



รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา SER๒๒๐๘ พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจบริการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	SER๒๒๐๘
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Consumer Behavior in Service Business

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต (๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	บริหารธุรกิจ
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาเอกเลือก

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา

๕. สถานที่ติดต่อ

อาคาร ๕๖ คณะวิทยาการจัดการ

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒/๒๕๖๘
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ จำนวน ๕๐ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๒๘ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๘

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่๒จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

๑. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจถึงความหมาย ลักษณะทั่วไป การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยปัจเจกชน และปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ รวมทั้งอิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

๒. นักศึกษามีการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม เช่น การปฏิบัติตนตามกรอบระเบียบ การมีวินัยในการเรียน ความตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อตนเอง สถาบัน และสังคม

๓. นักศึกษามีการพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ การบูรณาการความรู้ การมีหลักคิดทฤษฎีตามกรอบวิชาชีพ และการประยุกต์ความรู้

๔. นักศึกษามีการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะทางปัญญา เช่น การคิดวิเคราะห์ การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดบูรณาการ

๕. นักศึกษามีการพัฒนาการเรียนรู้ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เช่น การเป็นแบบอย่างที่ดีและเหมาะสม การทำงานเป็นทีม

หมวดที่๓ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป และการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ปัจจัยปัจเจกชน และ ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๔๕ ชั่วโมง	ตามความต้องการ	ไม่มี	๖ ชั่วโมง

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ ชั้น ๒ อาคาร ๕๗ คณะ/วิทยาลัยคณะวิทยาการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๙๓-๙๕๖-๕๖๖๑

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

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line) ไม่มี

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard) ไม่มี

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (๑) กระตุ้นให้ผู้เรียนใช้ดุลยพินิจ ค่านิยม ความมีเหตุผล และกฎเกณฑ์ทางสังคม
- (๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- (๓) เคารพกฎระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
- (๔) ตระหนักถึงความดี-ความรู้ การอยู่ร่วมกันในสังคม

๑.๒ วิธีการสอน

- (๑) ใช้การสอนแบบสื่อสารสองทางเปิดโอกาสให้นักศึกษามีการตั้งคำถามหรือตอบคำถาม
- (๒) อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ การมีวินัยเรื่องเวลา
- (๓) สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม ระหว่างการเรียนการสอนโดยการยกตัวอย่างข่าวหรือกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสำอองที่เกิดขึ้นในสื่อต่างๆ ที่กำลังเป็นที่สนใจ โดยเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม การมีจิตสำนึก การรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัวและสังคม
- (๔) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษามีการใช้เทคโนโลยีประกอบการสอน

๑.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินผลจากคะแนนสอบกลางภาค คะแนนแบบฝึกหัดและคะแนนสอบปลายภาค
- (๒) ประเมินผลจากพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสที่ภาควิชา/คณะจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม การมีสัมมาคารวะต่อผู้อาวุโสและอาจารย์
- (๓) การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียนพฤติกรรมการเข้าชั้นเรียน การตรงต่อเวลาและการส่งงานที่ได้รับ

มอบหมาย

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

- (๑) มีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานต่อการดำเนินชีวิต และที่จำเป็นสำหรับด้านบริหารธุรกิจ
- (๒) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านบริหารธุรกิจ รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน
- (๓) มีความรู้ความเข้าใจและตระหนักในกฎระเบียบ ข้อบังคับหรือสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานและศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ
- (๔) มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหารธุรกิจ

๒.๒ วิธีการสอน

- (๑) ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การสอนบรรยายร่วมกับการสื่อสารสองทาง โดย
- (๒) เน้นให้นักศึกษาหาทางค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม การสอนแบบร่วมมือกันเรียนรู้ (Co-Operative Learning) การสอนแบบศึกษาด้วยตนเอง การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต การสอนแบบ e-Learning ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

๒.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี
- (๒) การทำแบบฝึกหัด
- (๓) การแก้ปัญหาโจทย์กรณีศึกษา

๓. ทักษะทางปัญญา**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

● (๑) สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา

- (๒) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้และประสบการณ์ในสาขาวิชาที่ศึกษา
- (๓) ใช้ทักษะทางวิชาการอย่างถ่องแท้ในการคิดค้น วิเคราะห์และตัดสินใจเลือกทางเลือกใหม่

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) การสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
- (๒) ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหานักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม และระดมสมองในการแก้ไขปัญหา
- (๓) จากกรณีศึกษาตามประเด็นปัญหาที่กำหนดไว้และนำเสนอแนวทางไปสู่การแก้ปัญหา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการตอบปัญหาและการแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ทั้งรายบุคคลและกลุ่ม
- (๒) แบบฝึกหัด
- (๓) การสอบข้อเขียนกลางภาคและปลายภาค

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- (๑) มีภาวะผู้นำและผู้ตามบทบาทที่เหมาะสมในการทำงาน
- (๒) มีความคิดริเริ่มในการวิเคราะห์ และแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์
- (๓) มีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาตนเองและสังคม

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่น และบุคคลภายนอก
- (๒) มอบหมายงานกลุ่มหรือรายบุคคลและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้ให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด
- (๓) กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินตนเองด้วยประเด็นที่กำหนด
- (๒) สังเกตการนำเสนอผลงาน พฤติกรรมการทำงานการมีส่วนร่วม
- (๓) ตรวจสอบผลงาน รายงานการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ**๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา**

- (๑) เลือกและประยุกต์หลักคณิตศาสตร์และเทคนิคทางสถิติ
- (๒) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ
- (๓) ใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) ใช้ PowerPoint ที่น่าสนใจ ชัดเจน ง่ายต่อการติดตามทำความเข้าใจ ประกอบการสอนในชั้นเรียน

(๒) ใช้การสอนผ่านทาง website เพื่อให้นักศึกษาศึกษาเพิ่มเติมและรับทราบการแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต

(๓) การสอนโดยมีการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวอย่างกระตุ้นให้

(๔) การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูลและแหล่งข้อมูล

(๕) นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินทักษะการคำนวณจากเอกสาร

(๒) ประเมินทักษะการสื่อสารการใช้ภาษาพูดจากการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(๓) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และการอภิปราย

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

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนการสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑ Online หรือ on site (๑)	แนะนำรายวิชา แนวการสอน เกณฑ์การวัดประเมินผลการเรียนรู้รายวิชา ชีวิตและสุขภาพ	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๒ Online หรือ on site (๒)	บทที่ ๑ แนวคิดและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๓ Online หรือ on site (๓)	บทที่ ๒ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	
๔ Online หรือ on site (๔)	บทที่ ๓ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค : การจูงใจและบุคลิกภาพ	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๕ Online หรือ on site (๕)	บทที่ ๔ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค :ทัศนคติ	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๖ Online หรือ on site (๖)	บทที่ ๕ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค : การรับรู้	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๗ Online หรือ on site (๖)	บทที่ ๖ ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค : การเรียนรู้	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๘	สัปดาห์สอบกลางภาค			
๙ Online หรือ on site (๗)	บทที่ ๗ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค: ครอบครัว	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๐ Online หรือ on site (๘)	บทที่ ๘ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค: กลุ่มสังคม	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๑ Online หรือ on site (๙)	บทที่ ๙ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค: กลุ่มอ้างอิงและวัฒนธรรม	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	
๑๒ Online หรือ on site (๑๐)	บทที่ ๙ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค: กลุ่มอ้างอิงและวัฒนธรรม (ต่อ)	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๓ On-Demand	บทที่ ๑๐ พฤติกรรมผู้บริโภคและคุณค่าตราสินค้า/บริการ	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๔ On-Demand	บทที่ ๑๐ พฤติกรรมผู้บริโภคและคุณค่าตราสินค้า/บริการ (ต่อ)	๓	บรรยาย อภิปรายร่วมกันระหว่างผู้สอนและผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๕ On-Demand	บทที่ ๑๑ การตลาดบริการ	๓	ผู้เรียนทางออนไลน์โดยบรรยายผ่าน Google Meet และ googel class room บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๖ On-Demand	นำเสนอรายงานกลุ่ม	๓	บรรยายผ่าน Google Meet และสื่อ PowerPoint แบบฝึกหัด บรรยายเนื้อหาเพิ่มเติมทาง Clip VDO ผ่านช่องทาง Youtube	อ.ดร.จิณห์จุฑา ศรีเหรา
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา (Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๑, ๑.๒, ๑.๓	พฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ / เวลาเรียน การปฏิบัติงานเดี่ยว : ๑. กิจกรรมตามใบงาน ๒. ทดสอบความรู้ความเข้าใจ	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐%
๒.๑		ตลอดภาคการศึกษา	๒๐%
๑.๔, ๔.๓	การปฏิบัติงานกลุ่ม : การวิเคราะห์กรณีตัวอย่าง การทดสอบย่อย การทดสอบปลายภาค	ตลอดภาคการศึกษา	๑๐%
๒.๑, ๓.๑, ๕.๑, ๕.๒, ๕.๓		สัปดาห์ที่ ๘	๓๐%
		สัปดาห์ที่ ๑๗	๓๐%

หมวดที่๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน**๑. ตำราและเอกสารหลัก**

เอกสารเกี่ยวกับธุรกิจด้านความงามของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ข้อมูล Internet ตามผู้สอนแนะนำ

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ไม่มี

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา**๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา**

การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา ได้แก่ วิธีการสอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับพร้อม ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

ประเมินจากการสังเกตการณ์สอนโดยอาจารย์ในภาควิชา

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- การสังเกตการณ์สอนของผู้ร่วมทีมการสอน
- ผลการสอบ
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ ๒ จึงมีการปรับปรุงการสอน กำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิภาพของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ. กำหนดทุกภาคการศึกษา โดยการจัดกิจกรรมในการระดมสมองเพื่อหาหรือปัญหาการเรียนรู้นักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- สัมมนาการจัดการเรียนการสอน
- การวิจัยในและนอกชั้นเรียน

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้นักศึกษา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปตามรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในวิชา ได้จาก การสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการทดสอบกลางภาคและหลังการออกผลการเรียน รายวิชาความเหมาะสมของการให้คะแนน มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์อื่น หรือผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร
- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้นักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

จากผลการประเมิน และทวนสอบผลสัมฤทธิ์ประสิทธิผลรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ผลการประเมินโดยคณะกรรมการประเมินการสอนของภาควิชา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา ในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อประธานกรรมการบริหารหลักสูตรเพื่อนำเข้าที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตร พิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป โดยหลักสูตรได้มีการวางแผนการปรับปรุงการสอน และรายละเอียดวิชา เพื่อให้เกิดคุณภาพมากขึ้น ดังนี้

- ปรับปรุงรายวิชาทุก ๓ ปี หรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ ๔
- เปลี่ยนหรือสลับอาจารย์ผู้สอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองในเรื่องการประยุกต์ความรู้กับปัญหาที่มาจากงานวิจัยของอาจารย์ หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม							ความรู้					ทักษะทาง ปัญหา			ทักษะ ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ ระหว่างบุคคล และความ รับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิง ตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ				ทักษะ ด้าน อื่น ๆ
	●ความรับผิดชอบหลัก							○ความรับผิดชอบรอง															
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๔	
รหัสวิชา SER๒๒๐๘						●					●				●			●				●	
ชื่อรายวิชา พหุติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจ บริการ																							

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ