



## รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2562

รหัสวิชา 3643901 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การวิจัยการตลาด

(ภาษาอังกฤษ) Marketing Research

อาจารย์ผู้สอน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว

## คำนำ

มคอ.3 รายวิชาการวิจัยการตลาด (Marketing Research) รหัสวิชา 3643901 เป็นการจัดทำรายละเอียดประกอบรายวิชาการวิจัยการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญและการปฏิบัติการวิจัยการตลาด เน้นข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้การจัดการเรียนการสอนสอดคล้องและเป็นไปตามที่วางแผนไว้ในรายละเอียดของหลักสูตร ซึ่งในรายวิชาจะกำหนดไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และรายละเอียดของเนื้อหาความรู้ในรายวิชา แนวทางการปลูกฝังทักษะต่างๆ ตลอดจนคุณลักษณะอื่นๆ ที่นักศึกษาจะได้รับการพัฒนาให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของรายวิชา รวมทั้งมีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน วิธีการเรียน การวัดและประเมินผลในรายวิชา ตลอดจนหนังสือหรือสื่อทางวิชาการอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังกำหนดยุทธศาสตร์ในการประเมินรายวิชาและกระบวนการปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ และดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน

รายละเอียดวิชานี้เป็นส่วนสำคัญต่อผู้เรียนสาขาการตลาด ที่เน้นการเรียนการสอนทฤษฎีและการศึกษาค้นคว้าพัฒนาด้วยตนเอง ด้วยการวิจัยตามรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning เพื่อส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ และการฝึกภาคสนามจริง โดยผู้สอนมีบทบาทอำนวยความสะดวกและจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองและปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

กรกฎาคม 2562

## สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	4
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	20
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	20

## รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
คณะ	คณะวิทยาการจัดการ

### หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา  
รหัสวิชา 3643901 ชื่อรายวิชา (ภาษาไทย) การวิจัยการตลาด  
(ภาษาอังกฤษ) Marketing Research
2. จำนวนหน่วยกิต  
3 (3-0-6) หน่วยกิต
3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา  
3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด  
3.2 ประเภทรายวิชาเฉพาะด้าน
4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว  
อาจารย์ผู้สอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ยอดแก้ว ตอนเรียน A1
5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน  
ภาคการศึกษาที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2562 / ชั้นปีที่ 2
6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite) (ถ้ามี)  
ไม่มี
7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) (ถ้ามี)  
ไม่มี
8. สถานที่เรียน  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด  
วันที่ 4 กรกฎาคม 2562

## หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

### 1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

ให้ผู้เรียนได้ศึกษาความสำคัญของการวิจัยการตลาด ขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยการตลาด การฝึกปฏิบัติการวิจัยการตลาดโดยการเสนอโครงร่างวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์ และตั้งสมมุติฐานในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และสรุปผลงานวิจัย เพื่อสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการตัดสินใจด้านการตลาด

### 2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

1. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้น เกี่ยวกับการวิจัยการตลาด
2. เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจ ในกระบวนการ ขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย
3. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติงาน การทำวิจัยพื้นฐานทางด้านการตลาด
4. เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการอาชีพต่างๆ

## หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

### 1. คำอธิบายรายวิชา

ความหมาย บทบาท กระบวนการ ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย การออกแบบวิธีวิจัย เครื่องมือเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แหล่งข้อมูลและประเภทความผิดพลาดของข้อมูล สเกลที่ใช้วัดทัศนคติ ขั้นตอนและเทคนิคการเลือกตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การออกแบบสอบถาม การสุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล การใช้สถิติประยุกต์ในการวิจัย การสรุปผลและการทำรายงานการวิจัย จริยธรรมในการวิจัยการตลาด

Characteristics of communities. Models and roles of community business.

Cooperation networking. Factors influencing success and failure in community businesses.

Marketing management process. Technology and information system management. Social and environmental management for communities. Practical marketing project with a community.

### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งานภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
บรรยาย 30 ช.ม. ฝึกปฏิบัติ 30 ช.ม.ต่อภาคการศึกษา	สอนเสริมตามความต้องการของนักศึกษาเฉพาะราย	ไม่มีการฝึกปฏิบัติงานภาคสนาม	ศึกษาด้วยตนเอง 75 ช.ม.ต่อภาค การศึกษา หรือ 6 ช.ม. ต่อสัปดาห์

### 3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำวิชาบอกกล่าวการให้คำปรึกษาระหว่างที่สอน
- อาจารย์ประจำวิชาจัดเวลาให้คำปรึกษาอย่างน้อย 6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เพื่อให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล และกลุ่มบุคคล
- อาจารย์ประจำวิชาจัดให้คำปรึกษาผ่านระบบการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ทั้งเดี่ยวและกลุ่ม

## หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

รายวิชาการวิจัยการตลาด มีรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ โดยระบุว่าเป็นความรับผิดชอบหลักหรือรับผิดชอบรอง ทั้ง 5 ด้านโดยแสดงเครื่องหมาย ● ความรับผิดชอบหลัก ○ ความรับผิดชอบรอง ในแต่ละด้านดังนี้

### 1. คุณธรรม จริยธรรม

#### 1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

นักศึกษามีคุณธรรม จริยธรรม สามารถดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างราบรื่น และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม บนพื้นฐานแนวคิดความเป็นไทย เกิดความภาคภูมิใจตระหนักและสำนึกในความเป็นไทยที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สอดแทรกเรื่องมาตรฐาน ความดี ความถูกต้องเหมาะสมตามยุคสมัยของสังคมเข้าไปด้วยเสมอ โดยมีคุณลักษณะสำคัญ ดังนี้

● 1.1.1 ความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อหน้าที่ ต่อตนเองและต่อผู้อื่น ไม่เอาใจเอาเปรียบผู้อื่นและมีความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม

○ 1.1.2 มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน

● 1.1.3 มีความเคารพต่อกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ขององค์การและสังคม

● 1.1.4 มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว

#### 1.2 วิธีการสอน

(1) อธิบายมีการสอนจรรยาบรรณของนักวิจัยพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ และส่งเสริมให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัย และข้อบังคับ

(2) ส่งเสริมปลูกฝังให้นักศึกษาให้ทำรายงานการวิจัยตลาด

(3) มอบหมายงาน /กิจกรรม /กรณีศึกษา /รายงาน โดยเน้นการส่งงานตรงเวลา และแนวคิดที่มีคุณธรรมจริยธรรมจากกิจกรรมและงานเพื่อที่จะ สร้างความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ในการทำงานวิจัย

(4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน และความตรงต่อเวลาในการส่งงาน

#### 1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ทำการประเมินจากการเข้าชั้นเรียนตรงเวลาของนักศึกษา และการส่งงานตามกำหนด ระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากการสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของนักศึกษาที่เกิดระหว่างการเรียนการสอนภายใน ห้องเรียนรวมถึงพิจารณา
- (4) ประเมินจากงานและรายงานการวิจัยการตลาดที่นักศึกษาส่งงาน

## 2. ความรู้

### 2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- 2.1.1 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- 2.1.2 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- 2.1.3 มีความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับวิจัยการตลาด และการจัดการ ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงานวิจัยรวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- 2.1.4 มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการวิจัยการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

### 2.2 วิธีการสอน

- (1) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ปฏิบัติที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการวิจัยการตลาด
- (2) การจัดการเรียนการสอนใช้สื่อ Power point ประกอบการบรรยาย โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการสอนด้วยการจัดให้มีการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็นจากการค้นคว้าทฤษฎี
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด เพื่อวัดความเข้าใจและเสริมสร้างความรู้ใหม่ๆ
- (4) กำหนดให้นักศึกษาทำรายงานกลุ่ม และวิเคราะห์กรณีศึกษา การวิจัยการตลาดจริง พร้อมการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
- (5) มอบหมายงานให้ศึกษาค้นคว้ารายงานการวิจัยกลุ่ม และให้มีการร่วมอภิปรายงานวิจัยของกลุ่ม

### 2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) การประเมินผลจากงานรายบุคคล/งานกลุ่ม ที่มอบหมายให้
- (2) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและการอภิปราย
- (3) ประเมินจากการสอบปากเปล่ารายบุคคล
- (4) ประเมินจากรายงานกลุ่มที่ส่ง นำเสนอที่ได้รับมอบหมาย

(5) การสอบปลายภาค ด้วยข้อสอบที่เน้นการวัดหลักการและทฤษฎีงานวิจัยตลาด

### 3. ทักษะทางปัญญา

#### 3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

● 3.1.1 สามารถสืบค้น จำแนก และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการ แก้ไขปัญหา และการตัดสินใจอย่างเหมาะสม

○ 3.1.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษา และประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการบริหารธุรกิจใหม่ ๆ

● 3.1.3 สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

#### 3.2 วิธีการสอน

(1) สอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยเทคนิคหรือกิจกรรมการค้นคว้า การใช้เทคโนโลยีด้วยตนเองหรือทำงานเป็นทีมอย่างสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการวิจัยการตลาด มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหาวิชาการวิจัยการตลาด

(2) วิเคราะห์ปัญหาและประเด็นการวิจัย มีการออกแบบการวิจัยด้วยกระบวนการคิดเชิงระบบตามกระบวนการในการวิจัย

(3) ให้นักศึกษาวิเคราะห์กรณีศึกษา วิเคราะห์การวิจัยการตลาดจริง และนำเสนอหน้าชั้นเรียน

(4) กำหนดให้นักศึกษามอบหมายให้นักศึกษาทำการวิจัย พร้อมนำเสนอผลการวิจัยหน้าชั้นเรียน

#### 3.3 วิธีการประเมินผล

(1) ความถูกต้องของงานวิจัยการตลาด

(2) ประเมินจากการรายงานการวิจัยการตลาด การวิเคราะห์กรณีศึกษา และการนำเสนอผล

(3) การสอบปลายภาคโดยประยุกต์ตามกระบวนการและวิธีการทางด้านการวิจัยการตลาดอย่างครบถ้วน

### 4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

#### 4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

● 4.1.1 มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้

● 4.1.2 มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและอาชีพ



○ 4.1.3 มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

(1) การจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning ส่งเสริมหรือกระตุ้นให้ ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ด้วยรูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับสาระการเรียนรู้ในรายวิชาการวิจัยการตลาด

(2) จัดกิจกรรมกลุ่มในการวิเคราะห์ปัญหาของการวิจัย พร้อมทั้งมอบหมายงานทั้งรายกลุ่มและรายบุคคล

(3) แทรกประสบการณ์จริงของผู้สอนในระหว่างการเรียนการสอน โดยผ่านการเล่าเรื่องต่าง ๆ ร่วมพูดคุยกับนักศึกษาถึงความจำเป็นในวิชาที่เรียน

4.3 วิธีการประเมินผล

(1) รายงานรายบุคคล ประเมินผลจากพฤติกรรมการทำงานตรงเวลาและงานมีคุณภาพ

(2) สังเกตจากพฤติกรรมที่แสดงออกในการร่วมกิจกรรมต่างๆ และความครบถ้วนชัดเจนตรงประเด็นของข้อมูลที่ได้รายงานกลุ่ม ประเมินผลพฤติกรรมการทำงานเป็นทีม

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

● 5.1.1 สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด

○ 5.1.2 สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้

○ 5.1.3 สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนออย่างถูกต้อง

● 5.1.4 สามารถนำเทคโนโลยีไปเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

(1) ผู้สอนบรรยายและใช้สื่อ PowerPoint โดยสอดแทรกการคิดวิเคราะห์ทางตัวเลขภาษาอังกฤษในเนื้อหาวิชาและให้แสดงความคิดเห็น การทำงานกลุ่ม มอบหมายงานโดยศึกษาค้นคว้าจากฐานข้อมูลออนไลน์

(2) มอบหมายงานให้นักศึกษาแก้ปัญหาในเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง และมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในรายวิชาที่มีการนำเสนอการแก้ปัญหาที่เหมาะสม ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แล้ววิเคราะห์พร้อมกับการนำเสนอทั้งแบบบรรยายตารางตัวเลข พร้อมกับบอกแหล่งอ้างอิง

(3) นำเสนอผลข้อมูล พร้อมการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมในชั้นเรียน โดยวาจาและเล่มรายงาน

### 5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการอภิปรายหลังจากฟังการนำเสนอผลการศึกษาในชั้นเรียน
- (2) งานที่มอบหมายทั้งเป็นงานกลุ่มและงานรายบุคคล
- (3) ประเมินจากรายงานการเขียน และการนำเสนอผลงานในรูปแบบของเทคโนโลยี

## หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

## 1. แผนการสอน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
1	<p>- แนะนำบทเรียน ปฐมนิเทศรายวิชา บทนำ</p> <p>- ประเภทของการวิจัย - ขอบเขตของการวิจัยทางธุรกิจ - จรรยาบรรณนักวิจัย</p> <p><b>Learning Outcome</b></p> <p>- นักศึกษาเห็นถึงความสำคัญของวิชาการวิจัย การตลาด</p>	4	<p>1. แนะนำเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์ของวิชา การเรียนการสอนและการประเมินผล</p> <p>2. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>3. บรรยายส่วนประกอบต่างๆ ของรายงาน การวิจัยฉบับสมบูรณ์</p> <p>4. ให้นักศึกษาจัดกลุ่มและมอบหมายให้แต่ละกลุ่มไปค้นหางานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สนใจ จากฐานข้อมูลวิจัยต่างๆ ที่แนะนำ</p>	<p>1. บรรยายโดยใช้ Power Point</p> <p>2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ</p> <p>3. ตัวอย่าง รายงานการวิจัย ฉบับสมบูรณ์</p>	1	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว
2	<p><b>กระบวนการวิจัยทางธุรกิจ</b></p> <p>- หลักการเลือกหัวข้อวิจัยทางการตลาด</p> <p>- การเขียนความเป็นมาและความสำคัญของ ปัญหา</p> <p>- การกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย</p>	4	<p>1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</p> <p>2. มอบหมายให้นักศึกษากำหนดปัญหาการ วิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยจากใบงานที่ให้</p> <p>3. ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มนำงานที่ได้รับมอบ</p>	<p>1. บรรยายโดยใช้ Power Point</p> <p>2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ</p> <p>3. ง า น</p>	1,2	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดขอบเขตการวิจัย</li> <li>- การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</li> </ul> <p><b>Learning Outcome</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักศึกษากำหนดเรื่องในการวิจัย ปัญหาการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยทางการตลาด</li> </ul>		<p>หมายมาอภิปรายและรับคำชี้แนะจากผู้สอน</p> <p>4. มอบหมายให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มกำหนดหัวข้อวิจัย ความเป็นมา วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย และวรรณกรรม</p>	<p>ร า ย บู ค ค ล</p> <p>กำหนดปัญหา การวิจัย และ วัตถุประสงค์การวิจัย</p> <p>4. ง า น ข อ ง นักศึกษาแต่ละกลุ่มที่ ได้รับมอบหมาย สัปดาห์ที่ 1</p>		
3	<p><b>การตั้งสมมติฐาน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แหล่งที่มาของสมมติฐาน</li> <li>- ความสำคัญและประโยชน์ของ สมมติฐาน</li> <li>- ประเภทและการทดสอบสมมติฐาน</li> <li>- ความคาดเคลื่อนที่อาจเกิดจากการ ทดสอบสมมติฐาน</li> <li>- ข้อเสนอแนะในการเขียนสมมติฐาน</li> </ul>	4	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้</li> <li>2. มอบหมายให้นักศึกษาตั้งสมมติฐานและทดสอบสมมติฐานจากใบงานที่ให้</li> <li>3. ให้นักศึกษานำงานกลุ่มที่รับมอบหมายมา อภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไขนำเสนอในครั้งต่อไป</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บรรยายโดยใช้Power Point</li> <li>2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ</li> <li>3. งานกลุ่มการตั้งสมมติฐานและทดสอบ</li> </ol>	1,2	ผศ.ดร. ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถตั้งสมมติฐานและ ทดสอบสมมติฐานได้			สมมติฐาน 4 . งาน ของ นักศึกษาแต่ละกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ลำดับที่ 2		
4	<b>ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง</b> (เน้นทางการตลาด) - ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง - ขั้นตอนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง - ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ดี - เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง - วิธีการสุ่มกลุ่มโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ตัวอย่างและข้อจำกัด - วิธีการสุ่มกลุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น ตัวอย่าง	4	1. ผู้สอนบรรยาย 2. ให้นักศึกษาร่วมกันค้นข้อมูล วิเคราะห์ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การจำแนก และวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 3. ให้นักศึกษานำงานกลุ่มที่รับมอบหมายมาอภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไขนำเสนอในครั้งต่อไป	1. บรรยายโดยใช้Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3 . งาน ของ นักศึกษาแต่ละกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ลำดับที่ 3	1,2	ผ ศ . ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	<b>Learning Outcome</b> - สามารถเลือกประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ปริมาณตัวอย่างทางการตลาด ได้ถูกต้อง					
5	<b>ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)</b> - ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง - วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง - ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง - ประโยชน์ของการเลือกกลุ่มตัวอย่าง <b>Learning Outcome</b> - สามารถวิเคราะห์กำหนดขนาดตัวอย่างได้ ตามหลักทฤษฎี	3	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำงานกลุ่มที่รับมอบหมายมา อภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไขนำเสนอในครั้ง ต่อไป 3. มอบหมายให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มกำหนด ขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างงานวิจัย กลุ่ม และนำเสนอในครั้งต่อไป	1. บรรยายโดย ใช้Power Point 2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ 3. งานของ นักศึกษาแต่ละ กลุ่มที่ได้รับ มอบหมาย สัปดาห์ที่ 4	2,3	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว
6	<b>การออกแบบการวิจัย</b> - การเขียนโครงร่างงานวิจัย - รูปแบบของโครงร่างงานวิจัย <b>Learning Outcome</b> - สามารถเขียนโครงร่างงานวิจัยการตลาด	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำงานกลุ่มที่รับมอบหมายมา อภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไข 3. มอบหมายให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มจัดทำโครง	1. บรรยายโดย ใช้Power Point 2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ 3. ตัวอย่างโครง	1,2	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			รายงานวิจัยกลุ่ม และนำเสนอเพื่อดูความก้าวหน้า ในครั้งต่อไปโดยกำหนดส่งโครงงานวิจัยใน สัปดาห์ที่ 8	รายงานวิจัย 4. งาน ของ นักศึกษาแต่ละ กลุ่ม ที่ ได้ รับ ม อ บ ห ม า ย สัปดาห์ที่ 5		
7	<b>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</b> - ลักษณะของเครื่องมือที่ดี - ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในวิจัย <b>Learning Outcome</b> - ร่างโครงงานวิจัย	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยของกลุ่ม (แบบสอบถาม) โดย สามารถขอคำแนะนำในระหว่างสัปดาห์และให้ นำส่งในครั้งต่อไป 3. ให้นักศึกษานำร่างโครงงานวิจัยมา อภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไข นำ ส่งโครง งานวิจัยฉบับสมบูรณ์ในสัปดาห์ต่อไป	1. บรรยายโดย ใช้Power Point 2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ 3. ตัวอย่าง (แบบสอบถาม) 4. งาน ของ นักศึกษาแต่ละ กลุ่ม ที่ ได้ รับ ม อ บ ห ม า ย สัปดาห์ที่ 6	1,2	ผ ศ . ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
				5. ร่างโครงร่างงานวิจัย		
8	<b>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</b> - การสร้างเครื่องมือและการทดสอบหรือใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการสร้างหรือตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย <b>Learning Outcome</b> - ร่างแบบสอบถาม - โครงร่างงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	4	1. บรรยายให้นักศึกษาปฏิบัติในการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างเครื่องมือหรือใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม) 2. ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มส่งโครงร่างงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ 3. ให้นักศึกษานำร่างแบบสอบถามงานวิจัยกลุ่มที่มาอภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไขนำไปปรับแก้และส่งให้ตรวจในระหว่างสัปดาห์	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3. โปรแกรมสำเร็จรูป 4. ตัวอย่างแบบสอบถามและไฟล์ข้อมูลที่มีการบันทึกข้อมูลแล้ว 5. ร่างแบบสอบถามงานวิจัยกลุ่ม	1,2,3	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว



ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
9	<b>การรวบรวมข้อมูล</b> - ชนิดและแหล่งที่มาของข้อมูล - การประมวลผลและตรวจสอบข้อมูล - การบันทึกข้อมูล - การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ <b>Learning Outcome</b> - แบบสอบถาม	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำงานกลุ่มที่รับมอบหมายมาอภิปรายและรับคำชี้แนะไปแก้ไขและสามารถนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บรวบรวมข้อมูล	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3. แบบสอบถามงานวิจัยกลุ่ม	1,2	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว
10	<b>สถิติที่ใช้ในการวิจัยทางธุรกิจ</b> - ระดับของการวัด - สถิติกับการวิจัยทางธุรกิจ - การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ <b>Learning Outcome</b> - นักศึกษาสามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตั้งค่าตามแบบสอบถามของกลุ่มพร้อมบันทึกข้อมูลได้	4	1. ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. บรรยายให้นักศึกษาปฏิบัติในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อตั้งค่าตามแบบสอบถามของกลุ่มพร้อมบันทึกข้อมูล 3. มอบหมายให้นักศึกษานำบันทึกข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในงานวิจัยกลุ่มด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำมาให้ส่งในสัปดาห์ต่อไป	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3. โปรแกรมสำเร็จรูป 4. แบบสอบถามที่ได้มีการเก็บข้อมูลแล้ว	1,2	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
11	<b>สถิติที่ใช้ในการวิจัยทางธุรกิจ (ต่อ)</b> - การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร - การใช้โปรแกรมสำเร็จเพื่อการทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ย - สถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าแปรปรวนจากกลุ่มตัวอย่าง - สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. ให้นักศึกษานำข้อมูลที่ได้ถูกบันทึกโดยโปรแกรม สำเร็จรูป มาให้พิจารณา พร้อมกับแบบสอบถามที่ได้มีการเก็บข้อมูลแล้ว มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการตั้งค่าโปรแกรม สำเร็จรูป จากแบบสอบถามที่มีความหลากหลาย	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3. โปรแกรมสำเร็จรูป 4. แบบสอบถามที่ได้มีการเก็บข้อมูล	1,2	ผ ศ . ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว
12	<b>การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผล และการนำเสนอข้อมูล</b> - ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูล - ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล - การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล - การแปลผลข้อมูล	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปรายประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษานำข้อมูลงานวิจัยกลุ่มที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปลผลข้อมูล	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทางธุรกิจ 3. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์	1,2	ผ ศ . ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
	- การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลใน ลักษณะตารางและการแปลความ <b>Learning Outcome</b> - ร่างผลการวิเคราะห์ข้อมูล			ข้อมูล		
13	<b>การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผล และการนำเสนอข้อมูล (ต่อ)</b> - การเขียนสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษานำข้อมูลงานวิจัยกลุ่ม ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปลผลข้อมูล 3. มอบหมายให้นักศึกษานำข้อมูลที่ได้การ เขียนสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ 3. ตัวอย่างการ เขียนสรุปผล อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	1,2	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว
14	<b>การเขียนรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์</b> <b>Learning Outcome</b> - ร่างรายงานวิจัย - คะแนนสอบปากเปล่ารายบุคคล	4	1. บรรยายและให้นักศึกษาร่วมอภิปราย ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้ 2. มอบหมายให้นักศึกษาจัดทำรายงานการ วิจัยฉบับสมบูรณ์ส่งพร้อมนำเสนอในสัปดาห์ ต่อไป	1. บรรยายโดยใช้ Power Point 2. ตำราวิจัยทาง ธุรกิจ 3. ตัวอย่าง	2,4	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

สัปดาห์ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา (ระบุข้อ)	ผู้สอน
			3. สอบปากเปล่าความรู้วิจัยรายบุคคล	รายงานการวิจัย ฉบับ สมบูรณ์		
15	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการนำเสนอ งานกลุ่มและทบทวนบทเรียน Learning Outcome - รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	4	1. การนำเสนอรายงานวิจัยของนักศึกษาแต่ละ กลุ่ม พร้อมทั้งร่วมอภิปรายเพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ 2. ทบทวนบทเรียน	1. รายงานการ วิจัยฉบับสมบูรณ์ ของนักศึกษาแต่ละ กลุ่ม 2. บรรยายโดย ใช้Power Point	2,4	ผ ศ .ด ร . ปราโมทย์ ยอดแก้ว

หมายเหตุ : ระบุทุกสัปดาห์ จำนวน 15 สัปดาห์

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผลการเรียนรู้ที่ได้ (ระบุข้อ)	วิธีการประเมิน	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนของ การ ประเมินผล
1. พฤติกรรม การเรียนรู้	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4, 4.1.1, 4.1.2	ประเมินจากการเข้า ห้องเรียนและความตั้งใจ เรียน การส่งงานตรงเวลา ของนักศึกษา	1-15	ร้อยละ 10
2. งานกลุ่ม/รายบุคคล สอบปากเปล่า รายบุคคล	1.1.1, 1.1.3, 2.1.1, 3.1.1, 4.1.1, 4.1.2, 5.1.1, 5.1.2, 5.1.4	ประเมินผลจากงานที่ มอบหมายให้	1-15	ร้อยละ 20
3. โครงงานวิจัย	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.3, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.4	ประเมินจากโครงร่าง งานวิจัยตลาด	8	ร้อยละ 15
4. รายงานการวิจัย และ การนำเสนอของ นักศึกษา	1.1.1, 1.1.3, 1.1.4, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 3.1.3, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 5.1.1, 5.1.2, 5.1.4	ประเมินจากรายงานการ วิจัย ตลาดและการนำเสนอของ นักศึกษา	14, 15	ร้อยละ 25
5. สอบปลายภาค	2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4, 3.1.1, 5.1.1	การทดสอบปลายภาค	16	ร้อยละ 30

## หมวดที่ 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. เอกสารและตำราหลัก

ปริญญ์ ประยูรศักดิ์. (2561). การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

### 2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

กฤษณี รื่นรมย์. (2558). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สัมฤทธิ์ กางเพ็ง และสรายุทธ กันหลง. (2560). การวิจัยแบบผสมวิธี: กระบวนทัศน์การวิจัยในศตวรรษที่ 21. มหาสารคาม : อภิชาติการพิมพ์.

### 3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- ฐานข้อมูล ThaiLis
- เว็บไซต์ห้องสมุดทุกมหาวิทยาลัย
- เว็บไซต์ของ สกว.
- เว็บไซต์ <http://thairesearchcenter.com/>
- เว็บไซต์ <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/market-research/>
- เว็บไซต์ <https://www.ar.co.th/kp/th/450>

## หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

### 1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

### 2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การสังเกตความตั้งใจของผู้เรียน
- ผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

### 3. การปรับปรุงการสอน

หลังจากผลการประเมินการสอนในข้อ 2 จึงมีการปรับปรุงการสอน ดังนี้

- เมื่อได้ผลการประเมินการสอนนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้น โดยปรับปรุงเนื้อหาที่สอน วิธีการวัดผลและประเมินผล

### 4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

- การทวนสอบการให้คะแนนจากการตรวจสอบผลงานของนักศึกษา คะแนนสอบ ความประพฤติในการเรียนโดยอาจารย์ผู้สอน

- มีการตั้งคณะกรรมการในการทวนสอบรายวิชาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่ใช่อาจารย์ประจำหลักสูตร

#### 5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายวิชาทุกปีการศึกษาที่เปิดการเรียนการสอน
- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการจัดการเรียนการสอนแบบ Active Learning และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ