

มคอ. 3

รายละเอียดของรายวิชา

วิชาการตลาดสำหรับเครื่องสำอาง
(Cosmetic Marketing)

รหัสวิชา 3544106

หลักสูตรวิทยาศาสตรเครื่องสำอาง
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปีการศึกษาที่ 2/2555

สารบัญ

หมวด		หน้า
หมวด 1	ข้อมูลทั่วไป	4
	1. รหัสและชื่อรายวิชา	4
	2. จำนวนหน่วยกิต	4
	3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา	4
	4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน	4
	5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน	4
	6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)	4
	7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)	4
	8. สถานที่เรียน	4
	9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด	4
หมวด 2	จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
	1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา	5
	2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา	5
หมวด 3	ลักษณะและการดำเนินการ	5
	1. คำอธิบายรายวิชา	5
	2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา	5
	3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล	5
หมวด 4	การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	5
	1. คุณธรรม จริยธรรม	5
	2. ความรู้	6
	3. ทักษะทางปัญญา	7
	4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ	7
	5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	8
หมวด 5	แผนการสอนและการประเมินผล	8
	1. แผนการสอน	8
	2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้	11
หมวด 6	ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	12
	1. เอกสารและตำราหลัก	12
	2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ	12
	3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ	13

สารบัญ (ต่อ)

หมวด		หน้า
หมวด 7	การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	13
	1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา	13
	2. กลยุทธ์การประเมินการสอน	13
	3. การปรับปรุงการสอน	13
	4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา	14
	5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา	14

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา หลักสูตรวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
3544106 การตลาดสำหรับเครื่องสำอาง
2. จำนวนหน่วยกิต
3 หน่วยกิต 3(3-0-6)
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
หลักสูตร วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง
ประเภทรายวิชา วิชาเฉพาะ
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อ.ณัฐพร บุษิวัด
อาจารย์ผู้สอน อ.ณัฐพร บุษิวัด และ อ.รติญา นนธิราช
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 4
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
ศูนย์วิทยาศาสตร์ ถนนสิรินธร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
22 ตุลาคม 2555

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานทางการตลาดของเครื่องสำอาง ความสำคัญของการตลาดเครื่องสำอาง
2. เพื่อให้ศึกษารอบถึงส่วนผสม ส่วนแบ่งทางการตลาดของเครื่องสำอางและระบบการตลาดและเป้าหมายของเครื่องสำอาง

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหาสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นทักษะและองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพของนักศึกษา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาพื้นฐานทางการตลาดของเครื่องสำอาง ความสำคัญของการตลาดเครื่องสำอาง ส่วนผสม ส่วนแบ่งทางการตลาดของเครื่องสำอางและระบบการตลาดและเป้าหมายของเครื่องสำอาง

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/ งานภาคสนาม/ การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมง	ไม่มี	ไม่มี	90 ชั่วโมง

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล 1 ชั่วโมง/สัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- ตระหนักในจรรยาบรรณวิชาชีพด้านความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคจากการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง

- มีวินัยต่อการเรียน ส่งมอบงานที่มอบหมายตามเวลาที่กำหนด
- รับฟังการแสดงความคิดเห็นของเพื่อนในชั้นเรียน ทั้งในกลุ่มและนอกกลุ่ม
- การดำรงชีพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
- มีความภูมิใจในการซื้อ ขายหรือใช้สินค้าตราสินค้าของไทยและผลิตภัณฑ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

1.2 วิธีการสอน

- ใช้การสอนแบบสื่อสารสองทาง เปิดโอกาสให้นักศึกษามีการตั้งคำถามหรือตอบคำถาม หรือแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรม จริยธรรม ในชั้นเรียนในโอกาสต่างๆ

- ยกตัวอย่างกรณีศึกษา ตัวอย่างที่ขาดความรับผิดชอบต่อนหน้าที่และการประพฤติน่าที่ผิดจรรยาบรรณในวิชาชีพ

- อาจารย์ปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อจรรยาบรรณวิชาชีพ การมีวินัยเรื่องเวลาการเปิดโอกาสให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา การเคารพและให้เกียรติแก่อาจารย์อาวุโส แต่งกายถูกต้องตามสมรรถนะของอาจารย์หลักสูตรวิทยาศาสตร์เครื่องสำอางเป็นต้น

1.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินผลจากพฤติกรรมที่แสดงออกในชั้นเรียนและในโอกาสที่หลักสูตร/คณะจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม การมีสัมมาคารวะต่อผู้อาวุโสและอาจารย์

- การตรวจสอบการมีวินัยต่อการเรียน การตรงต่อเวลาในการเข้าชั้นเรียนและการส่งรายงาน
- ประเมินการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น โดยนักศึกษาอื่นๆในรายวิชา
- นักศึกษาประเมินตนเอง

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

1. แนวความคิดความสำคัญของการตลาด
2. การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด
3. กระบวนการทางการตลาด
4. การตลาดเป้าหมาย
5. พฤติกรรมผู้บริโภค
6. ผลิตภัณฑ์ ราคา
7. การจัดจำหน่าย
8. กรณีศึกษาเกี่ยวกับตลาดเครื่องสำอาง

2.2 วิธีการสอน

- ใช้การสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ การสอนบรรยายร่วมกับการสื่อสารสองทางโดยเน้นให้นักศึกษาหาทางค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม การสอนแบบร่วมมือกันเรียนรู้ (Co-Operative Learning) การสอนแบบศึกษาด้วยตนเอง การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต

- เพิ่มการสอนนอกห้องเรียน โดยศึกษาจากประสบการณ์จริงในเรื่องที่ต้องสร้างความเข้าใจ

2.3 วิธีการประเมินผล

- การนำเสนองานหน้าชั้นเรียนและปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มที่นำเสนอในฐานะผู้เข้าร่วม
- การดำเนินธุรกิจจำลองที่จัดตั้งขึ้นในงานกิจกรรมของหลักสูตร/คณะ แก่บุคคลภายในและนอกหลักสูตร/คณะ

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- สามารถคิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาทั้งในและนอกชั้นเรียน
- สามารถใช้ความรู้ทางทฤษฎีเพื่อประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง

3.2 วิธีการสอน

- การสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning : PBL)
- ฝึกตอบปัญหาในชั้นเรียนและการแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา และระดมสมองในการแก้ไขปัญหา

จากกรณีศึกษาตามประเด็นปัญหาที่กำหนดไว้แล้ว โดยแบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่ม ภายในกลุ่มจะต้องกำหนดแนวทางไปสู่การแก้ปัญหาหรือเสนอแนวทางปฏิบัติที่มีความน่าเชื่อถือและความเป็นไปได้

- มอบหมายงานกลุ่มจัดกิจกรรมการสืบสานศิลปและวัฒนธรรมไทยผ่านทางการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง

3.3 วิธีการประเมินผล

1. พุทธิพิสัยทางการเรียน ความตั้งใจ ความร่วมมือในกิจกรรมที่มอบหมาย
2. ศึกษาค้นคว้ารายงานและการนำเสนอ
3. ทดสอบย่อย

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- มีความรับผิดชอบในการทำงานที่ได้รับมอบหมายทั้งรายบุคคลและงานกลุ่ม
- สามารถปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ
- วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

4.2 วิธีการสอน

- จัดกิจกรรมเสริมในชั้นเรียนและนอกชั้นเรียนที่นักศึกษามีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาอื่นและบุคคลภายนอก

- มอบหมายงานกลุ่มและมีการเปลี่ยนกลุ่มทำงานตามกิจกรรมที่มอบหมาย เพื่อให้ให้นักศึกษาทำงานได้กับผู้อื่น โดยไม่ยึดติดกับเฉพาะเพื่อนที่ใกล้ชิด

- กำหนดความรับผิดชอบของนักศึกษาแต่ละคนในการทำงานกลุ่ม อย่างชัดเจน

4.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน
- ประเมินความรับผิดชอบจากรายงานกลุ่มของนักศึกษา
- ให้นักศึกษาประเมินสมาชิกในกลุ่ม ทั้งด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้าน

ความรับผิดชอบ

- ให้นักศึกษาประเมินนักศึกษาอื่นๆในรายวิชา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- สามารถใช้ Power point ในการนำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย
- สามารถคัดเลือกแหล่งข้อมูล
- สามารถค้นคว้าหาข้อมูล/ติดตามการเปลี่ยนแปลงทางอินเทอร์เน็ต
- สามารถใช้ภาษาไทยในการนำเสนอด้วยการเขียนและการพูดได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

- ใช้ PowerPoint ที่น่าสนใจ ชัดเจน ง่ายต่อการติดตามทำความเข้าใจ ประกอบการสอนในชั้นเรียน
- การสอนโดยมีการนำเสนอข้อมูลจากการค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นตัวอย่างกระตุ้นให้นักศึกษาเห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอและสืบค้นข้อมูล
- การแนะนำเทคนิคการสืบค้นข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
- การมอบหมายงานที่ต้องมีการนำเสนอทั้งในรูปเอกสารและด้วยวาจาประกอบสื่อเทคโนโลยี

5.3 วิธีการประเมินผล

- ประเมินทักษะการใช้ภาษาเขียนจากเอกสารรายงาน
- ประเมินทักษะการใช้สื่อและการใช้ภาษาพูดจากการนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน
- ประเมินรายงานการสืบค้นข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
1	ชี้แจงรายละเอียดการเรียนการสอนของวิชา - หัวข้อ - การมอบหมายงาน - กิจกรรมของวิชา - การประเมินผล	3	- ชี้แจงเกี่ยวกับสัดส่วนงานให้สัมพันธ์กับคะแนน และแบ่งงานกลุ่ม - บรรยายโดยใช้ power point การมอบหมายงาน	อ.ณัฐพร
2	แนวความคิดความสำคัญของการตลาด - ความหมาย แนวความคิด - องค์ประกอบของการตลาด - หน้าที่ทางการตลาด - ส่วนประสมทางการตลาด	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ	อ.รติญา
3	การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทางการตลาด - สภาพแวดล้อมทางจุลภาค - สภาพแวดล้อมทางมหภาค - การวิเคราะห์ SWOT	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT จากกรณีศึกษา	อ.รติญา

ลำดับที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
4-5	กระบวนการทางการตลาด - กระบวนการทางการตลาด - กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อ สร้างข้อได้เปรียบในการ แข่งขัน - การวิเคราะห์ทางการตลาด - การควบคุมทางการตลาด	6	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์ กระบวนการทางการตลาด จาก กรณีศึกษา	อ.รติญา
6	การตลาดเป้าหมาย - การแบ่งส่วนตลาด - การเลือกตลาดเป้าหมาย - การกำหนดตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญ ผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์การตลาด เป้าหมาย จากกรณีศึกษา	อ.รติญา
7	พฤติกรรมผู้บริโภค - การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค - ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรม ของผู้บริโภค - กระบวนการตัดสินใจของ ผู้บริโภค	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภคจากกรณีศึกษา	อ.รติญา
8-9	ผลิตภัณฑ์ - องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ - ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ - วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ราคา - บทบาทของราคา - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ กำหนดราคา - วัตถุประสงค์การกำหนด ราคา - วิธีการกำหนดราคา	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้	อ.รติญา

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
10-11	การจัดจำหน่าย - หน้าที่ /ประโยชน์/ระดับของ ช่องทางการจัดจำหน่าย - ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด - การส่งเสริมการตลาด - การโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์ - การตลาดทางตรงและการ ขายโดยใช้บุคคล	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้	อ.รติญา
12	ความเป็นมาและความสำคัญของเครื่องสำอาง - มูลค่าการตลาดเครื่องสำอาง มูลค่าการส่งออก นำเข้า - ปัญหาและอุปสรรคของ ตลาดเครื่องสำอางไทย	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้	อ.ณัฐพร
13	แนวโน้มทางการตลาดที่น่าสนใจ และช่องทางจำหน่ายของ เครื่องสำอางในไทย เครื่องสำอางจากธรรมชาติ และ สมุนไพร - ความต้องการของตลาดใน ปัจจุบันและในอนาคต - สภาวะตลาดในไทยและ ต่างประเทศ - แนวโน้มตลาดในอนาคต	3	1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้	อ.ณัฐพร
14	กรณีศึกษาเกี่ยวกับตลาด เครื่องสำอาง - ตลาดเครื่องสำอางขายตรง- ตลาดเครื่องสำอางวัยรุ่นและ ตลาดเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย		1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ สาระการเรียนรู้	อ.ณัฐพร

สัปดาห์ที่	หัวข้อ/รายละเอียด	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน สื่อที่ใช้ (ถ้ามี)	ผู้สอน
15	การนำเสนอกรณีศึกษาเกี่ยวกับตลาดเครื่องสำอางที่ได้รับมอบหมาย		1. อาจารย์อธิบายสาระสำคัญผ่านสื่อ Power Point 2. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญ 3. นักศึกษาร่วมกันอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	อ.ณัฐพร

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1	- วัดผลการเรียนทางทฤษฎีจากการสัมมนา	การเรียนรู้แบบเน้นปฏิสัมพันธ์ผู้เรียนเป็นสำคัญ - การนำเสนองานหน้าชั้นเรียน - การมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มที่นำเสนอผลงานและผู้เรียนด้วยกัน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนของกลุ่มที่นำเสนอและกลุ่มผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ดังนี้ - สำหรับกลุ่มที่นำเสนอ	15	10%
		<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพของเอกสารที่นำเสนอไม่เกิน 3 หน้ากระดาษ 5 คะแนน • การนำเสนอและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟัง 5 คะแนน - สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้นำเสนอ • ปฏิสัมพันธ์กับผู้นำเสนอ ที่มีการถามและการตอบคำถาม 10 คะแนน 		
2	คะแนนเก็บ 20 วัดผลการเรียนรู้จากทฤษฎีและการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง	- การนำเสนองานหน้าชั้นเรียน - การวิเคราะห์กรณีศึกษาหรือประเด็นที่น่าสนใจ - การมอบหมายงานกลุ่ม ➢ ให้หาข่าวที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เรียนแล้วนำมาวิเคราะห์	2-7	20%

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
3	สอบกลางภาค		8	20%
4	- สามารถนำความรู้ที่เรียนทางทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง - ฝึกปฏิบัติเพื่อให้รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจากสถานการณ์จริง	การทำกิจกรรมทางธุรกิจเครื่องสำอาง โดยการออกร้านธุรกิจเครื่องสำอาง ณ ลานหน้าอาคารเรียนพยาบาล จำนวน 2 ครั้ง สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ๆ ละ 5คะแนน โดยมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> • การเข้าร่วมกิจกรรม 1 คะแนน • สินค้า/บริการ การตั้งราคา การขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา 4 คะแนน • รายงานการตลาด 10 คะแนน 	ระหว่าง 10 - 15 เลือก 2 ครั้ง	20%
5	สอบปลายภาค			20%
6	- คะแนนจิตพิสัย 10 คะแนน	การประเมินพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม		2%
		การประเมินพฤติกรรมด้านความรับผิดชอบ		2%
		การประเมินตนเองของนักศึกษา พฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบ		2%
		การประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบในการทำงานกลุ่ม		2%
		การประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน		2%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

1.1 เอกสารประกอบการสอนวิชาการตลาดเครื่องสำอาง อาจารย์ณัฐพร บุษวด

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

2.1 พรพรหม พรหมเพชร, ผู้แปลและเรียบเรียง. ธุรกิจเบื้องต้น. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ท็อป 2550.

2.2 <http://www.fda.moph.go.th>

- 2.3 นิเวศน์ ธรรมะ, ดร. , ประพันธ์ วงศ์บางโพ, ดร. , พลอมร ธรรมประทีป, ดร. , สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์,
สรยุทธ งามจันทร์ผลิ, วรางคณา งามจันทร์ผลิ,ผู้แปล.การจัดการทางการตลาด.กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์: แมคกรอ-ฮิล, สนพ., 2552.

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- 3.1 จิรัตน์ สังข์แก้ว, การลงทุน.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2542.
2,000 เล่ม.
- 3.2 เพชร ชุมทรัพย์, หลักการลงทุน.พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2544. 6,000 เล่ม.
- 3.3 สุมนา อยู่โพธิ์, การค้าปลีก. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544.
- 3.4 ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพาดา สิริกุดตา, อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, พิมพ์ หิรัญกิตติ, เกரியไกร ชำนาญไพศาล,
ชูชาติ มีจินดา. ผู้เรียบเรียง. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมสาร
2546.1,000 เล่ม.
- 3.5 อรชร มณีสงฆ์, การตลาดทางตรง. เชียงใหม่:โรงพิมพ์นพบุรีการพิมพ์ 2542. 2,000 เล่ม.
- 3.6 ศิริวรรณ เสรีรัตน์, นพพล ศรีวะรมย์, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, งามอาจ ปทะวานิช, สมชาย หิรัญกิตติ,
ชวลิต ประภาวนนท์ และคนอื่นๆ. การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์ธรรมสาร 2546. 2,000 เล่ม.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

ให้นักศึกษาทุกคนประเมินประสิทธิผลของรายวิชา ซึ่งรวมถึง วิธีการสอน การจัดกิจกรรมในและนอก
ห้องเรียน สิ่งสนับสนุนการเรียนการสอน ซึ่งมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ และผลการเรียนรู้ที่ได้รับ และ
เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงรายวิชา ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

การประเมินการสอน โดยคณะกรรมการประเมินการสอนที่แต่งตั้งโดยภาควิชา จากการสังเกตขณะสอน
และการสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

ภาควิชากำหนดให้อาจารย์ผู้สอนทบทวนและปรับปรุงกลยุทธ์และวิธีการสอนจากผลการประเมิน
ประสิทธิผลของรายวิชา แล้วจัดทำรายงานรายวิชาตามรายละเอียดที่ สกอ.กำหนดทุกภาคการศึกษา
ภาควิชากำหนดให้อาจารย์ผู้สอนเข้ารับการฝึกอบรมกลยุทธ์การสอน/การวิจัยในชั้นเรียน และมอบหมาย
ให้อาจารย์ผู้สอนรายวิชาที่มีปัญหา ทำวิจัยในชั้นเรียนอย่างน้อยภาคการศึกษาละ 1 รายวิชา มีการประชุม
อาจารย์ทั้งภาควิชาเพื่อหารือปัญหาการเรียนรู้ของนักศึกษาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ภาควิชามีคณะกรรมการประเมินการสอนทำหน้าที่ทวนสอบผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชาโดยการสุ่มประเมินข้อสอบและความเหมาะสมของการให้คะแนน ทั้งคะแนนดิบและระดับคะแนน ของรายวิชา 60% ของรายวิชาทั้งหมดในความรับผิดชอบของภาควิชา ภายในรอบเวลาหลักสูตร

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ภาควิชา มีระบบการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา โดยพิจารณาจากผลการประเมินการสอนโดยนักศึกษา ผลการประเมินโดยคณะกรรมการประเมินการสอนของภาควิชา การรายงานรายวิชาโดยอาจารย์ผู้สอน หลังการทบทวนประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนรับผิดชอบในการทบทวนเนื้อหา ที่สอนและกลยุทธ์การสอนที่ใช้ และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาในรายงานผลการดำเนินการของรายวิชา เสนอต่อหัวหน้าภาควิชา เพื่อนำเข้าที่ประชุมอาจารย์ประจำหลักสูตรพิจารณาให้ความคิดเห็นและสรุปวางแผนพัฒนาปรับปรุงสำหรับใช้ในปีการศึกษาถัดไป