางการตลาด

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

จำนวนชั่วโมงบรรยายต่อสัปดาห์	๓ ชั่วโมง
จำนวนชั่วโมงฝึกปฏิบัติการต่อสัปดาห์	- ชั่วโมง
จำนวนชั่วโมงการศึกษาด้วยตนเอง	๖ ชั่วโมง
จำนวนชั่วโมงที่สอนเสริมในรายวิชา	- ชั่วโมง

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม ๑ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์
(เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ๑) ตระหนักในคุณค่าและคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต
- ๒) มีวินัย และตรงต่อเวลา
- ๓) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม
- ๔) มีจรรยาบรรณทางวิชาการ

๑.๒ วิธีการสอน

๑. การบรรยายสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม
๒. ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม จากสถานการณ์จริง
๓. การมอบหมายงานกลุ่ม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

๑. พฤติกรรมการเข้าชั้นเรียนและการส่งงานที่มอบหมายให้ตรงต่อเวลา

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องได้รับ

๑. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษาสามารถวิเคราะห์ห่อุปสรรค สภาพปัญหาและความต้องการทางสาขาวิชาที่ศึกษา ได้อย่างเหมาะสม

๒.๒ วิธีการสอน

๑. การสอนโดยบรรยายและยกตัวอย่าง การใช้สื่อประกอบการสอน เช่น Power Point
- กรณีศึกษา

๒. ให้ผู้เรียนทำกิจกรรมวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีต่าง ๆ ที่เรียน
๓. ให้ทำแบบฝึกหัด

๒.๓ วิธีการประเมินผล

๑. ประเมินผลจากรายงานการวิเคราะห์กรณีศึกษา
๒. จากแบบฝึกหัด
๓. สอบกลางภาค สอบปลายภาค

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

๑. มีความคิดสร้างสรรค์อย่างมีวิจารณญาณ มีความสามารถในการวิเคราะห์ สังเคราะห์

ประเมินผล และรายงานผลอย่างเป็นระบบ

๒. มีความสามารถในการบูรณาการความรู้ด้านการกีฬาเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา รวมทั้งเสนอแนะแนวทางใหม่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

๓. สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการในด้านการกีฬา รวมทั้งการนำไปประยุกต์ใช้

๓.๒ วิธีการสอน

๑. การสอนโดยบรรยายและยกตัวอย่าง การใช้สื่อประกอบการสอน เช่น Power Point

กรณีศึกษา

๒. ให้นำเสนอรายงานจากการวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีต่าง ๆ ที่เรียน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

๑. ประเมินผลจากการนำเสนอในชั้นเรียน

๒. สอบกลางภาค สอบปลายภาค

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

๑. สามารถสื่อสารทั้งการพูด การเขียน ได้อย่างเหมาะสมในการติดต่อประสานงานด้านธุรกิจกีฬา

๒. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ

ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน

๓. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเอง

๔. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและเห็นคุณค่าในตนเอง สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้

๔.๒ วิธีการสอน

๑. การสอนโดยบรรยายและยกตัวอย่าง การใช้สื่อประกอบการสอน เช่น Power Point

กรณีศึกษา

๒. ให้ทำรายงานและนำเสนองานกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย

๔.๓ วิธีการประเมินผล

๑. ประเมินจากการเขียนรายงาน และการนำเสนองาน

๒. สอบกลางภาค สอบปลายภาค

๕.ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

๑. สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขได้อย่างถูกต้อง
๒. สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นคว้าหาแหล่งความรู้ที่ทันสมัย
๓. สามารถนำเสนอและเลือกใช้สื่อและสื่อสารได้อย่างเหมาะสม

๕.๒ วิธีการสอน

๑. การสอนโดยบรรยายและยกตัวอย่าง การใช้สื่อประกอบการสอน เช่น Power Point

กรณีศึกษา

๒. ให้ทำรายงานและนำเสนองานโดยใช้สื่อเทคโนโลยี

๕.๓ วิธีการประเมินผล

๑. ประเมินจากการเขียนรายงาน และการนำเสนองานโดยการใช้สื่อเทคโนโลยีที่เหมาะสม
๒. สอบกลางภาค สอบปลายภาค

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
๑	ปฐมนิเทศการเรียนการสอนของรายวิชา กฎระเบียบ ภาระงาน การประเมินผล โดยนักศึกษามีส่วนร่วม และประโยชน์ ของรายวิชา - แนะนำรายวิชา และ รู้จักกับ หลักการตลาดเบื้องต้น - ความรู้ทั่วไปทางการตลาด	๓	- แจกแผนจัดการเรียนรู้ พร้อมทั้งอธิบายเพื่อสร้าง ความเข้าใจ และแจ้ง ข้อตกลงเบื้องต้น - ชี้แจงแผนการสอน วิธีการเรียน การเก็บ คะแนน - บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุป ประเด็นสำคัญและ ยกตัวอย่าง - การตอบปัญหาข้อ	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
			ซักถาม - การมอบหมายงาน ได้แก่ งานกลุ่มและงาน รายบุคคล	
๒	บทที่ ๑ ภาพรวมของการตลาด - ความหมาย ความสำคัญของและ วิวัฒนาการของการการตลาด - ระบบการตลาด	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุป ประเด็นสำคัญและ ยกตัวอย่าง - การสืบค้นผ่านสื่อ ออนไลน์ Google, Facebook, สำนักข่าว- เว็บไซต์ออนไลน์ - มอบหมายให้ผู้เรียน แบ่งกลุ่มศึกษาและ วิเคราะห์กรณีศึกษา	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ
๓ - ๔	บทที่ ๒ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม ทางการตลาด - ความหมายของสิ่งแวดล้อมทาง การตลาด - สิ่งแวดล้อมมหภาค - สิ่งแวดล้อมจุลภาค - SWOT Analysis	๖	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุป ประเด็นสำคัญและ ยกตัวอย่าง - มอบหมายให้ผู้เรียน แบ่งกลุ่มศึกษาและ วิเคราะห์กรณีศึกษา	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
๕	บทที่ ๓ จริยธรรมทางการตลาด - ความหมาย ความสำคัญจริยธรรมทางการตลาด - ความสำคัญของจริยธรรมทางการตลาด - เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาด้านจริยธรรม - จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ - ความรับผิดชอบต่อสังคม - กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคม	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ - สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม	
๖	บทที่ ๔ ระบบสารสนเทศทางการตลาด - ความหมายของระบบข้อมูลทางการตลาด - ขั้นตอนของระบบข้อมูลทางการตลาด - ความสำคัญของระบบข้อมูลทางการตลาด - การวิจัยการตลาด - กระบวนการวิจัย - อุปสรรคและปัญหาในการทำงานวิจัย	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ - สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม	
๗	บทที่ ๕ พฤติกรรมผู้บริโภค - พฤติกรรมผู้บริโภค - ประเภทของพฤติกรรมการซื้อ - กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค - ตลาดองค์กรหรือตลาดธุรกิจ - ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม	๖	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ	

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
	การซื้อของตลาดธุรกิจ		- สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม - งานมอบหมายในชั้นเรียน - สอบถามความก้าวหน้าของงานกลุ่มที่มอบหมาย	
๘	บทที่ ๖ การแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง - กระบวนการแบ่งส่วนตลาด การตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่ง - การแบ่งส่วนตลาด - การเลือกตลาดเป้าหมาย - การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด		-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ - สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม	
๙	สอบกลางภาค			
๑๐	บทที่ ๗ ผลิตภัณฑ์ (Product) - การตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดประเภทผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ - ตราสินค้า - กลยุทธ์ตราสินค้า - การบรรจุภัณฑ์ - ป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ - บาร์โค้ด - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ - สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
๑๑	บทที่ ๘ การตั้งราคา (Price) - แนวคิดเกี่ยวกับราคา - ปัจจัยมหภาคของการตั้งราคา - กลยุทธ์การตั้งราคา - ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตั้งราคาจากคุณค่า - การตั้งราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ - เทคนิคการตั้งราคา - มุมมองการตั้งราคาด้านจริยธรรมและกฎหมาย	๖	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - เปิดโอกาสให้ซักถามเนื้อหาการสอนในประเด็นที่ไม่เข้าใจ - การถามตอบ - งานมอบหมายในชั้นเรียน - สรุปประเด็นเนื้อหาและแทรกเนื้อหาเพิ่มเติม	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ
๑๒	บทที่ ๙ การจัดจำหน่าย (Place) - ความหมายของการจัดจำหน่าย - ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย - กิจกรรมของคนกลางในการช่วยเหลือผู้ผลิตและผู้ซื้อ - โครงสร้างพื้นฐานของช่องทางการจัดจำหน่าย - ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริโภค - ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม - ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย - การค้าปลีกและประเภทของการค้าปลีก - การค้าส่งและประเภทของการค้าส่ง - การกำหนดความหนาแน่นของคนกลางในช่องทางการจำหน่าย	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ - ให้นักศึกษาฝึกการคิดวิเคราะห์โดยใช้กระบวนการกลุ่ม พร้อมทั้งนำเสนอ	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
	- การกระจายสินค้าและการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด			
๑๓ - ๑๔	บทที่ ๑๐ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) - แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด - ส่วนประกอบกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) - การวางแผนและการวัดผลความสำเร็จของ IMC - การโฆษณา - การประชาสัมพันธ์ - การส่งเสริมการขาย - การขายโดยบุคคล และการจัดการการขาย	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ
๑๕	บทที่ ๑๐ การตลาดระดับโลกและการตลาดบริการ - การเติบโตของเศรษฐกิจระดับโลก: โลกาภิวัตน์ด้านการตลาดและการผลิต - การประเมินตลาดระดับโลก - การเลือกกลยุทธ์เข้าสู่ตลาดระดับโลก - การเลือกกลยุทธ์การตลาดระดับโลก - ประเด็นจริยธรรมในการตลาดระดับโลก - การตลาดบริการแตกต่างจากการตลาดผลิตภัณฑ์ - การจัดเตรียมบริการที่ดี - การกู้คืนการบริการ - ส่วนประสมการตลาดสำหรับการบริการ	๓	-บรรยายผ่านโปรแกรม PowerPoint พร้อมสรุปประเด็นสำคัญและยกตัวอย่าง - บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการสอน/สื่อ	ผู้สอน
๑๖	การนำเสนอรายงานกลุ่ม และทบทวน บทเรียน	๓	ผู้เรียนแต่ละกลุ่มส่ง รายงานและนำเสนอ กรณีศึกษาที่โดยใช้สื่อ พร้อมอภิปรายแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นในชั้นเรียน	ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	วิธีการประเมินผลนักศึกษา	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของการ ประเมินผล
๑	-การเข้าชั้นเรียนและการส่งงานที่มอบหมายตรง เวลา	๑-๘,๑๐-๑๖	๕%
๒	-งานเดี่ยว -ส่งรายงานการวิเคราะห์กรณีศึกษา -นำเสนอรายงานกลุ่ม	๑-๘,๑๐-๑๖ ๔,๘,๑๒,๑๕,๑๖ ๑๖	๕% ๑๐% ๒๐%
๓	สอบกลางภาค	๙	๓๐%
๔	สอบปลายภาค	๑๘	๓๐%

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

วิทวัส รุ่งเรืองผล (๒๕๖๓). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kotler, P., Armstrong, G. **Principles of Marketing (17th Edition)**. United Kingdom: Pearson.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

งานวิจัยและบทความด้านการตลาด

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนระบบออนไลน์ มหาวิทยาลัยนครพนม

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การทบทวนการสอบผลการประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

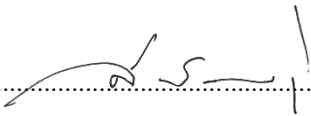
- ประชุมร่วมกับสาขาวิชา เพื่อร่วมหาแนวทางหรือวางแผนการปรับปรุงพัฒนารายวิชา

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- มีการตั้งคณะกรรมการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ ตรวจสอบผลประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบวิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

ลงชื่อ 

(ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา/ผู้รายงาน

วันที่รายงาน๕ มิ.ย. พ.ศ. ๒๕๖๓.....

ลงชื่อ

(.....)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

วันที่รายงาน