



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา RFM1223 รายวิชา การตลาดและการสื่อสาร

สาขาวิชา การจัดการอสังหาริมทรัพย์และทรัพยากรอาคาร

คณะ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๒ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	RFM ๑๒๒๓
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	การตลาดและการสื่อสาร
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต (๓ - ๐- ๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (การจัดการอสังหาริมทรัพย์และบริหารทรัพยากรอาคาร)
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	หมวดวิชาเฉพาะด้าน

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี

๕. สถานที่ติดต่อ

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม / E – Mail piamchan.do@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่	๒ ชั้นปีที่ ๑
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้	ประมาณ ๒๘ คน

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

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

๙. สถานที่เรียน

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุง
รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

๓๐ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในด้านการตลาด ซึ่งนักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนและดำเนินการเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด กล่าวคือจะต้องมีการวางแผนและพัฒนาด้านกลยุทธ์ด้านสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนประยุกต์เอาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร การตลาดแบบผสมผสานมาใช้ในการบริหารทรัพยากรอาคาร และนักการตลาดจะต้องเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงหรือการตลาดเชิงกิจกรรมให้สื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- ๒.๑ เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจในหลักการตลาดและกระบวนการทางการตลาด
- ๒.๒ เพื่อให้ นักศึกษามีความเข้าใจกระบวนการสร้างแนวคิดทางการตลาด และการนำไปใช้กับการบริหารทรัพยากรอาคาร
- ๒.๓ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้และเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมนุษย์ รวมถึงคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ
- ๒.๔ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความสามารถในการคิด และการวางแผนการทำงานในด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสามารถวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรอาคาร

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

หลักการตลาด การนาทฤษฎีการตลาดและการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้กับการบริหารทรัพยากรอาคาร ระบบการตลาด และเป้าหมาย พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การศึกษาคู่แข่ง การวางแผนและการสร้างกลยุทธ์ ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อในการกำหนดวัตถุประสงค์ งบประมาณและการดาเนินการ การส่งเสริมการขาย ตลอดจนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน(ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
๓ ชั่วโมงต่อสัปดาห์			๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น ๑ ชั่วโมง / สัปดาห์)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้อง ๔๗๐๒A ชั้น๒ อาคาร ๔๗ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๑-๖๒๒๒๓๖๐

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

๓.๔ ปรึกษาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook/Twitter/Line)

Line

๓.๕ ปรึกษาผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Internet/Webboard)

Google Classroom, Kahoot

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑.คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรม

- ๑. มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีจรรยาบรรณทางวิชาการ และวิชาชีพ
- ๒. มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมสามารถปฏิบัติตามระเบียบขององค์กรและสังคม
- ๓. มีภาวะความเป็นผู้นำและผู้ตาม สามารถทำงานเป็นทีม และสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งและลำดับความสำคัญ
- ๔. เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

กำหนดให้มีวัฒนธรรมองค์กรเพื่อเป็นการปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียนให้ตรงเวลาตลอดจนการแต่งกายที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย นักศึกษาต้องมีความรับผิดชอบโดยในการทำงานกลุ่มต้องฝึกให้รู้หน้าที่ของการเป็นผู้นำกลุ่มและการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีความซื่อสัตย์โดยต้องไม่กระทำการทุจริตในการสอบหรือลอกการบ้านของผู้อื่น นอกจากนี้อาจารย์ผู้สอนทุกคนต้องสอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการสอนทุกรายวิชา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม เช่น การยกย่องนักศึกษาที่ทำดี ทำประโยชน์แก่ส่วนรวม เสียสละ

๑.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรม

- ๑. ประเมินจากความเอาใจใส่ และความขยันในการร่วมกิจกรรมในชั้นเรียน
- ๒. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่กำหนด การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ
- ๓. ประเมินจากความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

๒. ความรู้**๒.๑ ผลการเรียนรู้ด้านความรู้**

๑. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชา
๒. มีความรู้ ความเข้าใจในองค์ความรู้ทางด้านอื่นที่สัมพันธ์ในองค์ความรู้ในรายวิชา โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม
๓. มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานโดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์
๔. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

๒.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในพัฒนาการเรียนรู้ด้านความรู้

ใช้การเรียนการสอนในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นหลักการทางทฤษฎี และประยุกต์ทางปฏิบัติในสภาพแวดล้อมจริง โดยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ให้เป็นไปตามลักษณะของรายวิชาตลอดจนเนื้อหาสาระของรายวิชานั้นๆ

๒.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความรู้

- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการปฏิบัติของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ คือ
๑. การทดสอบย่อย
 ๒. การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน
 ๓. ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ
 ๔. ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน

๓. ด้านทักษะทางปัญญา**๓.๑ ผลการเรียนรู้ด้านทางปัญญา**

๑. คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
๒. สามารถสืบค้น ตีความ ประมวลข้อมูล และประเมินผล เพื่อใช้ในการระบุ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
๓. สามารถติดตาม ประเมินผลและรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

๓.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในพัฒนาการเรียนรู้ด้านทางปัญญา

๑. คิดอย่างมีวิจารณญาณและอย่างเป็นระบบ
๒. สามารถสืบค้น ตีความ ประมวลข้อมูล และประเมินผล เพื่อใช้ในการระบุ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์
๓. สามารถติดตาม ประเมินผลและรายงานผลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

๓.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านทางปัญญา

ประเมินตามสภาพจริงจากผลงานและการปฏิบัติของนักศึกษา เช่น ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน การทดสอบโดยใช้แบบทดสอบหรือสัมภาษณ์ เป็นต้น

๔. ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ผลการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

- ๑. สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่างๆ ในกลุ่มทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมทำงาน
- ๒. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมองค์กรได้เป็นอย่างดี
- ๓. มีความรับผิดชอบในการกระทำของตนเองและรับผิดชอบงานในกลุ่ม และ รับผิดชอบต่อการพัฒนาการเรียนรู้ ทั้งของตนเองและทางวิชาชีพ อย่างต่อเนื่อง

๔.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในพัฒนาการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ใช้การสอนที่มีการกำหนดกิจกรรมให้มีการทำงานเป็นกลุ่ม การทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้อื่น ข้ามหลักสูตร ข้ามคณะ บุคคลภายนอก หน่วยงานภายนอก หรือต้องค้นคว้าหาข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลอื่น หรือผู้มีประสบการณ์

๔.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

ประเมินจากพฤติกรรมและการแสดงออกของนักศึกษา ในการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน และสังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูล

๕. ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี

๕.๑ ผลการเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี

- ๑. ทักษะการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อตัดสินใจอย่างสร้างสรรค์ในการแปลความหมายและเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือข้อโต้แย้ง
- ๒. สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการพูดและการเขียน รู้จักเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- ๓. สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคนิคการสื่อสารที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลการแปลความหมาย และการสื่อสารสารสนเทศ

๕.๒ กลยุทธ์การสอนที่ใช้ในพัฒนาการเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี

จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาต่างๆ ให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์สถานการณ์จำลอง ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข และสถานการณ์เสมือนจริง และนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เรียนรู้เทคนิคการประยุกต์เทคโนโลยีในหลากหลายสถานการณ์

๕.๓ กลยุทธ์การประเมินผลการเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี

ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยใช้ทฤษฎี การเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี หรือคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง ประเมินจากความสามารถในการอธิบายถึงข้อจำกัด เหตุผลในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ การอภิปราย กรณีศึกษาต่างๆ ที่มีการนำเสนอต่อ ชั้นเรียน

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	แนะนำรายวิชา ความเข้าใจใน กระบวนการเรียนการสอน และประเมินพื้น ความรู้ ของนักศึกษา	๓	การบรรยายและการอภิปราย	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๒	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับหลักการตลาด และ ทฤษฎีการตลาด -แนวโน้มการตลาดในปัจจุบัน -การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ -การจัดการด้านการตลาด -ตราสินค้าBrand	๓	บรรยาย - กรณีศึกษา	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๓	กระบวนการทางการตลาด	๓	บรรยาย - กรณีศึกษา - โครงการบริการวิชาการ จ.นครปฐม	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๔	ระบบการตลาดและตลาดเป้าหมาย -ความหมาย/ความสำคัญของระบบการตลาด และตลาดเป้าหมาย -พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	๓	การบรรยายและการอภิปราย	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๕	งบประมาณและการดำเนินการ การส่งเสริม การขาย -งบประมาณทางการตลาด - ความหมายของการส่งเสริมการขาย -รูปแบบของการส่งเสริมการขาย	๓	บรรยาย - กรณีศึกษา - โครงการบริการวิชาการ จ.นครปฐม	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๖	การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ความหมายในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	๓	การบรรยายและการ อภิปราย	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๗	การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า	๓	การบรรยายและการ อภิปราย	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	ความหมายในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (ต่อ)			ดวงมณี
๘	เนื้อหาสัปดาห์ที่ ๑-๗	๓	สอบเก็บคะแนนกลางภาค	
๙	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ -ความหมาย/ วัตถุประสงค์ -กระบวนการประชาสัมพันธ์ -การวางแผนและการสร้างกลยุทธ์ ในการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อในการกำหนดวัตถุประสงค์ -ความหมายในการวัตถุประสงค์ -สื่อโฆษณา และประเภทของสื่อโฆษณาต่างๆ -ความสำคัญของการวางแผนงาน ประชาสัมพันธ์ -ขั้นตอนในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ -ประเภทและคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์	๓	ให้นักศึกษาค้นคว้า การทำ ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และนำมา ประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ หลักสูตร	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๐	การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ -ความหมายการติดต่อสื่อสาร -กระบวนการในการติดต่อสื่อสาร	๓	-บรรยาย/ กรณีศึกษา และสนทนาร่วมกัน	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๑	บทบาท อิทธิพล และความรับผิดชอบของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่อสังคม -ความหมายของความรับผิดชอบต่อ การ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่อสังคม	๓	-บรรยาย - สืบค้นข้อมูล	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๒	จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม -ความหมายของจริยธรรม -ความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม -ความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสังคม	๓	-บรรยาย -ให้นักศึกษาค้นคว้าประเด็น ESG ของบริษัทในธุรกิจ PROP CON	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๓	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ -กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการตลาด	๓	การบรรยาย	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
	-กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ -กฎหมายในงานโฆษณาและงาน ประชาสัมพันธ์			
๑๔	โครงการกลุ่ม และการนำเสนอ	๓	นำเสนอโครงการในชั้นเรียน	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๕	โครงการกลุ่ม และการนำเสนอ	๓	นำเสนอโครงการในชั้นเรียน	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๖	โครงการกลุ่ม และการนำเสนอ	๓	นำเสนอโครงการในชั้นเรียน	อ.ดร.เปี่ยมจันทร์ ดวงมณี
๑๗	เนื้อหาสัปดาห์ที่ ๙-๑๓	๓	สอบปลายภาค	

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา
(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑	คะแนนกิจกรรมในชั้นเรียน เข้าชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐ คะแนน
๒	คะแนนรายงาน ๒ ครั้ง	๑๒,๑๔	๒๐ คะแนน
๓	คะแนนสอบย่อย ๒ ครั้ง	๕,๑๔	๑๕ คะแนน
๔	คะแนนสอบกลางภาค	๖	๒๕ คะแนน
๕	คะแนนสอบปลายภาค	๑๖	๓๐ คะแนน
			รวม ๑๐๐ คะแนน

หมวดที่ ๒ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิจ. (2544). การบริหารจัดการในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: สยามพริ้นท์ แอนด์ แพ็ค จำกัด.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) Jackson, J. (2000). Value-added service. Evolution. No.4/2000, 4-6.
- ๒) ยุค ศรีอาริยะ. (2544). มายาโลกาภิวัดน์: สงครามเศรษฐกิจยุคไร้พรมแดน พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท

อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), 164-166.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) Jackson, J. (2000). Value-added service. Evolution. No.4/2000, 4-6.

หมวดที่ ๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ได้แก่ การสอน การจัดกิจกรรมในและนอกห้องเรียน อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนที่มีผลการเรียนรู้

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

(ระบุวิธีการประเมินที่จะได้ข้อมูลการสอน เช่น จากผู้สังเกตการณ์ หรือทีมผู้สอน หรือผลการเรียนของนักศึกษา เป็นต้น)

ประเมินโดยคณะฯ แต่งตั้งคณะกรรมการประเมิน มีการสังเกตการสอนจากอาจารย์หัวหน้าสาขาวิชา และการประเมินจากนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

(อธิบายกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอน เช่น คณะ/ภาควิชามีการกำหนดกลไกและวิธีการปรับปรุงการสอนไว้อย่างไรบ้าง การวิจัยในชั้นเรียน การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน เป็นต้น)

.....

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

(อธิบายกระบวนการที่ใช้ในการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ของรายวิชา เช่น ทวนสอบจากคะแนนข้อสอบ หรืองานที่มอบหมาย กระบวนการอาจจะต่างกันไปสำหรับรายวิชาที่แตกต่างกัน หรือสำหรับมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้าน)

สาขาวิชามีการประเมินข้อสอบ และพิจารณาเกณฑ์การให้คะแนน รวมถึงผลคะแนนของนักศึกษาในแต่ละเทอม

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

(อธิบายกระบวนการในการนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินจากข้อ ๑ และ ๒ มาวางแผนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ)

สาขาวิชา มีระบบทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษาและจากคณะกรรมการของคณะ ฯ การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหาที่สอนและกลยุทธ์ที่ใช้สอน และนำเสนอ แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา เสนอต่อคณะกรรมการประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุง พร้อมนำเสนอภาควิชาและคณะฯ เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

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

รหัสวิชา	รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม					ความรู้				ทักษะทาง ปัญญา			ทักษะทาง ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและ ความรับผิดชอบต่อ สังคม				ทักษะการ วิเคราะห์เชิง ตัวเลขและ การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3	4	1	2	3
RFM๑๒๒๓	การตลาดและการสื่อสาร	●		○				●		○	○	●		●			○		○	●

ความรับผิดชอบในแต่ละด้านสามารถเพิ่มลดจำนวนได้ตามความรับผิดชอบ