



รายละเอียดของรายวิชา(Course Specification)

รหัสวิชา MKT ๒๑๑๐ รายวิชา ภาษาอังกฤษทางการตลาด

สาขาวิชา การตลาด คณะคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษา ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๔

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา MKT ๒๑๑๐
ชื่อรายวิชาภาษาไทย ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ English for Marketing

๒. จำนวนหน่วยกิต

๓ หน่วยกิต ๓(๓-๐-๖)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต
๓.๒ ประเภทของรายวิชา หมวดวิชาเฉพาะ(วิชาภาษาอังกฤษสำหรับวิชาชีพ)

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา -
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส

๕. สถานที่ติดต่อ

ห้องพักอาจารย์ชั้น ๒ อาคาร ๕๓/ คณะวิทยาการจัดการ
E-mail supattra.ka@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑/๒๕๖๔ ชั้นปีที่ ๓
๖.๒ จำนวนผู้เรียนที่รับได้ ประมาณ ๕๕ คน

๗. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน(Pre-requisite)

๘. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน(Co-requisites) ไม่มี

๙. สถานที่เรียน

คณะวิทยาการจัดการ

๑๐. วันที่จัดทำหรือปรับปรุง

วันที่ ๑ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔

รายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารด้านการตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ การติดต่อธุรกรรมทางการเงิน การธนาคาร ตลอดจนการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางในการจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- (๑) ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และเหตุการณ์ปัจจุบัน
- (๒) ปรับปรุงกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนโดยเปิดโอกาสให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการสื่อสารภาษาอังกฤษในและนอกชั้นเรียนโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอ

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

ภาษาอังกฤษเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ภายในประเทศและการตลาดระหว่างประเทศ การนำเสนอข้อมูลทางธุรกิจ การนำเข้าและส่งออก การขนส่งสินค้า การติดต่อธุรกรรมธนาคาร การตลาดบริการ การให้ข้อมูลทางผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

English for integrated domestic and international marketing communication; Presentation of Business information; Import and export; Freight; communications on banking transaction business; Service marketing; Giving information on products, price, distribution channels and marketing promotions

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๔๕ ชั่วโมง ต่อภาคการศึกษา (ไม่รวมสัปดาห์สอบกลางภาค และปลายภาค)	สอนเสริมตามความจำเป็น ของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงาน ภาคสนาม	๙๐ ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ห้องพักอาจารย์ชั้น ๒ อาคาร ๕๗ คณะวิทยาการจัดการ

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

☐ ๑) มีจิตสำนึกและตระหนักในคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความเสียสละและความซื่อสัตย์สุจริต และมีจิตอาสา

☒ ๒) มีวินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่องาน สังคม และสิ่งแวดล้อม

☐ ๓) มีพฤติกรรมที่แสดงถึงการเคารพสิทธิของผู้อื่นและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) สอดแทรกประสบการณ์และเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นทางธุรกิจหรือยกตัวอย่างเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมประกอบระหว่างการเรียนการสอน

(๒) กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม เช่น มารยาทในการเข้าเรียน การทำงานร่วมกับผู้อื่น และเป็นผู้มีจิตสาธารณะ

(๓) อภิปรายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ผู้สอน และการนำเสนอผลงาน

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) สังเกตพฤติกรรมการเข้าเรียน การทำงานเป็นกลุ่มหรือทีม และการถาม ตอบเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม

(๒) ตรวจให้คะแนนและประเมินจากผลงานที่ได้รับมอบหมายให้ทำ เช่น การส่งงานตามที่ได้รับมอบหมาย ตรงตามเวลาที่กำหนด

(๓) ประเมินผลการนำเสนอรายงานตามที่ได้รับมอบหมาย

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

☒ (๑) มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาที่ศึกษา

☒ (๒) สามารถติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีความรู้ในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

☐ (๓) สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายและอภิปรายศัพท์เทคนิคทางการตลาดเพื่อใช้ในการสื่อสารทาง ธุรกิจในปัจจุบัน

(๒) บรรยายและถามตอบเพื่อทดสอบความรู้และความเข้าใจในบทเรียน

(๓) ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดเป็น ภาษาอังกฤษ

(๔) ทำแบบฝึกหัด ทำแบบทดสอบย่อยเพื่อติดตามพัฒนาการการเรียนรู้ของ นักศึกษา

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) สังเกตพฤติกรรมการถามตอบ ประเมินจากการอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน

(๒) ประเมินจากประสิทธิภาพของการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(๓) ทดสอบย่อย สอบกลางภาคและปลายภาค

๓. ทักษะทางปัญญา**๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา**

- ☐ ๑) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ
- ☐ ๒) สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารสนเทศ เพื่อให้เกิดทักษะในการแก้ปัญหา
- ☒ ๓) สามารถประยุกต์ความรู้ ทักษะ และวิจารณ์ญาณ ในการแก้ปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

๓.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและอภิปรายเกี่ยวกับศัพท์ธุรกิจที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทาง การตลาด
- (๒) บรรยายและฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ข้อมูลจากข่าวและสิ่งพิมพ์ในหัวข้อธุรกิจเป็นภาษาอังกฤษ
- (๓) ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดเป็น ภาษาอังกฤษ
- (๔) ใช้สื่อวีดิทัศน์และโสตทัศนในการยกตัวอย่างประกอบการสอน

๓.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน เช่น การโต้ตอบกับอาจารย์ ผู้สอน การทำงานร่วมกับผู้อื่น
- (๒) ประเมินจากการฝึกปฏิบัติปฏิบัติการนำเสนอในชั้นเรียนตามที่ได้รับ มอบหมาย
- (๓) ประเมินจากการสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ**๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา**

- ☐ ๑) มีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- ☐ ๒) สามารถทำงานเป็นทีมในบทบาทของผู้นำหรือผู้ร่วมงาน ตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- ☐ ๓) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี

๔.๒ วิธีการสอน

- (๑) ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัตินำเสนอร่วมกันในชั้นเรียน
- (๒) ให้นักศึกษาอภิปรายร่วมกันในชั้นเรียน

๔.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากกระบวนการทำงาน และผลงานที่ทำเป็นกลุ่ม
- (๒) ประเมินจากความเป็นผู้มีจิตสาธารณะ เช่น การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การเคารพ ความเห็นที่แตกต่าง และความเอื้อเฟื้อต่อผู้อื่น

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

- ☐ ๑) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคนิคทางคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม
- ☒ ๒) สามารถเลือกวิธีการสื่อสารและรูปแบบการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ☐ ๓) สามารถเลือกและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

๕.๒ วิธีการสอน

- (๑) บรรยายและอภิปรายเกี่ยวกับศัพท์ธุรกิจที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร
- (๒) บรรยายและอภิปรายเกี่ยวกับข้อมูลทางธุรกิจมอบหมายให้ผู้เรียนสืบค้นข้อมูลจากเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (๓) ฝึกปฏิบัติการนำเสนอผลงานศึกษาค้นคว้าโดยใช้เทคโนโลยี ประกอบการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ

๕.๓ วิธีการประเมินผล

- (๑) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน เช่น การโต้ตอบกับอาจารย์ผู้สอนและการทำงานร่วมกับผู้อื่น
- (๒) ประเมินจากการฝึกปฏิบัตินำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าในชั้นเรียนตามที่ได้รับมอบหมาย
- (๓) ประเมินจากการสอบกลางภาคและปลายภาคเรียน

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล**๑. แผนการสอน**

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	- Course Description - Introduction to Business English for Marketing	๓	- แนะนำรายวิชาและการประเมินผลการเรียนรู้ แนะนำการเรียนการสอนออนไลน์ - บรรยายประกอบ power point เอกสารประกอบการสอน	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส
๒	Introduction to Business English for Marketing Marketing mix	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส
๓	Customer Behavior	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส
๔	Planning & Marketing Strategy	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ซักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ภาส

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ภาส
๕	Product Descriptions	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๖	Price Communication	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๓/	Distribution and Channels	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๘	สอบกลางภาค			
๙	Promotion and Advertising Communication	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๐	Integrated Marketing Communication (IMC)	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๑	Branding	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียนรู้ การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
			- ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ภาส
๑๒	Direct Mail and E-mail	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๓	Online Shopping and Mail Order	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๔	Import and Export Communication	๓	- บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย - ฝึกปฏิบัติในชั้นเรียน - มอบหมายกิจกรรมนอกชั้นเรียน - ให้ทำคำถามทบทวนท้ายบท	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๕-๑๖	Presenting Marketing Information Professionally	๓	- นำเสนอหน้าชั้นเรียน - ชักถามในประเด็นที่สนใจ/สงสัย	ผศ.ดร.สุพัตรา กาญจน์ ภาส
๑๗	สอบปลายภาค			

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	ลำดับที่ ประเมิน	สัดส่วน ของการประเมินผล
๑.๒	๑) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย และการร่วมกิจกรรม ๒) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของ	ตลอดภาคเรียน	๑๐%

	นักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม ๓) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ และไม่ ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ๔) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย ๕) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็น ของผู้อื่น		
๒.๑-๒.๒	การสอบกลางภาค การสอบปลายภาค	๘ ๑๓'	๓๐% ๓๐%
๒.๓, ๓.๒	๑) ประเมินการบูรณาการความรู้ ๒) ประเมินจากทักษะการคิดของนักศึกษา ๓) ประเมินจากการนำเสนอการอภิปรายกลุ่ม	ตลอดภาคเรียน	๒๐
๔.๑	๑) ประเมินความรับผิดชอบต่องานที่มอบหมาย ๒) ประเมินผลจากการเข้าร่วมทำกิจกรรมกลุ่ม	ตลอดภาคเรียน	๕
๕.๒	๑) ประเมินผลจากความสามารถการค้นคว้าโดยใช้ เทคโนโลยีทางการศึกษา ๒) ประเมินผลด้านความสามารถในการสื่อสารผ่าน การอภิปรายกลุ่มและการนำเสนองานที่มอบ	ตลอดภาคเรียน	๕

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

- ๑) สุพัตรา กาญจน์ภาส (๒๕๖๘). เอกสารประกอบการสอนวิชาภาษาอังกฤษทางการตลาด. คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

๒. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

- ๑) Farrall, C., & Lindsley, M. Professional English in Use: Marketing. Cambridge: Cambridge University Press.
- ๒) Gore, S., English for Marketing and Advertising. Oxford University Press.

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

<https://www.businessenglishpod.com/category/marketing/>

หมวดที่ ๓/ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบทดสอบก่อนเรียน
- แบบทดสอบกลางภาคและปลายภาค
- การอภิปรายระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน
- การสะท้อนคิดของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสังเกตพฤติกรรมผู้เรียน
- ผลการสอบ/ การเรียนรู้
- การทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

๓. การปรับปรุงการสอน

- ปรับปรุงแนวทางการจัดการเรียนการสอนจากการสอบถามนักศึกษา และผลการประเมินการจัดการเรียนการสอนโดยนักศึกษา โดยการนำเสนอในที่ประชุมอาจารย์ผู้สอนร่วม

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การทวนสอบในระดับรายวิชา ผู้สอนให้นักศึกษาประเมินการเรียนการสอนในรายวิชา มีคณะกรรมการพิจารณาความเหมาะสมให้เป็นไปตามแผนการสอน มีการประเมินข้อสอบโดยคณะกรรมการประเมินข้อสอบประจำสาขาวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงคุณภาพรายวิชาทุกปี ตามผลประเมินการจัดการเรียนการสอนในภาคเรียนนั้นๆ

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

รายวิชา	คุณธรรม จริยธรรม			ความรู้			ทักษะทางปัญญา			ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ			ทักษะด้านอื่นๆ
	● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง															
หมวดวิชาศึกษาทั่วไป	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	๑	๒	๓	
รหัสวิชา MKT ๒๑๑๐ ชื่อรายวิชา (ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด)	○	●	○	●	●	○	○	○	●	○	○	○	○	●	○	