รายละเอียดของรายวิชา (Course Specification)

รหัสวิชา MMI๕๕๒๐ รายวิชา นวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ภาคการศึกษาที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๖๘

หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา	MMI๕๕๒๐
ชื่อรายวิชาภาษาไทย	นวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม
ชื่อรายวิชาภาษาอังกฤษ	Innovation for Business and Society

๒. จำนวนหน่วยกิต ๓(๓-๐-๙)

๓. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

๓.๑ หลักสูตร	หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ
๓.๒ ประเภทของรายวิชา	วิชาบังคับ

๔. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

๔.๑ อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา	อาจารย์ ดร.แก่นเพชร ศรานนทวัฒน์
๔.๒ อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.แก่นเพชร ศรานนทวัฒน์

๕. สถานที่ติดต่อ วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E – Mail : Kanpetch.sa@ssru.ac.th

๖. ภาคการศึกษา / ชั้นปีที่เรียน

๖.๑ ภาคการศึกษาที่ ๑ / ๒๕๖๘

๖.๒ ภาคพิเศษ รุ่น ๑๕ หมู่เรียน ๐๑

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

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

๙. สถานที่เรียน วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

๑๐.วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด วันที่ ๓ เดือน ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗

หมวดที่ ๒ จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

๑. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานของนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม มีความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการการออกแบบเชิงนวัตกรรมในการพัฒนาแผนธุรกิจเพื่อสังคม โดยคำนึงถึงประโยชน์ทางด้านสังคม และเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแสดงภาครัฐกับตัวแสดงอื่นๆ ตลอดจนแนวโน้มของหลักการนวัตกรรมในปัจจุบัน

๒. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีทางด้านนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม และสามารถนำเอาไปประยุกต์ใช้ได้ในการประกอบอาชีพทั้งในองค์การภาครัฐและภาคเอกชน

หมวดที่ ๓ ลักษณะและการดำเนินการ

๑. คำอธิบายรายวิชา

(ภาษาไทย) แนวคิดและทฤษฎีนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม ความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการการออกแบบเชิงนวัตกรรมในการพัฒนาแผนธุรกิจเพื่อสังคม กระบวนการนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม การบูรณาการเทคโนโลยีและการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจและสังคม ความสำคัญของสารสนเทศในเชิงพาณิชย์ การนำสารสนเทศมาใช้พัฒนาศักยภาพธุรกิจและสังคมในการแข่งขันและการพัฒนาแผนกลยุทธ์ นวัตกรรมห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ความเป็นผู้นำแบบเชิงพลวัตต่อนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม

(ภาษาอังกฤษ) Concepts and theories of innovation for business and society, creativity and innovative design process for developing social business plans, Innovation process for business and society, technology Integration and application for business and social benefits, importance of commercial information, adoption of information to develop business and social potential for competitive advantage and development of strategic plan, value chain innovations of electronic business and development of becoming modern entrepreneurship, and dynamic leadership towards innovation for business and society.

แนวคิดความยั่งยืนและการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคม กระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ กระบวนการออกแบบเชิงนวัตกรรม บูรณาการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศในธุรกิจเพื่อสังคม วิเคราะห์และออกแบบแผนธุรกิจเพื่อสังคม วิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประเมินผลกระทบทางสังคม วางแผนนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคมในบริบทของห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจ และการสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

Concepts of sustainability and social business development; creative thinking processes; innovation-driven design processes; integration of technology and information systems in social enterprises; analysis and design of social business plans; social return on investment analysis; social and environmental responsibility; social impact assessment; innovation for business and society planning within the context of the business value chain; and creation of new-generation entrepreneurs driven by innovation

๒. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย (ชั่วโมง)	สอนเสริม (ชั่วโมง)	การฝึกปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน (ชั่วโมง)	การศึกษาด้วยตนเอง (ชั่วโมง)
บรรยาย ๔ ชั่วโมงต่อสัปดาห์	สอนเสริมตามความต้องการ ของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	การศึกษาด้วยตนเอง ๖ ชั่วโมงต่อสัปดาห์

๓. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

(ผู้รับผิดชอบรายวิชาโปรดระบุข้อมูล ตัวอย่างเช่น *๑ ชั่วโมง / สัปดาห์*)

๓.๑ ปรึกษาด้วยตนเองที่ห้องพักอาจารย์ผู้สอน ชั้น ๓ ห้อง ผู้อำนวยการสำนักทรัพย์สินและรายได้

๓.๒ ปรึกษาผ่านโทรศัพท์ที่ทำงาน / มือถือ หมายเลข ๐๘๑ ๒๔๒ ๖๗๖๒

๓.๓ ปรึกษาผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) Kanpetch.sa@ssru.ac.th

หมวดที่ ๔ การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

๑. คุณธรรม จริยธรรม

๑.๑ คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ○ (๑) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวันได้
- ● (๒) พัฒนาผู้เรียนมีความรับผิดชอบตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีวินัย ตรงต่อเวลา โดยคำนึงถึงประโยชน์ต่อส่วนร่วมเป็นหลัก
- ○ (๓) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถปฏิบัติงานได้ครบถ้วนตามจรรยาบรรณวิชาชีพ

๑.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยายพร้อมยกตัวอย่างประกอบ และสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม

(๒) อภิปรายกลุ่มและวิเคราะห์กรณีศึกษา

๑.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) พฤติกรรมการเข้าเรียน และส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามขอบเขตที่ให้และตรงเวลา

(๒) ประเมินผลการนำเสนอรายงานที่มอบหมายและการเข้าร่วมกิจกรรมในรายวิชา

(๓) ปริมาณการกระทำทุจริตในการสอน

๒. ความรู้

๒.๑ ความรู้ที่ต้องพัฒนา

○ (๑) พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการหลักการตลาด กับการบริหารการจัดการทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างกว้างขวาง และทันสมัยต่อสถานการณ์โลก

● (๒) พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ และตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านนโยบายสาธารณะ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

๒.๒ วิธีการสอน

(๑) บรรยาย อภิปราย การทำงานกลุ่ม การนำเสนอรายงาน การวิเคราะห์กรณีศึกษา และมอบหมายให้ค้นคว้าหาบทความ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสรุปและนำเสนอที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

๒.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ทดสอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎี

(๒) ประเมินผลจากการนำเสนอและงานที่ได้รับมอบหมาย

๓. ทักษะทางปัญญา

๓.๑ ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

○ (๑) พัฒนาผู้เรียนให้คิดอย่างมีวิจารณญาณ และอย่างเป็นระบบ

○ (๒) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถประมวล ศึกษาข้อมูล เพื่อวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาสาธารณะและความขัดแย้ง รวมทั้งหาสามารถเสนอแนวทางในการกำหนดหลักการตลาด เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาหลักการตลาด ได้อย่างเหมาะสม ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก อย่างเป็นระบบ

○ (๓) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางด้านหลักการตลาด ภาคทฤษฎี ภาคปฏิบัติ ไปใช้ประโยชน์ในการฝึกประสบการณ์ภาคสนามและการปฏิบัติงานจริงตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมในอนาคต

● (๔) พัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการบูรณาการความรู้ทางด้านหลักการตลาด เข้ากับความรู้ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๓.๒ วิธีการสอน

(๑) การมอบหมายให้นักศึกษาจัดทำรายงาน และนำเสนอรายงาน

(๒) อภิปรายกลุ่ม

(๓) วิเคราะห์กรณีศึกษา

๓.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากการนำเสนอรายงานและงานที่ได้รับมอบหมาย

๔. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

๔.๑ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

○ (๑) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลหลากหลายอาชีพทั้งภาครัฐและเอกชน โดย

เฉพาะงานหลักการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

● (๒) พัฒนาผู้เรียนให้มีความเป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

○ (๓) พัฒนาผู้เรียนให้มีความรับผิดชอบและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

๔.๒ วิธีการสอน

(๑) จัดกิจกรรมการทำงานและมอบหมายงานเป็นรายกลุ่ม

(๒) สอดแทรกประสบการณ์และยกตัวอย่าง

๔.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) ประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมายและการนำเสนอของกลุ่ม

(๒) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ

๕. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๕.๑ ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

○ (๑) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการศึกษากระบวนการหลักการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับการปฏิบัติงานทั้งภาครัฐและเอกชน

● (๒) พัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลได้อย่างเหมาะสม

○ (๓) พัฒนาผู้เรียนให้สามารถใช้เทคนิคพื้นฐานทางคณิตศาสตร์และสถิติในการประมวล การแปลความหมาย และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการกำหนดหลักการตลาด และการประเมินผลหลักการตลาด

๕.๒ วิธีการสอน

(๑) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง จาก website สื่อการสอน และทำรายงาน โดยเน้นการนำตัวเลข หรือมีสถิติอ้างอิง จากแหล่งที่มาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

(๒) นำเสนอโดยใช้รูปแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม

๕.๓ วิธีการประเมินผล

(๑) การจัดทำรายงาน และนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

(๒) การมีส่วนร่วมในการอภิปรายและวิธีการอภิปราย

๖. ด้านอื่นๆ ไม่มี

<u>หมายเหตุ</u>

สัญลักษณ์ ● หมายถึง ความรับผิดชอบหลัก

สัญลักษณ์ ○ หมายถึง ความรับผิดชอบรอง

เว้นว่าง หมายถึง ไม่ได้รับผิดชอบ

ซึ่งจะปรากฏอยู่ในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบมาตรฐานผลการเรียนรู้จากหลักสูตรสู่รายวิชา (Curriculum Mapping)

หมวดที่ ๕ แผนการสอนและการประเมินผล

๑. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน (ชม.)	กิจกรรมการเรียน การสอน/สื่อที่ใช้	ผู้สอน
๑	๑.๑ แนวคิดและทฤษฎีนวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม ๑.๒ “นวัตกรรม” มีผลต่อ ธุรกิจและสังคม อย่างไร? ๑.๓ นวัตกรรมและความยั่งยืนของธุรกิจ		ทดสอบความรู้ก่อนเรียน ซักถาม ตอบคำถาม ตอบคำถามทบทวน	ผศ.ดร แก่นเพชร
๒	๒.๑ ความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการการออกแบบเชิงนวัตกรรมในการพัฒนาแผนธุรกิจเพื่อสังคม ๒.๒ แนวคิด หลักการในการสร้างนวัตกรรม ๒.๓ DESIGN THINKING กระบวนการคิดเชิงออกแบบ		แบ่งกลุ่มนักศึกษาวางแผนการออกแบบเชิงนวัตกรรมและนำเสนอในชั้นเรียน ซักถาม ตอบคำถาม ตอบคำถามทบทวน	ผศ.ดร แก่นเพชร
๓	๓.๑ การบูรณาการเทคโนโลยีและการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจและสังคม ๓.๒ นวัตกรรมกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ๓.๓ Digital Transformation		ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ซักถาม ตอบคำถาม ตอบคำถามทบทวน	ผศ.ดร แก่นเพชร
๔	**สอบกลางภาค**			ผศ.ดร แก่นเพชร
๕	๕.๑ การนำสารสนเทศมาใช้พัฒนาศักยภาพธุรกิจและสังคมในการแข่งขันและการพัฒนาแผนกลยุทธ์ ๕.๒ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ ๕.๓ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์		ให้นักศึกษาร่วมแสดงความคิดเห็นถึงอิทธิพลการการนำสารสนเทศมาใช้พัฒนาศักยภาพธุรกิจและสังคมต่อผู้บริโภค ซักถาม ตอบคำถาม ตอบคำถามทบทวน	ผศ.ดร แก่นเพชร
๖	๖.๑นวัตกรรมห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ๖.๒ E-Business – ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ๖.๓ E-Commerce-พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		นักศึกษาแต่ละกลุ่มนำเสนอรายงานวิเคราะห์และอธิบาย นวัตกรรมห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ตามบริษัทที่สนใจ	ผศ.ดร แก่นเพชร
๗	**สอบปลายภาค**			ผศ.ดร แก่นเพชร

๒. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

(*ระบุวิธีการประเมินผลการเรียนรู้หัวข้อย่อยแต่ละหัวข้อตามที่ปรากฏในแผนที่แสดงการกระจายความรับผิดชอบของรายวิชา*

(Curriculum Mapping) ตามที่กำหนดในรายละเอียดของหลักสูตรสัปดาห์ที่ประเมินและสัดส่วนของการประเมิน)

ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
๑.๒	(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมายและการร่วมกิจกรรม (2) ประเมินจากการมีวินัยและพร้อมเพรียงของนักศึกษาในการเข้าร่วมกิจกรรม (3) ประเมินจากการกระทำทุจริตในการสอบ (4) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย (5) ประเมินจากการรับฟังและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น	ทุกสัปดาห์	๑๐
๒.๑,๒.๓	(1) การทดสอบย่อย (2) การสอบกลางภาคเรียนและปลายภาคเรียน (3) ประเมินจากรายงานที่นักศึกษาจัดทำ (4) ประเมินจากแผนธุรกิจหรือโครงการที่นำเสนอ (5) ประเมินจากการนำเสนอรายงานในชั้นเรียน	๖,๑๔	๑๐ ๓๐ ๒๐ ๑๐
๓.๓	(1)ประเมินผลจาก การทดสอบย่อย การสอบกลางภาคและปลายภาค โดยใช้กรณีศึกษาหรือโจทย์ปัญหา (2)ประเมินผลจากการรายงานผลการศึกษาค้นคว้าโครงงาน งานวิจัย โดยการนำเสนอหน้าชั้นเรียนและเอกสารรายงาน (3) ประเมินผลจากรายวิชาสหกิจศึกษา หรือการฝึกประสบการณ์วิชาชีพบริหารธุรกิจ	๑๐	๑๐
๔.๒	(1) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรม และการแสดงออกของนักศึกษาในการร่วมอภิปราย หรือการนำเสนอรายงานกลุ่มในชั้นเรียน (2) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ	ทุกสัปดาห์	๑๐

๕.๒	(1) ประเมินจากเทคนิคการนำเสนอโดยการเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคณิตศาสตร์และสถิติที่เกี่ยวข้อง (2) ประเมินจากความสามารถในการอธิบายความ และการอภิปรายกรณีศึกษาที่มีการนำเสนอต่อชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	๑๐

หมวดที่ ๖ ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

๑. ตำราและเอกสารหลัก

๑) เอกสารประกอบการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอน

๒.เอกสารและข้อมูลสำคัญ

๑) อภิชัย พันธเสน. (2565). ภาวะผู้นำภายใต้บริบทนวัตกรรมสังคม. กรุงเพทฯ:โครงการตำรา วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต.

๒) พยัต วุฒิรงค์. (2565). การจัดการนวัตกรรม. กรุงเพทฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๓) Louis Frank. (2024) Innovation and Creativity: Exploring the role of innovation and creativity in strategic planning. Keiser University: Program in Information Technology Leadership. Florida

๓. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

๑) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) : https://www.nia.or.th

๒) บริษัท แอลเอฟฟินเทค จำกัด : https://lffintech.co.th › digital-transformation-benefit

๓) Sellsuki Co.,Ltd. : https://www.sellsuki.co.th/

๔) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย : https://inded.rmutsv.ac.th

๕) Thailand Social Innovation Platform : https://www.thailandsocialinnovationplatform.org/th/

๖) https://www.voanews.com/a/covid-19-pandemic_text-message-crisis-help-line-speeds-expansion-amid-pandemic/6189952.html

หมวดที่๗ การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

๑. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

๑.๑อธิบายความสำคัญของการปรับปรุงรายวิชาให้มีความทันสมัยโดยการมีส่วนร่วมของนักศึกษาในฐานะผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียกับเนื้อหาของหลักสูตร

๑.๒ ประเมินศักยภาพก่อนและหลังเรียนโดยนักศึกษา

๑.๓ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาของหลักสูตรว่าควรปรับปรุงเรื่องใด เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้

๒. กลยุทธ์การประเมินการสอน

๒.๑ประเมินโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม อาทิความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ

๒.๒ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ของแผนการเรียนที่ผู้สอนกำหนดไว้

๒.๓ ประเมินจากผลการเรียนของนักศึกษา

๓. การปรับปรุงการสอน

๓.๑จากผลการประเมินในข้อ 2 ผู้สอนนำข้อเสนอแนะมารวบรวมประเด็นที่ต้องที่ต้องปรับปรุงอาทิ จุดด้อย อุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อใช้ในการสอนครั้งต่อไป

๓.๒ ให้นักศึกษาเสนอแนะวิธีการสอนที่ต้องการเพื่อพัฒนารูปแบบการสอนให้ดีขึ้น

๓.๓ ศึกษาเทคนิคการสอนใหม่ๆที่สามารถปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์

๔. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

๔.๑ พิจารณาจากคุณภาพของงานเดี่ยวและงานกลุ่มที่นำเสนอในชั้นเรียน ตลอดภาคเรียน

๔.๒ ประเมินจากการแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างบนหลักการทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

๔.๓ ประเมินความเหมาะสมของแผนการสอนรายวิชา อาทิ กิจกรรมการเรียนการสอน การมอบหมายงาน การวัดผลการเรียนกับคำอธิบายรายวิชาและวัตถุประสงค์ของรายวิชา

๕. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

๕.๑จากข้อมูลที่สนุปแนวคิดและ นำมาสรุปประเด็นที่ต้องปรับปรุงให้ได้มาตรฐานดียิ่งขึ้น

๕.๒ ศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยนำมาปรับเพิ่มในเนื้อหาให้มีความทันสมัย

๕.๓ วางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา นำสิ่งที่ปรับปรุงไปใช้ นำกลับมาทบทวน และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

๕.๔ มีการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนสู่การบริการวิชาการสู่ชุมชน โดยการจัดอบรมสัมมนา เรื่อง การพัฒนา ผู้ประกอบการโดยสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินธุรกิจอย่างจริยธรรม

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

รายวิชา	1. คุณธรรม และจริยธรรม			2. ความรู้			3. ทักษะทางปัญญา			4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ			5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
MMI๕๕๒๐ นวัตกรรมเพื่อธุรกิจและสังคม	○	●	○	○	○	●	○	○	●	○	●	○	○	○	●