



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

CIM๑๒๐๘....รายวิชา..การตลาดยุคดิจิทัล

สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการคุณภาพ คณะ/วิทยาลัย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ภาคการศึกษา.....๑.....ปีการศึกษา.....๒๕๖๘.....

หมวดที่๑ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา CIM๑๒๐๘
ชื่อรายวิชาภาษาไทย การตลาดยุคดิจิทัล
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ Digital Marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓ หน่วยกิต ๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ

๔.อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.วริญา คลังแสง
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน อ.วริญา คลังแสง

๕. สถานที่ติดต่อ

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๘
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๔๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง วันที่.....๑๕.....เดือน.....มิถุนายน.....พ.ศ.๒๕๖๘...

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์**๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา**

การเรียนรู้ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการคุณภาพ ผู้เรียนพึงมีความรู้ความเข้าใจและเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางการตลาด แนวโน้ม ความต้องการและพฤติกรรมลูกค้าในยุคดิจิทัล และเครื่องมือทางการตลาดดิจิทัล

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เป็นรายวิชาที่ปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับสาระวิชาในการจัดการเรียนการสอนสำหรับหลักสูตรการบริหารธุรกิจ และเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ประกันคุณภาพ และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจของประเทศ

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ**๑. คำอธิบายรายวิชา**

(ภาษาไทย)

แนวคิดและหลักการสำคัญของการตลาดดิจิทัล ความรู้และแนวโน้มของการตลาดยุคดิจิทัล ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า การสืบค้นและการจัดการข้อมูลในการวางแผนการตลาด การจัดโปรโมชั่น การโฆษณา การเลือกรูปแบบและช่องทางในการจัดจำหน่าย การนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาดในรูปแบบดิจิทัล

(ภาษาอังกฤษ)

Principles and theories for digital marketing, Market knowledge and trends in the digital era, consumer demands and behavior, information searching and information management in marketing, sales promotion, advertising, decision making on sales procedure, the digital launching of products and services into the market

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ จำนวน ๑๕ สัปดาห์ รวม ๔๕ ชั่วโมง	ตามความต้องการของ นักศึกษา โดยการนัดหมาย	ไม่มี	๖ ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ...๓... อาคาร ...๓๗... วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

๓.๒ ปรึกษามานโทรศัพทที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข

๓.๓ ปรึกษามานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)wareya.kg@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

- ๑) เน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- ๒) นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่ม
- ๓) ฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม
- ๔) มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น
- ๕) อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา
- ๖) มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม

๑.๓ วิธีการประเมินผล

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

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- ๑) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการและทฤษฎีพื้นฐานด้านนวัตกรรมการจัดการคุณภาพได้
- ๒) สามารถนำไปประยุกต์ในกิจกรรมด้านนวัตกรรมการจัดการคุณภาพได้
- ๓) เข้าใจ และวิเคราะห์หลักการของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องกับด้านนวัตกรรมการจัดการคุณภาพและสามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นพื้นฐานของนวัตกรรมการจัดการคุณภาพได้

๒.๒ วิธีการสอน

- ๑) ใช้การสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- ๒) จัดให้มีการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงโดยการศึกษาดูงานหรือเชิญผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาเป็น

วิทยากรพิเศษ

- ๓) ฝึกปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) การทดสอบย่อย
- ๒) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
- ๓) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาทำ
- ๔) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ
- ๕) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- ๖) ประเมินจากรายวิชาฝึกประสบการณ์

๓. ทักษะทางปัญญา**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- ๑) มีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้หลักการที่ได้เรียนมาตลอดจนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ในสถานการณ์จริง
- ๒) สามารถแก้ปัญหาด้านการจัดการคุณภาพ ได้โดยนำหลักการต่างๆ มาอ้างอิงได้อย่างเหมาะสม
- ๓) มีความใฝ่หาความรู้

๓.๒ วิธีการสอน

- ๑) ฝึกกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาโดยเริ่มต้นจากปัญหาที่ง่ายและเพิ่มระดับความยากขึ้นเรื่อยๆ
- ๒) จัดการสอนแบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จำลอง
- ๓) มีการปฏิบัติจริงในสถานประกอบการ เพื่อเป็นการเรียนวิธีการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินตามสภาพจริงจากผลงาน และการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน
- ๒) การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

๔. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**

- ๑) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี
- ๒) มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย
- ๓) สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรที่ไปปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี
- ๔) มีภาวะผู้นำในการทำงาน

๔.๒ วิธีการสอน

- ๑) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาให้นักศึกษาเรียนรู้แบบร่วมมือ ฝึกการทำงานเป็นกลุ่ม
- ๒) มีการสอดแทรกเรื่องความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม การมีมนุษยสัมพันธ์ การเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- ๑) ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษาในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน
- ๒) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

๕. ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ด้านทักษะในการวิเคราะห์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ**

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

๕.๒ วิธีการสอน

๑) จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้เรียนรู้ด้วยการปฏิบัติในหลากหลายสถานการณ์

๕.๓ วิธีการประเมินผล

๑) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคณิตศาสตร์และสถิติ

๒) ประเมินจากความสามารถในการอธิบาย การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน

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
๑	ปฐมนิเทศการเรียนการสอนของ รายวิชาภาระงาน และการประเมินผล โดยนักศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผน ประเมินผลก่อนการเรียนการสอน - เกริ่นนำเกี่ยวกับการจัดทำ VDO Presentation เพื่อมอบหมายรายงาน	๓	- แนะนำรายวิชา - ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง
๒	ลักษณะทั่วไปของการตลาด	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง
๓	สภาพแวดล้อมทางการตลาด	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๔	ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๕	ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๖	การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางแผนตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง
๗	การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การวางแผนตำแหน่งผลิตภัณฑ์	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง
๘	สอบกลางภาค	๒		อ.วรีญา คลังแสง
๙	การบริหารผลิตภัณฑ์	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง
๑๐	การบริหารราคา	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๑๑	การบริหารการจัดจำหน่ายทางการ ตลาด	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๑๒	การบริหารการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการ	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๑๓	สารสนเทศและเทคโนโลยีทางการ ตลาด	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน	อ.วรีญา คลังแสง
๑๔	กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การปรับเปลี่ยนยุคสมัยทางการตลาด	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียน การสอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วรีญา คลังแสง

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑๕	เศรษฐกิจดิจิทัลความสำคัญและ แนวความคิดของการตลาดดิจิทัล และจรรยาบรรณการตลาดดิจิทัล	๓	- ชักถามประเด็นสงสัยอภิปราย แสดงความคิดเห็น เอกสารประกอบการเรียนการ สอน - สื่อการสอน PowerPoint	อ.วริญา คลังแสง
๑๖	นักศึกษานำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย	๓	- ผู้เรียนนำเสนอรายงานกลุ่ม - กลุ่มผู้ฟังสรุปและอภิปราย ชักถาม - ผู้เรียนและผู้สอนร่วมกันสรุป บทเรียน - ผู้เรียนนำเสนอรายงาน	อ.วริญา คลังแสง
๑๗	สอบปลายภาค	๒		อ.วริญา คลังแสง

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรลำดับที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ประเมิน	สัดส่วน ของการ ประเมินผล
๑	การเข้าชั้นเรียน การมีส่วนร่วม อภิปราย เสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน	ตลอดภาคการศึกษา	๕ %
๒	การปฏิบัติงานกลุ่ม (รูปเล่มรายงานและการนำเสนอ)	ตลอดภาคการศึกษา	๑๕ %
๓	การทดสอบกลางภาค	๘	๓๐ %
๔	ทดสอบย่อย	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐ %
๕	การทดสอบปลายภาค	๑๗	๔๐ %

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) เอกณรงค์ วรสีหะ .(๒๕๖๐).เอกสารประกอบการเรียนการสอน CIM ๑๑๐๓ หลักการตลาด.(พิมพ์โรเนียว)

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) สุดาตวง เรืองรุจิระ.หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:ยงพลเทรดดิ้ง,๒๕๔๐
 ๒) ชาญชัย อาจินสมาจาร.หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:ปัญญาชน,๒๕๕๑
 ๓) สุวสา ชัยสุรัตน์.หลักการตลาด.สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร, ๒๕๕๐..
 ๔) Phillip Kotler. **Principle of Marketing**. Prentice Hall.Inc USA
 ๕) บทความทางด้านการตลาด จากวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ งานวิจัยต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจต่างๆ เช่น ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการ Marketeer Magazine, Search Marketing Magazine, Brandage Magazine

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ๑) www.matichon.co.th.
 ๒) www.brandagemag.com
 ๓) www.marketingthai.or.th,
 ๔) www.manager.com,
 ๕) www.๔ponline.com
 ๖) www.position.com
 ๗) www.businesssthai.co.th
 ๘) www.manager.co.th
 ๙) www.marketeer.co.th
 ๑๐) www.positioningmag.com

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- ศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของการสอนรายวิชา โดยใช้แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา โดยครอบคลุมประเด็นในด้าน คุณธรรมและจริยธรรม ความรู้และทักษะที่นักศึกษาได้รับ และความคิดเห็นเกี่ยวกับวิถีและ กิจกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอน
- การสังเกตพฤติกรรมของผู้เรียนทุกคน ความสนใจและการมีส่วนร่วม

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

- การประเมินการสอนโดยคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย
- การประเมินการสอนโดยโปรแกรมและทีมสอน

การให้ผลสะท้อนกลับจากการประเมินของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

- การปรับปรุงการสอนจากการประเมินผลการสอนโดยอาจารย์ผู้สอน คณะกรรมการประเมิน และนักศึกษา

- โปรแกรมมีการประชุมเพื่อวางแผนการสอนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ ๑ ครั้ง
- มีการศึกษาดูงาน อบรมสัมมนา ในด้านที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยภาคการศึกษาละ ๑ ครั้ง
- การฝึกอบรมเทคนิคในการสอนสมัยใหม่ เทคนิคการถ่ายทอดความรู้และการเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- การพัฒนาโจทย์วิจัยจากชุมชน และทำงานวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น และเพิ่มความเชี่ยวชาญในสาขาวิชา

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

- โปรแกรมมีการสุ่มประเมินข้อสอบ และความเหมาะสมของการให้คะแนนของรายวิชา
- การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา ได้แก่ แบบฝึกหัด รายงาน ข้อสอบ โดยคณะกรรมการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

- การปรับปรุงรายวิชาตามข้อเสนอแนะของการประเมินการสอน และผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์
- แนวทางการวางแผนการปรับปรุงจากรายงานผลการดำเนินการของรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน

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

รายวิชา	๑.ด้านคุณธรรม และจริยธรรม				๒. ด้านความรู้			๓. ด้านทักษะทางปัญญา			๔. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ				๕. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ				
	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔	๑	๒	๓	๔	
CIM๑๒๐๘ การตลาด ยุคดิจิทัล	○	●	○	○	●	○	○	○	●	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ