



## รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา DMK๑๒๐๒ รายวิชา การตลาดพื้นฐาน  
สาขาวิชา การตลาดดิจิทัล คณะ/วิทยาลัย นวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

### หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

#### ๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	DMK๑๒๐๒
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การตลาดพื้นฐาน
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	อาจารย์ภัสรา สิริกมลศิลป์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์นฤมล ชมโฉม	อาจารย์ภัสรา สิริกมลศิลป์

๕. สถานที่ติดต่อ อาคาร ๓๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

#### ๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๑ / ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๖๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน ห้อง ๓๗๓๐๗

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่ ๔ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

## รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

## หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

## ๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑.๑ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจความหมายและความสำคัญ และแนวความคิดทางการตลาด ในฐานะที่เป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งของธุรกิจ รวมทั้งศึกษาถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบสารสนเทศทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด รวมทั้งศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

๑.๒ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ด้านการตลาดไปใช้ในชีวิตประจำวันและใช้ในการทำความเข้าใจการตลาดของบริษัทต่างๆ ได้

๑.๓ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในและภายนอก ณ ปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทได้

๑.๔ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและคิดแผนการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของบริษัทในปัจจุบันได้

๑.๕ เพื่อให้ นักศึกษาเห็นคุณค่า และมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาการตลาด

๑.๖ เพื่อให้ นักศึกษามีจริยธรรมในการประกอบอาชีพด้านการตลาดในอนาคต

๑.๗ เพื่อให้ นักศึกษามีทักษะมีการพัฒนาตนเองและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

## ๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

๒.๑ เพื่อให้ เนื้อหา มีความถูกต้อง และทันสมัยเหมาะสมกับชีวิตประจำวัน

๒.๒ เพื่อให้ การเรียนการสอน มีความเข้าใจง่ายขึ้น สามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๓ เพื่อให้ ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับ มาพัฒนาการทำงานอย่างเหมาะสม

## หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

## ๑. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย ความสำคัญ และแนวความคิดทางการตลาด ในฐานะที่เป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่งของธุรกิจ รวมทั้งศึกษาถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ระบบสารสนเทศ

ทางการตลาด การวิจัยตลาด การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด รวมทั้งศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

## ๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๓ ชั่วโมงต่อ สัปดาห์	สอนเสริมตามความ ต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย	-	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

## ๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

อาจารย์ณฤมล ชมโฉม

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๓ อาคาร ๓๗ คณะ/วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

๓.๒ ปรึกษามานโทรศัพทที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๖ ๖๖๐๗๙๖๙

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

๓.๔ ปรึกษามานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

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

๓.๕ ปรึกษามานเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) [http://www.teacher.ssru.ac.th/narumon\\_ch/](http://www.teacher.ssru.ac.th/narumon_ch/)

## หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### ๑.คุณธรรม จริยธรรม

#### ๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) ตระหนักในคุณค่าทางด้าน คุณธรรม จริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและเสียสละต่อวิชาชีพและสังคม
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเอง และอุทิศเวลาในการทำงานในวิชาชีพ
- (๓) มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องและคนในสังคม
- (๔) เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ โดยยึดหลักตามรัฐธรรมนูญ ปีพ.ศ.2550(5)
- (๕) เคารพกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ขององค์กรและสังคม
- (๖) มีความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าแสดงความคิดเห็นต่อหน้าสาธารณชน ในทางที่ถูกต้อง
- (๗) มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพของตนเองอย่างเคร่งครัด

#### 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) มีความรอบรู้พื้นฐานในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งทางสาขาวิชาการและสาขาวิชาชีพอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถประยุกต์ได้อย่างเหมาะสม และศึกษาต่อในระดับสูง
- (2) มีความรู้ที่ทันสมัย และสามารถพัฒนาความรู้ ของตนเองเพื่อไปใช้ในการวางแผนพัฒนาในสายงานแลพัฒนาสังคม
- (3) มีความรู้ ความสามารถและความล้ำสมัย อยู่เสมอสำหรับการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและวิวัฒนาการทางการตลาดโดยเฉพาะทางด้านสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี
- (5) มีความรู้ ความเข้าใจ และสนใจพัฒนาความรู้ ความชำนาญ ของตนเองอย่างต่อเนื่อง
- (6) มีความรู้อย่างกว้างขวางในสาขาวิชาที่ศึกษาเพื่อให้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นในอนาคต

### 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) หลักคิดต้องมีวิจรณ์ญาณและความคิดต้องเป็นอย่างระบบ
- (๒) สามารถสืบค้น ตีความ และประเมินข้อมูลสารสนเทศ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- (๓) สามารถรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการ
- (๔) สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะในการขำนาญงานด้านวิชาชีพมาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่

เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

### ๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การมอบหมายให้นักศึกษาทำโครงการพิเศษ และนำเสนอ
- (๒) อภิปรายกลุ่มและสรุปแนวคิดของนักศึกษา
- (๓) ฝึกให้วิเคราะห์ปัญหาจากกรณีศึกษาที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยให้ไปค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ
- (๔) การฝึกปฏิบัติจริง

### ๓.๓ วิธีการประเมินผล

สอบกลางภาคและปลายภาค โดยเน้นข้อสอบที่มีการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานเพื่อวัดความเข้าใจและความสามารถในการประยุกต์ และการทำโครงการของนักศึกษา

## ๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

### ๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสื่อสารทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศกับกลุ่มคนหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- (3) สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มาชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสม
- (4) มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม
- (5) สามารถเป็นผู้ริเริ่มแสดงประเด็นในการแก้ไขสถานการณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม พร้อมทั้งแสดงจุดยืนอย่าง

พอเหมาะทั้งของตนเองและของกลุ่ม

- (6) มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

### ๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) มอบหมายงานกลุ่มในการจัดทำโครงการ
- (๒) มอบหมายงานรายกลุ่ม เช่น เทคนิคใหม่ในงานทางด้านการวิเคราะห์และออกแบบระบบ

การนำเสนอรายงานและโครงการ

### ๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากโครงการ การนำเสนอโครงการ และพฤติกรรมการทำงานกลุ่ม
- (๒) การประเมินโครงการและรายงานจากเพื่อนผู้เรียนด้วยกัน โดยมีแบบฟอร์ม

## ๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### ๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานโดยเฉพาะคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ
- (๒) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม
- (๓) สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม

### 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

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

## หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

### ๑. แผนการสอน

#### ๒.

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	- แนะนำรายวิชา การวัดและการประเมินผล - Pre-test - ความเข้าใจความหมายและความสำคัญของการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๒	- แนวความคิดทางการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๓	- สิ่งแวดล้อมทางการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๔	- พฤติกรรมผู้บริโภค	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๕	- ระบบสารสนเทศทางการตลาด	๓	เรียน และสอบกลางภาค	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๖	- การวิจัยทางการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๗	- การแบ่งส่วนตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๘	- การเลือกตลาดเป้าหมาย	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๙	- สอบกลางภาค	๓		อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๑๐	- การวางตำแหน่งทางการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๑๑	- ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๑๒	ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ราคา	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๑๓	ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม
๑๔	ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ส่งเสริมการตลาด	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์นฤมล ชมโฉม

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๕	- การตลาดดิจิทัล - Post test	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์ณฤมล ชมโฉม
๑๖	- จริยธรรมในการประกอบอาชีพด้าน การตลาดในอนาคต - นำเสนองานกลุ่ม	๓	บรรยาย ถาม-ตอบ คำถาม/PPT/ case study	อาจารย์ณฤมล ชมโฉม
๑๗	- สอบปลายภาค	๓		อาจารย์ณฤมล ชมโฉม

## ๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

( ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑-๑.๒	งานที่ได้รับมอบหมาย	๑-๘,๑๐-๑๕	๒๐
๑.๑-๑.๓	สอบกลางภาค	๙	๓๐
๑.๑-๑.๗	รายงานกลุ่ม	๑๕-๑๖	๒๐
๑.๔-๑.๗	สอบปลายภาค	๑๗	๓๐

### หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

#### ๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (๒๕๖๐). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : อีระฟิล์ม 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 วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน และสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอนของอาจารย์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อมข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงอาจารย์และแนวทางการเรียนการสอนแบบ ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

#### ๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

ประเมินโดยวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการโดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมิน หรือจากการสังเกตการสอนโดยอาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชา และผลการเรียนของนักศึกษา

#### ๓. การปรับปรุงการสอน

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการกำหนดให้อาจารย์ผู้สอนหรืออาจารย์ผู้ควบคุมดูแลรายวิชานั้นทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานเมื่อสอนจบภาคเรียน

#### ๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบย่อย และหลังการออกผลการเรียน รายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในรายวิชา เช่นการสอบ pre-test และ post-test

#### ๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

สาขามีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา การรายงาน รายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์ การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานรายวิชา เสนอต่อที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณา ให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงพร้อมนำเสนอวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

\*\*\*\*\*

แผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

ตามที่ปรากฏในรายละเอียดของหลักสูตร (Programme Specification) มคอ. ๒

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้						ทักษะทางปัญญา				ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ						ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ทักษะด้านอื่น ๆ		
	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖			๑	๒
	● ความรับผิดชอบหลัก							○ ความรับผิดชอบรอง																			
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๑	๒	๓	
รหัสวิชา DMK๑๒๐๒ ชื่อรายวิชา การตลาดพื้นฐาน	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●	●	○	●	●	●	○	○	●	●	●	

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ