



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ประจำภาคเรียนที่ 2/2561

รหัสวิชา 3642202 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การจัดการราคา
(ภาษาอังกฤษ) Pricing Management

อาจารย์ผู้สอน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล โสภารัตนกุล

คำนำ

เอกสารรายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3) ของรายวิชาการจัดการราคา (Pricing Management) รหัสวิชา 3642202 จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวให้มีความเป็นมาตรฐาน ครบถ้วน และถูกต้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา นโยบายการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์การตลาด

รายละเอียดรายวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียน ที่เน้นทั้งการเรียนการสอนที่เป็นทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เรียนได้แนวทางในการจัดการเรียนรู้ทฤษฎีและกรณีศึกษา จากกิจกรรมการเรียนการสอนภายในห้องเรียน รวมถึงติดตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยใช้ทักษะการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม นอกเหนือจากการเรียนภายในห้อง ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้

อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	9
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	21
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	21

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ วิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา
รหัสวิชา 3642202 ชื่อรายวิชา การจัดการราคา
(Pricing Management)
2. จำนวนหน่วยกิต
3(3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา
 - 3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
 - 3.2 ประเภทรายวิชาหมวดวิชาเฉพาะ วิชาเลือกเสรี
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน
 - 4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.นฤมล โสภรัตน์กุล
 - 4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.นฤมล โสภรัตน์กุล ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน
ภาคการศึกษาที่ 2/2561 ชั้นปีที่ 3
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)(ถ้ามี)
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisite)(ถ้ามี)
ไม่มี
8. สถานที่เรียน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด
 - 9.1 วันที่จัดทำ 8 ธันวาคม 2559
 - 9.2 วันที่ปรับปรุงรายละเอียดล่าสุด 16 พฤศจิกายน 2561

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบอกความสำคัญ ความหมายของการกำหนดราคา และประเภทของราคาได้
2. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบอกได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง
3. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถอธิบายถึงวิธีการกำหนดราคาสินค้า ขั้นตอนในการกำหนดราคาสินค้า
4. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกใช้นโยบายและกลยุทธ์ในการกำหนดราคาได้สอดคล้องกับ
5. เพื่อให้ผู้เรียนสามารถกำหนดราคาสินค้าธุรกิจออนไลน์ จริยธรรม คุณธรรมในการกำหนดราคาสินค้า

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้เนื้อหาที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการปรับปรุงความถูกต้องของเนื้อหา

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดการจัดการราคา วัตถุประสงค์การกำหนดราคา นโยบายการกำหนดราคา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา วิธีการการกำหนดราคา การเปลี่ยนแปลงราคา การใช้ราคาเป็นเครื่องมือสำหรับกลยุทธ์การตลาด

Concepts in pricing management, pricing objectives, pricing policies, factors that influence in pricing, method of pricing, pricing change, using the price as an instrument for marketing strategy.

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย	สอนเสริม	ฝึกปฏิบัติ	การศึกษาด้วยตนเอง
45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถทำการสอนได้ หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ เพื่อทบทวนความรู้ความเข้าใจให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น	ไม่มีฝึกปฏิบัติ	90 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็น

รายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ให้คำปรึกษาได้ตามเวลาที่เหมาะสม และกำหนดไว้ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมง

- อาจารย์ประจำรายวิชา จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่มตามความต้องการของผู้เรียน มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร อาทิเช่น Line Facebook เป็นต้น

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

1.1.1 ตระหนักในคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ

1.1.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.1.3 มีวินัย เคารพและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ขององค์กรและสังคม

1.1.4 เคารพสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

1.2 วิธีการสอน

(1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ปลูกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย

(2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย

(3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

(4) ประเมินจากงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน/แบบฝึกหัด ที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

2.1.1 มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

2.1.2 มีความรู้และความเข้าใจในองค์ความรู้ของศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยสามารถบูรณาการและนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

2.2.3 มีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการปฏิบัติงานด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก โดยใช้วิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์

2.1.4 สามารถติดตามความก้าวหน้าและความเปลี่ยนแปลงทางวิชาการและวิชาชีพทางด้านการจัดการธุรกิจค้าปลีก ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการจัดการราคา

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบโดยเน้นตัวอย่างการแก้ปัญหาทางด้านการจัดการราคา

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น การมอบหมายงานให้นักศึกษาค้นคว้าจากสื่อต่าง ๆ แบบรายงานเฉพาะบุคคลหรือรายงานกลุ่ม พร้อมวิเคราะห์ประเด็นที่เรียนมานำเสนอหน้าชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยหรือข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดทำยบทเรียน และแบบฝึกหัดเพิ่มเติม

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

○ 3.1.2 สามารถสืบค้น จำแนก และประเมินข้อมูล เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์

○ 3.1.3 สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะกับการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่าง

เหมาะสม

3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการจัดการราคา

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบโดยเน้นตัวอย่างการแก้ปัญหาทางด้านการจัดการราคา

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัยหรือข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากการสอบประมวลความรู้ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน เช่น แบบฝึกหัดทำยบทเรียน และแบบฝึกหัดเพิ่มเติม

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ สมาชิกของกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

4.1.2 สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทสมาชิกของกลุ่ม

4.1.3 มีความรับผิดชอบการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งของตนเอง และทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง

4.2 วิธีการสอน

(1) การเรียนแบบมีส่วนร่วมปฏิบัติการ

(2) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน (กลุ่ม) /แบบฝึกหัด โดยเน้นความรู้ที่ได้ศึกษาในชั้นเรียน เพื่อดูความสามารถในการทำงานเป็นทีม กล้าที่จะแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน

(2) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม) และการเป็นผู้นำ ผู้ตามในการอภิปรายซักถาม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

5.1.1 มีทักษะการใช้เครื่องมือที่จำเป็นที่มีอยู่ในปัจจุบันต่อการทำงานที่เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ ค้าปลีก

5.1.2 สามารถแนะนำประเด็นการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศทางคณิตศาสตร์หรือการแสดงสถิติประยุกต์ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างสร้างสรรค์

5.1.3 สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพทั้งปากเปล่าและการเขียน พร้อมทั้งเลือกใช้รูปแบบของสื่อการนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม

5.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชาการจัดการราคา

(2) บรรยายจากสื่อ Power Point พร้อมยกตัวอย่างประกอบโดยเน้นตัวอย่างการแก้ปัญหาทางด้านการจัดการราคา

(3) มอบหมายงานต่างๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

5.3 วิธีการประเมินผล

(1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/ข้อสอบอัตนัย

(2) ประเมินจากแบบทดสอบ เพื่อวัดความเข้าใจของนักศึกษา

(3) ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ /รายงาน (กลุ่ม)

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>แนะนำเนื้อหาในบทเรียน ความเป็นมาและ ความสำคัญของการศึกษา ในรายวิชา</p> <p>ความหมายและ ความสำคัญของราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมายของราคา มูลค่า และอรรถประโยชน์ - ความสำคัญของการตัดสินใจด้านราคา - ประเภทของราคา <p>Learning Outcome</p> <p>1. นักศึกษาได้ทบทวนเนื้อหาที่เคยเรียนในรายวิชาหลักการตลาดในเรื่องของ P ตัวที่ 2 คือราคา ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้เดิม วิธีในการ</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1.แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหาวิชา จุดประสงค์ และ เป้าหมายของรายวิชา เกณฑ์การวัดผลและประเมินผล แนะนำหนังสือเรียน และwebsite เพิ่มเติม</p> <p>2. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. ให้นักศึกษาแบ่งกลุ่มทำการอภิปรายเรื่องการกำหนดราคาของสินค้าในตลาดว่ามีการกำหนดราคาอย่างไร และเพราะเหตุใดจึงตั้งราคาเช่นนั้นในความคิดของกลุ่ม</p> <p>4. ให้นักศึกษาทำการธุรกิจเพื่อจำหน่ายสินค้าหรือบริการกลุ่มเป้าหมาย สถานที่ในการจำหน่ายหรือวิธีในการจำหน่ายสินค้า</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1.สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>2. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา</p> <p>3. ใบงานมอบหมายให้นักศึกษาอภิปรายในกลุ่มเรื่องกำหนดราคาสินค้าในท้องตลาด</p> <p>4. ใบงานการกำหนดสินค้าให้กับธุรกิจ</p>	1	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	กำหนดราคาของสินค้าในตลาด 2. นักศึกษาได้มีการรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกสินค้า การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ของกลุ่ม					
2	ปัจจัยในการกำหนดราคา - ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ (Demand) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา - ปัจจัยทางด้านอุปทาน (Supply) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา - ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. กิจกรรมในนักศึกษาจัดกลุ่มนำเสนอลักษณะสินค้ากับปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคา	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคา	2	ผศ. นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียน อธิบายได้ว่าปัจจัยไหนที่ ส่งผลต่อการกำหนดราคา สินค้าในตลาด					
3	<p>ขั้นตอนการกำหนดราคา</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคา - การเลือกวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา - การพิจารณาอุปสงค์ - การคาดคะเนต้นทุน <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถกำหนด วัตถุประสงค์ของการ กำหนดราคาและสามารถ กำหนดต้นทุนของการ จำหน่ายสินค้าของธุรกิจได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มทำการ กำหนด วัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา ต้นทุนของการผลิต การซื้อ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ต้นทุนทางการตลาด ของสินค้าที่กำหนดใน สัปดาห์ที่ 1 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานให้นักศึกษากำหนดวัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา ต้นทุนของการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจที่กำหนดไว้ในสัปดาห์ที่ 1 	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
4	<p>ขั้นตอนการกำหนดราคา (ต่อ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - การวิเคราะห์คู่แข่งชั้นราคา และข้อเสนอของคู่แข่งชั้น - การเลือกวิธีการกำหนดราคา <p>การเลือกราคาสุดท้าย</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะทำการเก็บข้อมูลของคู่แข่งชั้นและเปรียบเทียบราคาของคู่แข่งชั้นแต่ละราย</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มทำการเก็บข้อมูลคู่แข่งชั้นที่จำหน่ายสินค้าเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน เพื่อพิจารณาวิธีการกำหนดราคาของคู่แข่งชั้นในตลาด 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานสำรวจสินค้าคู่แข่งชั้นในตลาด 	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
5	<p>การกำหนดราคาตามหลักเศรษฐศาสตร์</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly competitive market) 	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาสรุปประเด็นของวิดีโอ 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. วิดีทัศน์เรื่องกลไกราคาในระบบเศรษฐกิจและตลาดสินค้าและบริการ https://www.youtube.com/watch?v=MxSztHZ-2Dw 	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	Learning Outcome นักศึกษาเขียนอธิบายกล ยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนด ราคาสินค้าหรือบริการใน ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ได้		เรื่องกลไกราคาในระบบเศรษฐกิจ และตลาดสินค้าและบริการ			
6	การกำหนดราคาตามหลัก เศรษฐศาสตร์ (ต่อ) - กำหนดราคาในตลาด แข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly competitive market) Learning Outcome นักศึกษาสามารถเขียน อธิบายถึงวิธีการกำหนด ราคาของธุรกิจในตลาด ประเภทต่าง ๆ ได้	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วน ร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย 3. นักศึกษาแบ่งกลุ่มจัดทำคลิปการ สัมภาษณ์ธุรกิจในตลาดต่าง ๆ เพื่อ ศึกษาวิธีการกำหนดราคาสินค้าของ ธุรกิจ	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการ ราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานให้นักศึกษาจัดทำคลิปวิดีโอการ สัมภาษณ์ธุรกิจเกี่ยวกับการกำหนดราคาของ ตลาดประเภทต่าง ๆ	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
7	การกำหนดราคาวิธี พื้นฐาน - การกำหนดราคาทาง ทฤษฎี	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วน ร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการ ราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย			
8	<p>การกำหนดราคาวิธี พื้นฐาน (ต่อ)</p> <p>- การกำหนดราคาทาง ปฏิบัติ (Price Setting in Practice)</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะ กำหนดราคาโดยจะเลือกใช้ วิธีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าที่ได้ กำหนดไว้ในสัปดาห์ที่ 1</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย</p> <p>3. ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มทำการ กำหนดราคาโดยพิจารณาเลือกวิธีในการกำหนดราคาแบบทฤษฎี หรือ แบบปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องสินค้า กลุ่ม เป้า และคู่แข่งชั้น</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการ ราคา</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p> <p>3. ใบงานให้นักศึกษาที่กำหนดราคาของ สินค้าที่กำหนดไว้ในสัปดาห์ที่ 1 โดยวิธีการ</p>	3	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
9	<p>นโยบายการกำหนดราคา และกลยุทธ์ราคา</p> <p>- นโยบายการกำหนดราคา</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <p>1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p>	<p>สื่อการสอน</p> <p>1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการ ราคา</p> <p>2. สื่อการสอน PowerPoint</p>	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย			
10	<p>นโยบายการกำหนดราคา และกลยุทธ์ราคา (ต่อ)</p> <p>- กลยุทธ์ในการกำหนด ราคา</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะเขียน อธิบายกลยุทธ์การตั้งราคา สินค้าออกใหม่และการตั้ง ราคาสินค้าสูงได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและ สงสัย 3. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวีดิทัศน์ในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้ง ราคาสินค้าใหม่ (Market Penetration Pricing) 4. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวีดิทัศน์ในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้ง ราคาสินค้าสูง 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการ ราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. คลิปวีดิทัศน์ กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ใหม่ (Market Penetration Pricing)https://www.youtube.com/watch?v=uywoPX9Nycw 4. นักศึกษาสรุปสิ่งที่ได้จากคลิปวีดิทัศน์ใน หัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้าสูง https://www.youtube.com/watch?v=C OdsZJJfFlw 	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
11	กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาตามช่องทางการจัดจำหน่าย และการเปลี่ยนแปลงราคา - กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
12	กลยุทธ์การกำหนดราคาตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาตามช่องทางการจัดจำหน่าย และการเปลี่ยนแปลงราคา (ต่อ) - การกำหนดราคาตามช่องทางการจัดจำหน่าย - การเปลี่ยนแปลงราคา	3	กิจกรรมการเรียนการสอน 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้แต่ละกลุ่มทำการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาสินค้าของธุรกิจตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การกำหนดราคาช่องทางการจัดการจัดจำหน่าย	สื่อการสอน 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานการกำหนดกลยุทธ์การกำหนดราคาของธุรกิจตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย	4	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>Learning Outcome นักศึกษาแต่ละกลุ่มสามารถที่จะเขียนอธิบายกลยุทธ์ในการกำหนดราคาสินค้าในแต่ละช่วงวงจรชีวิต และเขียนอธิบายกลยุทธ์การกำหนดราคาช่องทางการจัดการจัดจำหน่าย</p>					
13	<p>การจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์และจริยธรรมการกำหนดราคา - การจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ - ข้อกำหนด กฎหมาย และจรรยาบรรณ</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถกำหนดราคาสินค้าขายออนไลน์ได้ และทราบถึง กฎหมาย และจรรยาบรรณในการกำหนดราคาสินค้า</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปรายและซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. ให้นักศึกษาเข้าเว็บ โดยนักศึกษาเลขที่ 1- 12 หาข้อมูลการกำหนดราคาสินค้าขายทางออนไลน์ พร้อมยกตัวอย่าง/อธิบาย และนักศึกษาเลขที่ 13 - 23 หาข้อมูลข้อกำหนดกฎหมายและจรรยาบรรณในการกำหนดราคา โดยให้นำเสนอ 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. ใบงานการศึกษาหาข้อมูลการกำหนดราคาสอนค้าขายออนไลน์ และการศึกษาข้อกำหนด กฎหมาย และจรรยาบรรณของการกำหนดราคาสินค้า 	5	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
14	<p>การวิเคราะห์ราคาสำหรับ ธุรกิจออนไลน์</p> <p>- การวิเคราะห์ประเด็น เนื้อหาการจัดการราคา สำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถวิเคราะห์ ประเด็นเนื้อหาการจัดการ ราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ ในปัจจุบัน ได้</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 3. การวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาการจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. กรณีศึกษา “การตั้งราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน” 	1,2,3,4,5	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล
15	<p>การวิเคราะห์ราคาสำหรับ ธุรกิจออนไลน์ (ต่อ)</p> <p>- การวิเคราะห์ประเด็น เนื้อหาการจัดการราคา สำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน</p>	3	<p>กิจกรรมการเรียนการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การบรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. เปิดโอกาสให้นักศึกษาอภิปราย และซักถามในประเด็นที่สนใจและสงสัย 	<p>สื่อการสอน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เอกสารประกอบการสอนวิชาการจัดการราคา 2. สื่อการสอน PowerPoint 3. กรณีศึกษา “การตั้งราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน” 	1,2,3,4,5	ผศ.นฤมล โสภารัตนกุล

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<p>- การนำเสนอผลงานของ นักศึกษาเป็นรายกลุ่ม</p> <p>Learning Outcome นักศึกษาสามารถที่จะ นำเสนอผลงานหน้าชั้น เรียนและเป็นการทำงาน แบบกลุ่มที่นักศึกษาได้ เรียนรู้การเป็นผู้นำและผู้ ตามที่ดี รวมทั้งการแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น ได้</p>		<p>3. การวิเคราะห์ประเด็นเนื้อหาการจัดการราคาสำหรับธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน</p> <p>4. ให้แต่ละกลุ่มนำเสนอการกำหนดราคาสินค้า ต้นทุน วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา นโยบายในการกำหนดราคา กลยุทธ์ที่ใช้ในการกำหนดราคา โดยให้นำเสนอหน้าชั้นเรียน</p>			

2.แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน / การตรงต่อเวลา / การแต่งกาย / ความรับผิดชอบต่อตนเอง/การมีจิตสำนึกความถูกต้อง/คุณธรรมจริยธรรม	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 1.1.4	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ทั้งต่อตนเองและที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล	1-15	10%
2. แบบฝึกหัด/กิจกรรม / งานที่ได้รับมอบหมาย (งานเดี่ยวและงานกลุ่ม) - การจัดกิจกรรม Event Marketing by RBM	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 1.1.4, 2.1.2, 3.1.1, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.2	1. ประเมินจากการตรงเวลาของนักศึกษาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย 2. ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล 3. ประเมินจากงาน /กิจกรรมต่างๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในห้องเรียน ต้องมีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริตไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน 4. ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการทำกิจกรรมกลุ่ม 5. ประเมินจากพฤติกรรมในห้องเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในห้องเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม	1-15	50%
3. สอบปลายภาค	2.1.2, 3.1.1, 5.1.2	1. ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบปรนัย/อัตนัย	16	40%

หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

นฤมล โสภารัตนกุล. (2561). *การจัดการราคา*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

วิทยา จารุงศ์โสภณ (2556). *กลยุทธ์ราคา*. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิเชียร วงศ์นิชชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดี. (2558). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 13.

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุโขทัยธรรมมาธิราช. (2557). *การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

ไม่มี

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- แบบประเมินผู้สอนประเมินรายวิชาผ่านระบบฯ ของมหาวิทยาลัย

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การทวนสอบผลโดยอาจารย์สอน เช่น การสุ่มตรวจผลงานของนักศึกษา

3. การปรับปรุงการสอน

นำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 2 มาปรับปรุงการสอนและหาข้อมูลเพิ่มเติมในการปรับปรุงการเรียนการสอนโดยจัดกิจกรรม “การวิพากษ์แนวการสอนโดยผู้สอน”

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชาตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียนวิธีการให้คะแนนสอบและการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4 ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ