



## รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๔๔๐๑ รายวิชา การจัดการการขาย

สาขาวิชา.....การตลาด...

คณะ/วิทยาลัย...วิทยาการจัดการ..มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒...ปีการศึกษา.....๒๕๖๘

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา ... MKT ๔๔๐๑.....  
ชื่อรายวิชาภาษาไทย ...การจัดการการขาย.....  
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ ... Sales Management....

#### ๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ (๓-๐-๖)

#### ๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร ....บริหารธุรกิจ สาขา การตลาด.....  
๓.๒ ประเภทของรายวิชา .....

#### ๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ ดร.ชนิษฐา เศษคิมบง  
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ ดร.ชนิษฐา เศษคิมบง

#### ๕. สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
อาคาร ๕๖ ชั้น ๓ ห้อง ๕๖๓๑  
E – Mail : [kanittha.se@ssru.ac.th](mailto:kanittha.se@ssru.ac.th) .....

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ .....๒.../ ๒๕๖๘ ชั้นปีที่ ...๓.....  
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ.....๒๐๐.....คน

#### ๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite) (ถ้ามี) ..หลักการตลาด..

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

#### ๙. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ.. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่...๒๖.....เดือน.....พฤศจิกายน...พ.ศ. ...๒๕๖๘.....

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารทางการขาย (ความรู้)
๒. เพื่อให้เกิดบทบาทของนักการขายซึ่งเป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในทางธุรกิจปัจจุบัน (ความเข้าใจ)
๓. เพื่อเลือกใช้เครื่องมือทางการขายได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจ (การนำไปใช้)
๔. เพื่อให้ตระหนักถึงบทบาท การเป็นนักขายและการใช้เทคนิคการขายที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการตลาด

### ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

(๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับหลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๔ และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่นำมาใช้บนเครื่องมือทางการตลาด อาทิ เว็บไซต์ บล็อก และโซเชียลมีเดียอื่นๆ

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

### ๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) .... แนวคิด ทฤษฎีการจัดการการขาย รูปแบบของผู้ประกอบการและการจัดองค์การการขาย การสรรหาและการฝึกอบรม จูงใจการขาย การแบ่งอาณาเขตการขาย การพยากรณ์ยอดขาย โควต้าและงบประมาณการขาย ผลประโยชน์ตอบแทนและการประเมินผลการขาย และจริยธรรม

(ภาษาอังกฤษ) .... Concepts, theories and its importance of sales to the business focusing on pattern of entrepreneurs, sales management. Providing details of recruiting, training and motivating for sales person, sales forecasting, sales budget, sales commissions, sales assessment, and morality of Sales.

### ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย<br>(ชั่วโมง)                  | สอนเสริม<br>(ชั่วโมง)             | การฝึกปฏิบัติ/งาน<br>ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง) | การศึกษาด้วยตนเอง<br>(ชั่วโมง) |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---|--------------------------------|
| ๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์<br>(๓ x ๑๗ = ๕๑) | สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา | ไม่มีการฝึกปฏิบัติ                              | ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์            |

### ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง...๕๖๓๑...ชั้น...๓... อาคาร...๕๖..... คณะ/วิทยาลัย วิทยาการ  
จัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข .....

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) [kanittha.se@ssru.ac.th](mailto:kanittha.se@ssru.ac.th)

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line).....

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard).....

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑. คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) รู้จักการทำงานเป็นทีม มีภาวะผู้นำและผู้ตามที่ดี
- (๒) มีความรับผิดชอบต่องานของตนเอง ทีมงานและสังคม
- (๓) ปฏิบัติตนตามระเบียบวินัยของสังคมตามกฎหมายของสังคม

#### ๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) ยกตัวอย่างสอดแทรกตัวอย่างธุรกิจ โครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม ที่ควรสร้างและปลูกฝังในสังคมไทย  
เกี่ยวกับการเป็นนักขายที่ดี
- (๒) กรณีศึกษาเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม เกี่ยวกับการเป็นนักขาย โดยให้นักศึกษาร่วมแสดงความคิดเห็น
- (๓) มอบหมายให้นักศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากประเด็นด้านเทคนิคการขาย คุณธรรม จริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็น  
นักขาย

#### ๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการเรียน การสอน
- (๒) การตอบคำถาม การนำเสนองาน หน้าชั้นเรียนและพฤติกรรมของนักศึกษา
- (๓) ประเมินจากความรับผิดชอบในการทำงาน

### ๒. ความรู้

#### ๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) นักศึกษามีความสามารถในการแสวงหาและเข้าถึงข้อมูลการตลาดจากแหล่งที่ถูกต้องได้
- (๒) นักศึกษาสามารถคิด วิเคราะห์และแสดงความคิดเห็นทางด้านการบริหารทางการขายได้อย่างมีเหตุผล
- (๓) นักศึกษาสามารถนำทฤษฎีและเทคนิคการขายไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานทางการประกอบธุรกิจการขายได้

#### ๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยาย อภิปรายร่วมกันและถามตอบเพื่อทดสอบความรู้จากเนื้อหาที่เรียน
- (๒) ทำแบบฝึกหัดท้ายบทและวิเคราะห์กรณีศึกษา
- (๓) วิเคราะห์ธุรกิจและสรุปวิธีการบริหารธุรกิจได้

#### ๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) การตั้งคำถามและการตอบคำถามของนักศึกษา

- (๒) สังเกตพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน  
 (๓) การประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นทั้งแบบเป็นกลุ่ม รายงานเดี่ยว การนำเสนอหน้าชั้นเรียน

### ๓. ทักษะทางปัญญา

#### ๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (๑) นักศึกษามีความสามารถในการหาและเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งที่ถูกต้องได้  
 (๒) นักศึกษาสามารถคิด วิเคราะห์ปัญหาและประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจได้  
 (๓) นักศึกษาสามารถนำปัญหาทางการตลาดไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานทางการตลาดได้

#### ๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและอภิปรายกรณีศึกษาหน้าชั้นเรียน  
 (๒) ฝึกให้คิดวิเคราะห์ปัญหาจากกรณีศึกษา โดยสืบค้นจากเอกสารและสื่อทางธุรกิจได้  
 (๓) ให้วิเคราะห์ปัญหาจากฐานข้อมูลออนไลน์  
 (๔) แบ่งกลุ่มทำโครงการ อาทิ เทคนิคการขาย การสรรหาและการฝึกอบรม จูงใจการขาย การแบ่งเขตการขาย ได้เหมาะสม เพื่อการพยากรณ์ยอดขาย

#### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ทดสอบข้อเขียน และสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน  
 (๒) มอบหมายรายงาน การนำเสนอหน้าชั้นเรียน  
 (๓) การมีส่วนร่วมในการวิพากษ์กรณีศึกษา

### ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน  
 (๒) ให้มีการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง  
 (๓) ผู้เรียนรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จตามกำหนดเวลา

#### ๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานให้ทำงานรายบุคคลและงานกลุ่ม  
 (๒) มอบงานให้ค้นคว้าจากสื่อออนไลน์  
 (๓) จัดกลุ่มร่วมกันอภิปรายการบริหารธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จได้

#### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินพฤติกรรมกรรมการอภิปรายและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หน้าชั้นเรียน  
 (๒) ประเมินจากการรายงานผลการวิเคราะห์กรณีศึกษา  
 (๓) สังเกตพฤติกรรมการถาม-ตอบในชั้นเรียน

### ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

#### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) ทักษะในการสื่อสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคนิคการขาย  
 (๒) ทักษะในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต  
 (๓) มีทักษะในการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีในการนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

#### ๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) การบรรยายร่วมกันกับการอภิปราย ให้นักศึกษาตอบคำถามในชั้นเรียน  
 (๒) การยกตัวอย่างกรณีศึกษา

(๓) การนำเสนอกลุ่มและการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน

**๕.๓ วิธีการประเมินผล**

- (๑) ประเมินจากงานที่จัดทำเกี่ยวกับการบริหารการขาย  
 (๒) ประเมินจากการสืบค้นจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม  
 (๓) ประเมินผลจากการสื่อสาร การนำเสนอหน้าชั้นเรียน

**๖. ด้านอื่นๆ**

ไม่มี

**หมายเหตุ**

- สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก  
 สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง  
 เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

**หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล****๑. แผนการสอน**

| ลำดับที่ | หัวข้อ/รายละเอียด                | รูปแบบการเรียนการสอน  | โปรแกรม/วิธีการสอน  | การจัดการเนื้อหาและ สื่อการสอน                            | การวัดผล                         |
|----------|----------------------------------|---|---|---|----------------------------------|
| ๑        | อธิบายแผนการสอนทดสอบก่อนเรียน    | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๒        | บทที่ ๑ หลักการจัดการขาย         | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๓        | บทที่ ๒ การจัดรูปแบบองค์กรการขาย | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๔        | บทที่ ๓ หน้าที่และความ           | การจัดการเรียนการสอน  | วิธีการสอนโดยใช้  | สื่อการสอน  | การวัดผลโดยใช้                   |

|    |  |   |   |   |                                  |
|----|--|---|---|---|----------------------------------|
|    | รับผิดชอบผู้บริหารงานขาย                 | สอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand)                  | ๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom                     | ๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip               | ๑. Google Form                   |
| ๕  | บทที่ ๔ เทคนิคการบริหารงานขาย            | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๖  | บทที่ ๕ การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๗  | บทที่ ๖ การฝึกอบรมพนักงานขาย             | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๘  | <b>สอบกลางภาค</b>                        |   |   |   |                                  |
| ๙  | บทที่ ๗ การจูงใจพนักงานขาย               | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๐ | บทที่ ๘ การกำหนดเขตขายและโควตาขาย        | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๑ | บทที่ ๙ การพยากรณ์ยอดขาย                 | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom (Onsite, Online and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๒ | บทที่ ๑๐ การปฏิบัติงานและ                | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid  | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet                        | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint                               | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |

|    |  |   |  |   |                                  |
|----|--|---|--|---|----------------------------------|
|    | การประเมินผลงานขาย                     | Classroom<br>(Onsite, Online<br>and On demand)                                | ๒. Google<br>Classroom                                       | ๒. File PDF<br>๓. VDO Clip                                |                                  |
| ๑๓ | บทที่ ๑๑ ผลประโยชน์ตอบแทนพนักงานขาย    | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom<br>(Onsite, Online<br>and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google<br>Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๔ | บทที่ ๑๒ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom<br>(Onsite, Online<br>and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google<br>Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๕ | บทที่ ๑๓ จริยธรรมพนักงานขาย            | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom<br>(Onsite, Online<br>and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google<br>Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๖ | การนำเสนอรายงาน                        | การจัดการเรียนการสอนแบบ Hybrid Classroom<br>(Onsite, Online<br>and On demand) | วิธีการสอนโดยใช้<br>๑. Google Meet<br>๒. Google<br>Classroom | สื่อการสอน<br>๑. PowerPoint<br>๒. File PDF<br>๓. VDO Clip | การวัดผลโดยใช้<br>๑. Google Form |
| ๑๗ | สอบปลายภาค                             |   |  |   |                                  |

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

| ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมินผลการเรียนรู้ | สัปดาห์ที่ประเมิน | สัดส่วนของการประเมินผล |
|---------------|-----------------------------|-------------------|------------------------|
|               | การเข้าชั้นเรียน/จิตพิสัย   | ทุกสัปดาห์        | ๑๐%                    |
|               | กิจกรรมที่มอบหมาย           |                   | ๑๐%                    |
|               | การนำเสนอรายงาน             |                   | ๒๐%                    |
|               | สอบกลางภาค                  | ๘                 | ๓๐%                    |
|               | สอบปลายภาค                  | ๑๗                | ๓๐%                    |

## หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) ผศ.ดร.พัฒนา ศิริโชคบัณฑิต (๒๕๖๒). การบริหารการขาย. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ๒) ผศ.ดร.นิติพล ภูตะโชติ (๒๕๔๙). การบริหารการขาย. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ๓) หนังสือการจัดการการขาย

### ๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

### ๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) บทความ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ internet
- ๒) <http://www.marketingteacher.com/powpoint/>

## หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### ๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้ผู้เรียนประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษาใช้แบบประเมินผลคุณภาพการสอนรายวิชาของอาจารย์ผู้สอน ในแต่ละด้าน อาทิวิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน โดยทำแบบประเมินการสอนของกองบริการการศึกษา ที่เว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

การประเมินการสอนการบริหารการขายได้ทำควบคู่ทั้งเชิงปริมาณเป็นค่าคะแนนการสอบกลางภาค การสอบปลายภาค การเข้าชั้นเรียน กิจกรรมที่มอบหมายวิเคราะห์กรณีศึกษา การสังเกตพฤติกรรมในชั้นเรียน การเข้าชั้นเรียน

### ๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

สาขาวิชา มีการประชุมอาจารย์ก่อนเปิดภาคเรียน เพื่อวางแผนการจัดการเรียนการสอน และได้กำหนดให้อาจารย์ผู้สอน ปรับปรุงกลยุทธ์วิธีการสอน และสนับสนุนให้อาจารย์เข้าฝึกอบรมหรือการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของคุณ

### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

หลักสูตรระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับ มาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

มีการทวนสอบคะแนนผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนทุกคน ทุกกลุ่มเรียนในรายวิชาการกลยุทธ์การตลาด และส่งคะแนนตามกำหนดเวลา ในปฏิทินทางวิชาการ และนำผลการประเมินผลสัมฤทธิ์เข้าประชุมของคณะกรรมการที่คณะแต่งตั้ง ก่อนประกาศผลสอบ

**๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา**

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

สาขาจะพิจารณาผลการประเมินการสอนรายวิชาการบริหารการค้าปลีกและการค้าส่ง จากผู้เรียน โดยที่ประชุมของ คณะกรรมการ ทุกภาคเรียนเพื่อใช้ปรับปรุงและพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในภาคเรียนต่อไป

\*\*\*\*\*

## แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

| รายวิชา  | ๑. คุณธรรม และ จริยธรรม |   |   | ๒. ความรู้ |   |   | ๓. ทักษะทางปัญญา |   |   | ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ |   |   | ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ |   |   |
|--|-------------------------|---|---|------------|---|---|------------------|---|---|---|---|---|--|---|---|
|  | ๑                       | ๒ | ๓ | ๑          | ๒ | ๓ | ๑                | ๒ | ๓ | ๑   | ๒ | ๓ | ๑  | ๒ | ๓ |
| MKT ๔๔๐๑ การจัดการการขาย<br>(Sales Management) | ○                       | ● | ○ | ●          | ○ | ● | ○                | ○ | ● | ○   | ○ | ○ | ○  | ○ | ○ |