



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2560

รหัสวิชา 1552635 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) English for Marketing

อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ขจีณูช เขาวนปรีชา

สารบัญ

หมวด

หน้า

- หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป
- หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์
- หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ
- หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา
- หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล
- หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน
- หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 1552635 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด
(ภาษาอังกฤษ) English for Marketing

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (3-0-6) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา อาจารย์ขจีณัฐ เชาวน์ปรีชา

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ขจีณัฐ เชาวน์ปรีชา ตอนเรียน A1 และ B1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 2 / ชั้นปีที่ 3

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

อาคาร 32 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

24 พฤศจิกายน 2560

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษทางการตลาด โดยเฉพาะคำศัพท์เฉพาะด้านการตลาด แนวคิดด้านการตลาด กระบวนการทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ เกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้ นักศึกษายังได้ฝึกฝนทักษะทางด้านภาษาอังกฤษทั้งสี่ (ฟัง พูด อ่าน เขียน) ผ่านกิจกรรมกลุ่มเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลด้านการตลาดจากบริบทจริงได้

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้ศึกษามีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษทางการตลาดมากยิ่งขึ้น เป็นการเตรียมความพร้อมด้านปัญญาในการนำความรู้ ความเข้าใจในทักษะภาษาอังกฤษทางการตลาดไปประยุกต์ใช้กับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จริงของนักศึกษาในกิจกรรม “Products Fair” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นให้นักศึกษาสามารถนำทักษะภาษาอังกฤษมาปรับใช้กับการตั้งชื่อยี่ห้อ การบรรยายลักษณะผลิตภัณฑ์ การจัดทำฉลากสินค้า การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการตั้งราคา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

คำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับแนวคิดพื้นฐานทางการตลาด ฝึกอ่านเอกสารเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สิ่งแวดล้อมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ฝึกบรรยายประเภทของผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อยี่ห้อ การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ฝึกเขียนรายงานสรุปและแผนการตลาดพื้นฐาน ฝึกนำเสนอกลยุทธ์การตั้งราคาและช่องทางการตลาดแบบต่างๆ บรรยายความสัมพันธ์ของส่วนประกอบในส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

Terminology in basic marketing concept; practice reading articles about marketing mix, marketing environment, and consumer behavior. Practice describing product classifications and branding, market segmentation, targeting, and product positioning. Practice writing summary reports and a basic marketing plan. Practice presenting pricing strategies and different marketing channels. Describe the relation of the four elements of the promotion mix.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

| บรรยาย ฝึก | สอนเสริม | ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน | การศึกษาด้วยตนเอง |
|----------------------------------|--|------------------------------|------------------------------------|
| บรรยาย 45 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา | สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษา เฉพาะราย | ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม | ศึกษาด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ |

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านเว็บไซต์หลักสูตร และประกาศในห้องเรียนในชั่วโมงแรกของรายวิชา โดยอาจารย์ประจำรายวิชาสามารถให้คำปรึกษาผ่านทางแอปพลิเคชัน (Line) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือทางโทรศัพท์
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

หมวดที่ 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

● 1.1.1 ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามระเบียบของห้องเรียน เข้าเรียนตรงเวลา และปฏิบัติตามที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้นได้ตามเวลาที่กำหนด

● 1.1.2 ผู้เรียนเอาใจใส่ต่อการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ลอกงานผู้อื่น

○ 1.1.3 เคารพข้อตกลง กฎระเบียบ และข้อบังคับ

● 1.1.4 ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการปฏิบัติงานในกรอบจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพด้านการตลาด

1.2 วิธีการสอน

1.2.1 ผู้สอนบรรยายพร้อมยกตัวอย่างกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นจริยธรรมทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้อง เช่น การขายของให้ กับลูกค้า ด้วยความสุจริต ไม่หลอกลวง

1.2.2 นักศึกษาอภิปรายกลุ่มร่วมกัน

1.2.3 ผู้สอนให้นักศึกษาทำแบบฝึกในห้องเรียนและนอกห้องเรียนเพื่อทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการตลาด

1.3 วิธีการประเมินผล

1.3.1 สังเกตพฤติกรรมในการเข้าเรียน การตรงต่อเวลา การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม

1.3.2 ประเมินจากการที่นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กำหนดและตรงเวลา มีความรับผิดชอบ ทำด้วยตนเองไม่ลอกผู้อื่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน อภิปราย และเสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน

1.3.3 ประเมินด้วยการตรวจแบบฝึกหัด

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

○ 2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจ และมีทักษะภาษาอังกฤษด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน

● 2.1.2 ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านคำศัพท์เฉพาะ และสำนวนที่ใช้ในบริบททางการตลาด

● 2.1.3 ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้านการตลาด (เช่น การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น)

● 2.1.4 ผู้เรียนบูรณาการความรู้ด้านภาษาอังกฤษกับธุรกิจการตลาดที่เกี่ยวข้อง

2.2 วิธีการสอน

2.2.1 ผู้สอนบรรยายเป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทยเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานด้านการตลาด และคำศัพท์เฉพาะ รวมถึงสำนวนที่ใช้ในการตลาด ความหมายของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด

- 2.2.2 การทำงานกลุ่ม คู่ และเดี่ยว
- 2.2.3 การฝึกฝนทักษะการฟังและการพูดในชั้นเรียน
- 2.2.4 การให้คำแนะนำในการศึกษาค้นคว้านอกชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- 2.3.1 สังเกตการตอบคำถามในชั้นเรียน
- 2.3.2 ประเมินด้วยการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- 3.1.1 สืบค้นข้อมูลและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดดิจิทัล เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและเทคโนโลยีด้านการตลาดใหม่ๆ
- 3.1.2 คิดสร้างสรรค์ และปรับใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดกับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม
- 3.1.3 คิด วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายในงาน Product Fair ได้อย่างมีระบบ สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทาง ธุรกิจ
- 3.1.4 สังเคราะห์องค์ความรู้

3.2 วิธีการสอน

- 3.2.1 มอบหมายให้นักศึกษาสืบค้นหนังสือโต้ตอบทางธุรกิจประเภทต่างๆ และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ตามสถานการณ์ที่กำหนด
- 3.2.2 มอบหมายให้นักศึกษาฝึกฝนการเขียนหนังสือโต้ตอบทางธุรกิจประเภทต่างๆ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตามสถานการณ์ที่กำหนด

3.3 วิธีการประเมินผล

- 3.3.1 ประเมินผลจากการนำเสนอเนื้อหาครอบคลุม และมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้อง หลากหลาย โดยอาจารย์ผู้สอนให้ข้อมูลสะท้อนกลับ
- 3.3.2 ประเมินผลจากการตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานที่ได้รับมอบหมาย โดยอาจารย์ผู้สอนให้ข้อมูลสะท้อนกลับ

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- 4.1.1 ทำงานร่วมกับผู้อื่นในการทำงานคู่ และงานกลุ่มได้
- 4.1.2 สื่อสารในเรื่องการตลาด หรือธุรกิจการตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.1.3 มีความรับผิดชอบต่อบทบาทของตนที่มีต่อผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ

4.2 วิธีการสอน

- 4.2.1 ผู้สอนฝึกให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการคิดคำนวณเชิงตัวเลขแบบง่าย ในเรื่องการค้าคำนวณกำไรต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าในงาน Product Fair

4.2.2 ผู้สอนแนะนำให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

4.2.3 ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษาทำงานเป็นรายบุคคลและงานกลุ่ม เช่น การทำแบบฝึก การตั้งชื่อสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และรายงานผลหน้าชั้นเรียน เพื่อพัฒนาทักษะในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เรียนด้วยกัน และพัฒนาความเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีในการทำงานเป็นทีม

4.2.4 ผู้สอนมอบหมายให้นักศึกษานำเสนอรายงาน รวมถึงมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายตามกำหนดเวลา

4.2.5 ผู้สอนให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

4.2.6 ผู้สอนให้นักศึกษาได้ทำงานกลุ่ม และนำเสนอรายงานหน้าชั้นเรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

4.3.1 ประเมินตนเองและเพื่อน ด้วยแบบฟอร์มที่กำหนด

4.3.2 ประเมินจากจัดการรายงานผลและการนำเสนอผลงาน รวมถึง พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยและสรุปเพื่อนำเสนอข้อมูลได้

● 5.1.2 ติดต่อสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

● 5.1.3 สามารถคำนวณกำไรต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าในงาน B.E. Product Fair ได้อย่างถูกต้อง

○ 5.1.4 คำนวณตัวเลข หรือประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้

5.2 วิธีการสอน

5.2.1 ผู้สอนฝึกให้นักศึกษาพัฒนาทักษะการคิดคำนวณเชิงตัวเลขแบบง่าย ในเรื่องการค้ากำไรต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าในงาน Product Fair

5.2.2 ผู้สอนแนะนำให้นักศึกษาสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และนำเสนอรายงานโดยใช้รูปแบบเครื่องมือ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม

5.3 วิธีการประเมินผล

5.3.1 ประเมินผลจากการสังเกตความสามารถในการสื่อสารของนักศึกษา

5.3.2 ประเมินจากการจัดทำรายงาน และการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี

5.3.3 ประเมินจากรายงานบัญชีกำไรขาดทุนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน Product Fair

มคอ. 3 (ฉบับปรับปรุง ณ วันที่ 24 ก.พ. 60)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------|---|---------------|--|--|--|-------------------------|
| 1 | <p>- ชี้แจงคำอธิบายรายวิชา จุดมุ่งหมาย แนวการสอน ข้อกำหนดต่าง ๆ รวมทั้ง กระบวนการวัดผล ประเมินผล</p> <p>- ทดสอบก่อนเรียน (Pretest)</p> | 3 | <p>1. อาจารย์อธิบายแนวการสอน กิจกรรมการเรียนการสอน อธิบายงานที่มอบหมายและเกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>2. อาจารย์อธิบายงานกลุ่มที่นักศึกษาต้องมีการระดมความคิดกันภายในกลุ่ม เพื่อประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อจำหน่าย และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่มให้ชัดเจนและเหมาะสม</p> <p>3. ทำการประเมินตนเองด้วยบททดสอบก่อนเรียน Pre-test</p> <p>4. อาจารย์เริ่มบรรยายเรื่องคำศัพท์เฉพาะทางการตลาดในภาพรวม นักศึกษาอ่านคำจำกัดความของคำศัพท์แล้วช่วยกันคาดเดาว่าเป็นคำศัพท์คำไหน และช่วยกันแปลเป็นภาษาไทย แล้วอาจารย์สรุปคำศัพท์ด้วย PowerPoint</p> <p>5. ชั่วโมงถัดไปเป็นการฝึกเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับความหมายของการตลาด Marketing โดยให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มเตรียมทำแบบฝึกหัดมาล่วงหน้า</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ แนวการสอน ■ บททดสอบก่อนเรียน Pre-test ■ เอกสารประกอบ ■ PowerPoint | <p>1.1 ข้อ 3</p> <p>3.1 ข้อ 1</p> <p>4.1 ข้อ 2</p> <p>5.1 ข้อ 2, 3</p> | อ. ขจีนิช เชาวนปรีชา |
| 2 | <p>- หัวข้อการสอน</p> <p>Unit 1 What is Marketing?</p> <ul style="list-style-type: none"> ● What is Marketing? ● Basic marketing ● Defining marketing ● How can | 3 | <p>1. อาจารย์เฉลยแบบฝึกหัดจากสัปดาห์ที่แล้ว</p> <p>2. ให้นักศึกษาอ่านบทความ Defining marketing โดยเรียกชื่อนักศึกษาให้อ่านคนละ 1 ประโยค แล้วแปลความหมายให้เพื่อนฟัง โดยอาจารย์อธิบายเพิ่มเติม ให้นักศึกษาเข้าใจตรงกัน</p> <p>3. ให้นักศึกษานักศึกษาอ่านเนื้อหาเรื่อง Basic Marketing แล้วถามคำถาม เพื่อตรวจสอบความเข้าใจ</p> <p>4. อาจารย์สาธิตการซื้อขายสินค้ากับนักศึกษาแล้วให้นักศึกษาอ่านบทความเกี่ยวกับ Marketing exchange relationships</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | <p>1.1 ข้อ 3</p> <p>2.1 ข้อ 1</p> <p>3.1 ข้อ 1</p> <p>4.1 ข้อ 1, 2</p> <p>5.1 ข้อ 2, 3</p> | อ. ขจีนิช เชาวนปรีชา |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------|--|---------------|--|---|---|--------------------------|
| | marketing occur? <ul style="list-style-type: none"> ● Marketing exchange relationships ● The importance of marketing - Learning Outcome ความถูกต้องของแบบฝึกหัด | | 5. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนและทดสอบความเข้าใจ | | | |
| 3-4 | - หัวข้อการสอน Unit 2 Consumer Behavior <ul style="list-style-type: none"> ● Defining consumer behavior ● Model of consumer behavior ● Characteristics affecting consumer behavior ● Cultural factors ● Social factors | 6 | 1. อาจารย์บรรยายเกี่ยวกับ Consumer Behavior แล้วเปิดโอกาสให้นักศึกษาแลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็น 2. อาจารย์ให้นักศึกษาทำกิจกรรม Jigsaw Reading สำหรับ Reading passage เรื่อง Defining consumer behavior แล้วให้โอกาสนักศึกษาซักถาม 3. อาจารย์ให้นักศึกษาอ่านเรื่อง Model of consumer behavior แล้วให้ทำแบบฝึกหัดเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของนักศึกษา 4. อาจารย์บรรยายเรื่อง Characteristics affecting consumer behavior แล้วเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถาม 5. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวน 6. อาจารย์ให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นว่ามีตัวอย่างอะไรในแต่ละปัจจัยของพฤติกรรมผู้บริโภค 7. อาจารย์ให้นักศึกษาทำกิจกรรม Self-study ในเอกสารประกอบการสอน ภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | 1.1 ข้อ 3 2.1 ข้อ 1 3.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 1, 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ชจินุช เชาวานปรีชา |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------|---|---------------|---|---|---|-------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> Personal factors Psychological factors - Learning Outcome ความถูกต้องของแบบฝึกหัด และกิจกรรม self-study | | | | | |
| 5 | - หัวข้อการสอน Unit 3 Marketing Mix <ul style="list-style-type: none"> Identifying marketing mix Elements of marketing mix - Learning Outcome - การตรวจสอบความถูกต้องของแบบฝึกหัด | 6 | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะในเรื่อง Marketing Mix ให้นักศึกษาช่วยกันบอกคำศัพท์นั้นๆ แล้วทำแบบฝึกหัด และเฉลยคำตอบร่วมกัน 2. อาจารย์แสดงตัวอย่างสินค้า ราคาสถานที่ขาย และโฆษณาการส่งเสริมการขายให้นักศึกษาดู 3. ให้นักศึกษาอภิปรายกลุ่มจากตัวอย่างสถานการณ์จริง 4. อาจารย์ให้นักศึกษาอ่านบทความเกี่ยวกับ Elements of marketing mix และเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถาม 5. อาจารย์ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด | <ul style="list-style-type: none"> In-class Exercises Handout | 1.1 ข้อ 3 2.1 ข้อ 1 3.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 1, 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ขจีनुช เชาวนปรีชา |
| 6-7 | - หัวข้อการสอน Unit 4 Product Concept <ul style="list-style-type: none"> Identifying product concept Product classification | 6 | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะของเรื่อง Product 2. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product classification ให้นักศึกษาเปรียบเทียบสินค้าประเภทต่างๆ ที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน 4. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product categories แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 5. อาจารย์บรรยายเรื่อง Consumer product แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด | <ul style="list-style-type: none"> In-class Exercises Handout | 1.1 ข้อ 3 2.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 1, 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ขจีनुช เชาวนปรีชา |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------|---|---------------|---|---|---|-------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> Product categories Consumer products Industrial products Branding | | <p>เพื่อทบทวนความเข้าใจ</p> <p>6. อาจารย์บรรยายเรื่อง Industrial products แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อตรวจสอบความเข้าใจ</p> <p>7. ให้นักศึกษาระบุความแตกต่างระหว่าง Consumer product และ Industrial product</p> <p>8. อาจารย์แสดงตัวอย่างสินค้า แล้วให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ว่าสินค้าที่อาจารย์มอบหมายให้เป็นสินค้าประเภทใด จากนั้นให้นักศึกษาออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียน</p> <p>9. แจ้งนักศึกษาว่าลำดับที่หน้า (ลำดับที่ 8) จะมีการสอบกลางภาค ครอบคลุมเนื้อหาบทที่ 1-4</p> | | | |
| 8 | <ul style="list-style-type: none"> สอบกลางภาค Unit 5 Pricing Strategy | | <ol style="list-style-type: none"> อาจารย์ให้นักศึกษาสอบกลางภาค โดยให้เวลาในการสอบ 1 ชั่วโมง อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะในเรื่องของ Pricing strategy | <ul style="list-style-type: none"> ข้อสอบกลางภาคเอกสารประกอบ PowerPoint | | |
| 9 | - หัวข้อการสอน Unit 5 Pricing Strategy (continue) <ul style="list-style-type: none"> Identifying price concept What is price? | 6 | <ol style="list-style-type: none"> อาจารย์ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดทบทวนความหมายของคำศัพท์ อาจารย์บรรยายแนวคิดของการตั้งราคา Pricing concept แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด อาจารย์บรรยายกลยุทธ์การตั้งราคา แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด อาจารย์แบ่งกลุ่มนักศึกษา แล้วให้ตัวอย่างกรณีศึกษาการตั้งราคาของบริษัท จากนั้นให้นักศึกษาวิเคราะห์ว่าเป็นกลยุทธ์การตั้งราคาแบบใด | <ul style="list-style-type: none"> In-class Exercises Handout | 1.1 ข้อ 3 3.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ขจีनुช เชาวนปรีชา |

| ลำดับที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------|--|---------------|--|---|--|-------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Word combinations with 'price'? ● Pricing strategies ● Pricing strategy matrix - การตรวจสอบความถูกต้องของงานเขียน | | | | | |
| 10-11 | <p>- หัวข้อการสอน</p> <p>Unit 6 Place Concept</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identify place concept ● Channels of distribution ● Distribution relationship -Writing business itineraries ● Retailing ● Nonstore retailing ● Wholesaling | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายคำศัพท์เฉพาะของ Place แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจ 2. อาจารย์บรรยายเรื่องช่องทางการกระจายสินค้า Channels of distribution แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง Distribution relationship แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 4. อาจารย์ให้นักศึกษายกตัวอย่างเส้นทางการกระจายสินค้าของร้านสะดวกซื้อ แล้วเขียนอธิบายโดยใช้ mind mapping จากนั้นให้นำเสนอหน้าชั้นเรียน 5. อาจารย์บรรยายเรื่องการค้าปลีก Retailing แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 6. อาจารย์อธิบายเรื่อง Nonstore retailing แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 7. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่ม แล้วอาจารย์ให้นักศึกษาอภิปรายกันในกลุ่มถึงความแตกต่างระหว่าง Store retailing และ Nonstore retailing 4. อาจารย์บรรยายเรื่อง Wholesaling แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดทบทวนความเข้าใจ | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | <p>1.1 ข้อ 3</p> <p>3.1 ข้อ 1</p> <p>4.1 ข้อ 2</p> <p>5.1 ข้อ 2, 3</p> | อ. ขจีनुช เชาวนปรีชา |

| ลำดับ ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|--------------|--|------------------|---|---|--|-------------------------|
| 12-13 | <p>- หัวข้อการสอน</p> <p>Unit 7 Promotion Concept</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ways of advertising ● Describing promotional strategies ● The four major promotional tools ● Advertising ● Public relations ● Sales promotion ● Personal selling ● Direct marketing | 3 | <ol style="list-style-type: none"> 1. อาจารย์อธิบายความหมายของคำศัพท์เฉพาะของ Promotion แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 2. อาจารย์บรรยายกลยุทธ์ของการส่งเสริมการตลาด Promotional strategies แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจ 3. อาจารย์แนะนำเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้งสี่ประเภทให้นักศึกษาฟังแล้วให้ทำแบบฝึกหัด 4. อาจารย์บรรยายเรื่องการโฆษณา Advertising แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 5. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อจำกัดของการโฆษณาแล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 6. อาจารย์บรรยายเรื่อง Public relations แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 7. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Public relations แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 8. อาจารย์บรรยายเรื่อง Sales Promotion แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 9. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Sales Promotion แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 10. อาจารย์บรรยายเรื่อง Personal selling แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 11. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Personal selling แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน 12. อาจารย์บรรยายเรื่อง Direct marketing แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด 13. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มแล้วช่วยกันวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของ Direct | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | <p>1.1 ข้อ 3</p> <p>3.1 ข้อ 1</p> <p>4.1 ข้อ 2</p> <p>5.1 ข้อ 2, 3</p> | อ. ขจีनुช เชาวนปรีชา |

| สัปดาห์ ที่ | หัวข้อการสอน / Learning Outcome | จำนวน ชั่วโมง | กิจกรรมการเรียนการสอน | สื่อการสอน | สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุ ข้อ) | ผู้สอน |
|----------------|---|------------------|---|---|---|-------------------------|
| | | | marketing แล้วออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์หน้าชั้นเรียน | | | |
| 14 | - หัวข้อการสอน Unit 8 Marketing Strategy ● Defining marketing strategies ● STP analysis ● SWOT analysis ● Product-market strategy - Learning Outcome - การตรวจสอบความถูกต้อง ของแบบฝึกหัด | 3 | 1. อาจารย์อธิบายคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับ Marketing strategy แล้วบรรยายเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง 2. ให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเพื่อทบทวนความเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์เฉพาะ 3. อาจารย์บรรยายเรื่อง STP analysis แล้วให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นจากตัวอย่างกรณีศึกษา 4. อาจารย์บรรยายเรื่อง SWOT analysis แล้วให้นักศึกษาซักถาม 5. ให้นักศึกษาวิเคราะห์ SWOT 6. อาจารย์บรรยายเรื่อง Product-Market Strategy แล้วให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัด และวิเคราะห์จากตัวอย่างสถานการณ์จริง | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | 1.1 ข้อ 3 2.1 ข้อ 1 3.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 1, 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ขจีनुช เขาวนปรีชา |
| 15 | - หัวข้อการสอน นำเสนองาน | 6 | <ul style="list-style-type: none"> ■ ผลการสำรวจทางการตลาดเรื่องตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา ■ แสดงความคิดเห็น ■ ซักถาม | <ul style="list-style-type: none"> ■ In-class Exercises ■ Handout | 1.1 ข้อ 3 2.1 ข้อ 1 3.1 ข้อ 1 4.1 ข้อ 1, 2 5.1 ข้อ 2, 3 | อ. ขจีनुช เขาวนปรีชา |

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ) | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วน ของการ ประเมินผล |
|---|--|--|-----------------------|--------------------------------|
| 1. การฝึกในชั้นเรียน | <p>1.1 ด้านคุณธรรม จริยธรรม</p> <p>1) ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามระเบียบของห้องเรียน เข้าเรียนตรงเวลา และปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จสิ้นได้ตามเวลาที่กำหนด</p> <p>2) ผู้เรียนเอาใจใส่ต่อการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ลอกงานผู้อื่น</p> <p>4) ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการปฏิบัติงานในกรอบจริยธรรม และจรรยาบรรณทางวิชาชีพด้านการตลาด</p> | <p>- สังเกตพฤติกรรมในการเข้าเรียน การตรงต่อเวลา การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม</p> <p>- ประเมินจากการที่นักศึกษาส่งงานที่ได้รับมอบหมายตามที่กำหนดและตรงเวลา มีความรับผิดชอบ ทำด้วยตนเองไม่ลอกผู้อื่น</p> <p>- การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน อภิปราย และเสนอความคิดเห็นในชั้นเรียน</p> <p>- ประเมินด้วยการตรวจแบบฝึกหัด</p> | ตลอดภาคการศึกษา | 10% |
| 2. การทดสอบย่อยและการสอบปลายภาค ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ สำหรับการตลาด | <p>1.2 ด้านความรู้</p> <p>2) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจด้านคำศัพท์เฉพาะ และสำนวนที่ใช้ในบริบททางการตลาด</p> <p>3) ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางการตลาด (เช่น การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา ช่องทางการ</p> | <p>- ประเมินด้วยการสอบกลางภาค และการสอบปลายภาค</p> | 8 และ 16 | 50% |

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ) | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วน ของการ ประเมินผล |
|--|--|--|-----------------------|--------------------------------|
| | <p>จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น)</p> <p>4) ผู้เรียนบูรณาการความรู้ด้านภาษาอังกฤษกับธุรกิจการตลาดที่เกี่ยวข้อง</p> | | | |
| <p>3. การนำเสนอผลการสำรวจตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์</p> | <p>1.3 ด้านทักษะทางปัญญา</p> <p>1) สืบค้นข้อมูลและแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับธุรกิจการตลาดดิจิทัล เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันและเทคโนโลยีด้านการตลาดใหม่ๆ</p> <p>2) คิดสร้างสรรค์ และปรับใช้องค์ความรู้ด้านการตลาดกับงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเหมาะสม</p> <p>3) คิด วิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะจำหน่ายในงาน Product Fair ได้อย่างมีระบบ</p> | <p>- ประเมินจากการตรวจสอบการทำโครงการเก็บข้อมูลทางการตลาด การนำเสนอผลการสำรวจ และรูปเล่มรายงานทางวิชาการ</p> <p>- สังเกตจากการอภิปรายและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งในและนอกห้องเรียน</p> <p>- ประเมินจากการนำเสนอด้วยสื่อเทคโนโลยี</p> <p>- ประเมินจากการนำเสนอรายงานผลการทำวิจัยทางการตลาด และประเมินผลโครงการ</p> | 15 | 10% |
| <p>4. การจัดกิจกรรมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน Product</p> | <p>1.4 ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ</p> | <p>- ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน Product Fair</p> | 15 | 20% |

| กิจกรรมที่ | ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ) | วิธีการประเมิน | สัปดาห์ที่ ประเมิน | สัดส่วน ของการ ประเมินผล |
|---|--|---|-----------------------|--------------------------------|
| Fair (Authentic Activity) | 1) ทำงานร่วมกับผู้อื่น ในการทำงานคู่ และ งานกลุ่มได้ 2) สื่อสารในเรื่อง การตลาด หรือธุรกิจ การตลาดออนไลน์ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ 3) มีความรับผิดชอบ ต่อบทบาทของตนที่มี ต่อผู้อื่น เพื่อให้ได้ ผลงานที่มีคุณภาพ | | | |
| 5. การทำ รายงานสรุปผล การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ใน งาน Product Fair | 1.5 ด้านทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการ ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ 1) ใช้เทคโนโลยี สารสนเทศในการ สืบค้นเกี่ยวกับ รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ในประเทศ ไทยและสรุปเพื่อ นำเสนอข้อมูลได้ 2) ติดต่อสื่อสารโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ 3) สามารถคำนวณ กำไรต้นทุนจากการ จำหน่ายสินค้าในงาน B.E. Product Fair ได้ อย่างถูกต้อง | - ประเมินจากการจัดทำรายงาน - ประเมินจากรายงานบัญชีกำไร ขาดทุนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในงาน Product Fair | 16 | 30% |

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

6.1 เอกสารและตำราหลัก

ขจีณูช เขาวนปรีชา, 2560. เอกสารประกอบการเรียนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับการตลาด.
กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

6.2 เอกสารและข้อมูลสำคัญ

ไม่มี

6.3 เอกสารและข้อมูลแนะนำ

สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด การวิจัยด้านการตลาด การทำแผนการตลาด และอิเล็กทรอนิกส์

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

7.1 กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

การประเมินประสิทธิผลในรายวิชานี้ ที่จัดทำโดยนักศึกษา ได้จัดกิจกรรมในการนำแนวคิดและความเห็นจากนักศึกษาได้ดังนี้

- การสนทนาระหว่างนักศึกษาและผู้สอน (เป็นทางการและไม่เป็นทางการ)
- แบบประเมินผู้สอนและแบบประเมินรายวิชา (ผ่านระบบบริหารการศึกษา)

7.2 กลยุทธ์การประเมินการสอน

ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินการสอน ได้มีกลยุทธ์ ดังนี้

- ใช้แบบสังเกตการณ์การมีส่วนร่วมในการเรียนของนักศึกษา (แบบไม่เป็นทางการ)
- ใช้แบบประเมินรายวิชาผลการเรียนของนักศึกษา(จากการทำแบบฝึกหัดและการสอบ)

7.3 การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน โดยการจัดกิจกรรมการระดมสมอง และหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการสอนดังนี้

- ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนและอาจารย์ผู้สอน

7.4 การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

ในระหว่างกระบวนการสอนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์ในรายหัวข้อ ตามที่คาดหวังจากการเรียนรู้ในรายวิชา ได้จากการสอบถามนักศึกษา หรือการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา รวมถึงพิจารณาจากผลการสอบกลางภาค และหลังการออกผลการเรียนรายวิชา มีการทวนสอบผลสัมฤทธิ์โดยรวมในวิชาได้ดังนี้

- ใช้การทวนสอบการให้คะแนนจากการสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษาโดยอาจารย์ท่านอื่นที่อยู่ภายในหรือภายนอกหลักสูตร

- มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ รายงาน วิธีและเกณฑ์การให้คะแนนสอบ

| ผลการเรียนรู้ | วิธีการประเมิน | | |
|--|-------------------|--------|---------------------------|
| | การสังเกตพฤติกรรม | การสอบ | การปฏิบัติ/การนำเสนอผลงาน |
| คุณธรรม จริยธรรม | ✓ | | |
| ความรู้ | ✓ | ✓ | ✓ |
| ทักษะทางปัญญา | | ✓ | ✓ |
| ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ | ✓ | | ✓ |
| ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ไอที | ✓ | | ✓ |

7.5 การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- 1) อาจารย์ผู้สอนดำเนินการทบทวนสอบด้วยตนเอง ด้วยการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาตามวิธีการข้อ 7.4
- 2) กรณีที่ผลการเรียนรู้นักศึกษายังไม่ได้ประสิทธิผลของรายวิชา อาจารย์ผู้สอนจะให้โอกาสนักศึกษาปรับปรุงแก้ไขได้ตามความจำเป็นเป็นรายกรณี
- 3) ปรับปรุงรายวิชาทุก 5 ปี หรือตามข้อเสนอแนะ และผลการทบทวนมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 7.4
- 4) เปลี่ยนหรือสลับผู้สอนเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และมีมุมมองในการประยุกต์ความรู้จากผู้สอนที่หลากหลาย