รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา AAM ๑๒๐๓ รายวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค

สาขาวิชา การโฆษณาและสื่อสารการตลาด วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ **มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๗

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา **AAM ๑๒๐๓**
ชื่อรายวิชาภาษาไทย พฤติกรรมผู้บริโภค
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Consumer behavior

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ (๒–๒–๕)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร นศ.บ.(การโฆษณาและสื่อสารการตลาด)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา วิชาเอกบังคับ

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผศ.ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล

๕. สถานที่ติดต่อ ห้องพักอาจารย์ชั้น ๒ นครปฐม **/ E – Mail** chinoros.th@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๒ / ๒๕๖๗ ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๙๐ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre–requisite) (ถ้ามี) –

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co–requisites)(ถ้ามี) –.

๙. สถานที่เรียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา / วิทยาเขตนครปฐม

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๑๐ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑.๑ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดจากปัจจัยต่างๆ
๑.๒ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้

๑.๓ เพื่อสามารถนำพฤติกรรมผู้บริโภคไปประยุกต์ใช้ในงานโฆษณาและสื่อสารการตลาด

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- เพื่อให้ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านการโฆษณาและสื่อสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) ความหมาย ความสำคัญ แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก พฤติกรรมผู้บริโภคต่างวัฒนธรรม กระบวนการตัดสินใจซื้อ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การหาข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจในเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า

(ภาษาอังกฤษ) Definitions, importance, concepts of consumer behavior from internal and external factors, consumer behavior in difference culture, buying decision process, data collection and consumer behavior analysis, finding information in depth understanding customer

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	–	๓๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	๗๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ชั้น ๒ นครปฐม

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๐-๒๕๓-๓๑๐๕

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) chinoros.th@ssru.ac.th

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook : Thin Jubja

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) http://elcca.ssru.ac.th/chinoros_th

หมวดที่๔การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑.คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ● (๑) มีวินัย ตรงต่อเวลา และมีความรับผิดชอบสูงทั้งต่อตนเองวิชาชีพและสังคม
- ○ (๒) มีความซื่อสัตย์สุจริต
- ○ (๓) ปฏิบัติหน้าที่ด้วยคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณในวิชาชีพ
- ● (๔) เคารพในระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรและสังคม
- ○ (๕) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) ให้นักศึกษาเข้าเรียนตามเวลาที่กำหนด และส่งรายงานตามกำหนดเวลา

(๒) ไม่ลอกรายงานหรือผลงานของผู้อื่นโดยนำมาเป็นของตน ไม่ลอกข้อสอบ

(๓) สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพไปกับเนื้อหาการเรียน

(๔) การตั้งกฎระเบียบของห้องเรียนให้ทุกคนปฏิบัติตาม

(๕) ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นในระหว่างการเรียนในแต่ละสัปดาห์

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการเข้าเรียนตรงเวลาซึ่งจะไม่ถูกหักคะแนนจิตพิสัย และผู้ที่ส่งรายงานล่าช้าจะถูกหักคะแนนเรื่อยๆ นับจากวันที่เลยกำหนดเวลา

(๒) ประเมินจากรายงานและการอ้างอิง, สังเกตการสอบให้เป็นไปด้วยความสุจริต

(๓) ประเมินจากรายงานที่มอบหมายว่ามีการหมิ่นเหม่หรือส่งผลด้านลบในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณหรือไม่

(๔) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของห้องเรียน

(๕) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการแสดงความคิดเห็นของผู้พูดและผู้ฟัง

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

● (๑) มีความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

● (๒) มีความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกับการวางแผนการสื่อสารการตลาด

○ (๓) มีความรู้ในการปฏิบัติการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเบื้องต้นได้

○ (๔) มีความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติมจากที่สอนในห้องเรียน

○ (๕) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง

(๒) ฝึกทำแบบฝึกหัดในการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกับความรู้ด้านการสื่อสารการตลาด

(๓) ฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในเงื่อนไขที่แตกต่างกัน เช่น อายุ, อาชีพ, ที่อยู่อาศัย

(๔) หาตัวอย่างงานสร้างสรรค์ แล้วนำมาวิเคราะห์ว่าชิ้นงานนั้นทำเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใด

(๕) ยกตัวอย่างงานผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ และให้นักศึกษาฝึกวิเคราะห์พฤติกรรม และนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้สอดคล้องกัน

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากการสังเกตและรายงาน

(๒) ประเมินผลจากแบบฝึกหัด

(๓) ประเมินผลจากการฝึกปฏิบัติ

(๔) ประเมินผลจากการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์วิจารณ์และการหาตัวอย่างงานมานำเสนอ

(๕) ประเมินผลจากการทำรายงานด้วยสื่อดิจิตอล

๓.ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

O (๑) มีความสามารถในการเข้าถึงฐานข้อมูลความรู้ในการปฏิบัติงานในวิชาชีพ

● (๒) มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ได้

O (๓) มีความสามารถในการวางแผน การบริหารจัดการ

O (๔) มีความสามารถในการเรียบเรียงความคิดอย่างเป็นระบบ

O (๕) มีความสามารถในการเชื่อมโยงและประยุกต์สาระความรู้ไปสู่การปฏิบัติงานด้านการโฆษณาและสื่อสารการตลาด

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) ให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ

(๒) ให้ผู้เรียนฝึกการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจากตัวอย่างงานโฆษณาและงานด้านการสื่อสารการตลาด และยกทำแบบสัมภาษณ์ หรือแบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

(๓) ให้ผู้เรียนฝึกการวางแผนการทำงานให้เป็นระบบ การแบ่งงานกันทำภายในทีม

(๔) ให้ผู้เรียนฝึกการเรียบเรียงประโยค ผ่านการทำรายงาน

(๕) ให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้รับไปเชื่อมโยงและประยุกต์สร้างเป็นผลงานของตนเองผ่านการทำรายงาน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากรายงานที่มอบหมาย

(๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

(๓) ประเมินผลจากการสังเกต

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

O (๑) สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

● (๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ช่วยเหลือกลุ่มในการทำรายงานต่างๆ

O (๓) สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรต่างๆ

O (๔) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนและบุคคลอื่นๆที่ติดต่อ

O (๕) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นได้

O (๖) มีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานกลุ่มที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วม

(๒) กำหนดกรอบเวลาในการส่งรายงาน

(๓) ฝึกการแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์วิจารณ์กรณีตัวอย่างต่างๆ ตลอดจนรับฟังการวิเคราะห์วิจารณ์ของเพื่อนและโต้แย้งอย่างสร้างสรรค์

(๔) แสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆของโจทย์ที่ได้รับมา ด้วยความรู้ที่เรียนมา ผ่านการทำรายงาน

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากรายงานที่มอบหมาย

(๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

(๓) ประเมินผลจากการสังเกต

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

O (๑) มีการนำข้อมูลเชิงตัวเลขมาประกอบการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ

O (๒) มีการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านการฟัง การพูด การเขียน

O (๓) มีทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการทำรายงาน

๕.๒ วิธีการสอน

(๑) ให้หาข้อมูลเชิงตัวเลขจากงานวิจัยต่างๆ มาวิเคราะห์และประกอบการตัดสินใจในการวางแผนงานด้านการโฆษณา

(๒) ให้ผู้เรียนฟังการนำเสนอและวิเคราะห์กรณีศึกษาของผู้เรียนคนอื่น และจับประเด็นเพื่อนำไปสู่การเสนอความคิดเห็นในมุมมองของตนเอง ตลอดจนพัฒนารูปแบบการเขียนรายงานให้สามารถใช้ภาษาเขียนที่ถูกต้อง การสะกดคำศัพท์ต้องไม่ผิดหลักไวยากรณ์

(๓) การทำรายงานโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินผลจากรายงาน

(๒) ประเมินผลจากการแสดงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล

<u>หมายเหตุ</u>

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ O หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่๕แผนการสอนและการประเมินผล

๑.แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชั่วโมง)	กิจกรรมการเรียนการสอนและสื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	แนะนำวิธีปฏิบัติในการเรียน แนะนำแผนการเรียน การส่งรายงาน การเข้าสอบ	๔	รูปแบบการสอนโดยใช้สื่อ Power Point ในการ	ผศ.ชิโนรส

			นำเสนอรายละเอียด มคอ. ๓ ชี้แจงเกณฑ์การให้คะแนน กำหนดกรอบการปฏิบัติในการเข้าเรียน การส่งงาน การเข้าสอบ การตัดเกรด	
๒	ความหมาย ความสำคัญ และแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอความหมาย ความสำคัญ และแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ถาม – ตอบ	ผศ.ชิโนรส
๓	ปัจจัยภายใน (แรงจูงใจ)	๔	ใช้สื่อ Power Point Presentation เนื้อหา และทฤษฎียกตัวอย่าง ถาม – ตอบ	ผศ.ชิโนรส
๔	ปัจจัยภายใน (การรับรู้)	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power Point ประกอบในคลิปวิดีโอ **มอบหมายงาน 1** หาข้อมูลการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค	ผศ.ชิโนรส
๕	ปัจจัยภายใน (การเรียนรู้)	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip โดยใช้สื่อ Power Point มีคำถามท้ายคลิปวิดีโอให้ตอบ	ผศ.ชิโนรส

๖	ปัจจัยภายใน (ทัศนคติ)	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอเนื้อหาและทฤษฎี ยกตัวอย่าง ถาม – ตอบ	ผศ.ชิโนรส
๗	ปัจจัยภายใน(บุคลิกภาพ)	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอเนื้อหาทฤษฎี ร่วมกับการวิเคราะห์บุคลิกภาพต่างๆ	ผศ.ชิโนรส
๘	สอบกลางภาค			ผศ.ชิโนรส
๙	ปัจจัยภายนอก (ครอบครัว + กลุ่มอ้างอิง)	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอเนื้อหาทฤษฎี ถาม – ตอบ ในเรื่องครอบครัว และกลุ่มอ้างอิง	ผศ.ชิโนรส
๑๐	ปัจจัยภายนอก (ชนชั้นทางสังคม)	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอเนื้อหาเล่าเรื่องชนชั้นทางสังคม พฤติกรรมส่วนใหญ่ของแต่ละชนชั้น ถาม – ตอบ	ผศ.ชิโนรส
๑๑	ปัจจัยภายนอก (วัฒนธรรม พฤติกรรมผู้บริโภคต่างวัฒนธรรม)	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอเนื้อหาเรื่องวัฒนธรรม และให้นักศึกษาช่วยกันคิดถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของคนชนชาติต่างๆ	ผศ.ชิโนรส
๑๒	กระบวนการตัดสินใจซื้อ	๔	ใช้สื่อ Power Point นำเสนอ	ผศ.ชิโนรส

			กระบวนการตัดสินใจซื้อ ถาม – ตอบ และ **มอบหมายงาน 2 (ค้นข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำเป็นบทความ)**	
๑๓	กิจกรรมในชั้นเรียน วิเคราะห์ประเด็นพฤติกรรมผู้บริโภค	๔	ใช้สื่อ Power Point แบ่งกลุ่มเล่าพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่ม และวิเคราะห์พฤติกรรม ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบางอย่าง	ผศ.ชิโนรส
๑๔	การหาข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip พร้อมคำถามท้ายคลิป	ผศ.ชิโนรส
๑๕	นำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านต่างๆ	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip ที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในประเด็นต่างๆ	ผศ.ชิโนรส
๑๖	นำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคในด้านต่างๆ	๔	รูปแบบการสอน On demand ผ่าน VDO Clip ใช้การวิเคราะห์จากชิ้นงานโฆษณาและการสื่อสาร	ผศ.ชิโนรส

			การตลาด	
๑๗	สัปดาห์การสอบปลายภาค			

๒.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมิน
๑.๑,๑.๒,๑.๔ ๑.๑,๑.๒,๑.๓,๑.๕,๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๓.๔,๔.๑ ๔.๒,๔.๓,๔.๔,๔.๕,๕.๑,๕.๒	๑. คะแนนจิตพิสัย (การเข้าชั้นเรียนตรงต่อเวลา/การมีส่วนร่วมในห้องเรียน)	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐%
๑.๒,๑.๓,๑.๔,๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๓.๔,๕.๑ ๑.๒,๑.๓,๑.๔,๒.๑,๒.๒,๒.๓,๒.๔,๓.๑,๓.๒,๓.๓,๓.๔,๕.๑	๒. คะแนนแบบฝึกหัดและรายงาน (ความเข้าใจ/การวิเคราะห์/เนื้อหา / ความตั้งใจ/การนำเสนอความคืบหน้า/ตรงต่อเวลา)	๔,๑๒ –๑๓	๕๐%
	๓. คะแนนสอบกลางภาค	๘	ไม่มี
	๔. คะแนนสอบปลายภาค	๑๗	๔๐%
	รวม		๑๐๐%

หมวดที่๖ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) ชิโนรส ถิ่นวิไลสกุล. (2567). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๒) ชูชัย สมิทธิไกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๓) วุฒิ สุขเจริญ. (2555). พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: จี. พี. ไซเบอร์พรินท์

๔) ดารา และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2553). การสื่อสารการตลาด.กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) เสรี วงษ์มณฑา.พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์,๒๕๔๒

๒) ธีรพล ภูรัต.การโฆษณาและพฤติกรรมผู้บริโภค.ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,๒๕๕๐

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา อาทิ www.kosanathai.com, www.adintrend.com, www.thaiadvertising.com

๒) เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ www.marketeer.com, www.brandage.com

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนักศึกษา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ การประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พิจารณาจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

๒.๒ การสอบทวนผลประเมินการเรียนรู้ ของผู้เรียน หลังจากสอบปลายภาค

๒.๓ ประเมินจากผลการประเมินการสอนของผู้เรียนผ่านเว็บไซด์ของมหาวิทยาลัย

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑ ประมวลสรุปการประเมินการสอน เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาและอุปสรรค แล้วนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงการสอนในเทอมต่อไป

๓.๒ แสวงหาเทคนิคการสอน วิธีการผลิตสื่อการสอน และการกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษาหรือการสุ่มตรวจผลงานนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทำแบบฝึกหัด และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ ดังนี้

๔.๑ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

จากผลการดำเนินงาน และทวนสอบสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา ได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอนและรายละเอียดวิชาเพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

๕.๑ การปรับปรุงรายวิชาทุก ๕ ปี หรือตามข้อเสนอแนะผลการสอบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔

๕.๒ การปรับกรณีศึกษาและตัวอย่างในการเรียนการสอนเป็นประจำทุก ๑ ปี ให้ทันสมัยต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้ที่ได้กับวิชาชีพโฆษณาอย่างแท้จริง

****

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)
ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้					ทักษะทางปัญญา					ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคล						ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสาร ฯ		
	●ความรับผิดชอบหลัก					○ความรับผิดชอบรอง																		
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓
รหัสวิชา AAM ๑๒๐๓ **ชื่อรายวิชา** พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer behavior	●	○	○	●	○	●	●	○	○	○	O	●	○	○	O	○	●	○	○	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ