



รายละเอียดของรายวิชา (มคอ.3)

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประจำภาคเรียนที่ 1/2563

รหัสวิชา 3643306 ชื่อรายวิชา การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน

Marketing for Community Enterprise

อาจารย์ผู้สอน

ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

คำนำ

รายละเอียดของรายวิชาการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน (Marketing for Community Enterprise) รหัสวิชา 3643306 ซึ่งเป็นวิชาในหมวดวิชาเฉพาะ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของชุมชน รูปแบบและบทบาทของวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการวิสาหกิจชุมชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การจัดการสิ่งแวดล้อมทางการยภาพและสังคมของชุมชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการการตลาด การปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับวิสาหกิจชุมชน

รายละเอียดรายวิชานี้แสดงให้เห็นแนวทางในการเรียนรู้ทั้งออนไลน์ ในและนอกชั้นเรียน ประกอบด้วยการบรรยายแบบมีส่วนร่วม การแบ่งกลุ่มอภิปรายกรณีศึกษา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การติดตามข่าวจากสื่อ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นคว้าด้วยตนเองเพิ่มเติม การเข้าถึงวิสาหกิจชุมชน โดยตรงเพื่อศึกษา กลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการ แหล่งการค้า หน่วยงานธุรกิจ หน่วยงานสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น และการทำโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานวิสาหกิจชุมชน เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้จากรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

ผู้จัดทำ

สารบัญ

หมวด	หน้า
หมวด 1 ข้อมูลทั่วไป	4
หมวด 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์	5
หมวด 3 ลักษณะและการดำเนินการ	5
หมวด 4 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา	6
หมวด 5 แผนการสอนและการประเมินผล	10
หมวด 6 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน	17
หมวด 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา	18

รายละเอียดของรายวิชา

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 วิทยาเขต/คณะ/ภาควิชา คณะวิทยาการจัดการ

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. รหัสและชื่อรายวิชา

รหัสวิชา 3643306 ชื่อรายวิชา การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน
 Marketing for Community Enterprise

2. จำนวนหน่วยกิต

3 (2-2-5) หน่วยกิต

3. หลักสูตรและประเภทของรายวิชา

3.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

3.2 สาขาวิชาการตลาด

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชาและอาจารย์ผู้สอน

4.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน

4.2 อาจารย์ผู้สอน ผศ.ดร.รติวัลย์ วัฒนสิน ตอนเรียน A1

5. ภาคการศึกษา/ชั้นปีที่เรียน

ภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 4

6. รายวิชาที่ต้องเรียนมาก่อน (Pre-requisite)

ไม่มี

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites)

ไม่มี

8. สถานที่เรียน

ออนไลน์และในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

9. วันที่จัดทำหรือปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชาครั้งล่าสุด

19 มิถุนายน 2563

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายของรายวิชา

1. พุทธิพิสัย (ความรู้ที่ได้รับจากการเรียน)

- 1.1 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ แนวคิด และการจัดการการตลาดวิสาหกิจชุมชน
- 1.2 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมธุรกิจ
- 1.3 เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม และส่วนประสมการตลาด
- 1.4 เพื่อให้ตระหนักถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และสังคมส่วนรวม
- 1.5 เพื่อให้สามารถนำเอาความรู้และหลักทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

2. ทักษะพิสัย (ความสามารถ ทักษะการปฏิบัติ การใช้ IT ที่ได้รับจากการเรียน)

- 2.1 นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด ระบบตลาด และโซ่อุปทาน
- 2.2 นักศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- 2.3 นักศึกษาสามารถค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง website และแหล่งที่เกี่ยวข้อง

3. จิตพิสัย (ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม ที่ได้รับจากการเรียน)

- 3.1 นักศึกษาตระหนักถึงคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณในการทำงานกับชุมชนและธุรกิจ
- 3.2 นักศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์และหาแหล่งข้อมูลด้วยตนเองไม่มีการคัดลอกจากผู้อื่น
- 3.3 นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและปฏิบัติตามข้อตกลงในชั้นเรียนได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ในการพัฒนา/ปรับปรุงรายวิชา

- 2.1 เพื่อให้สอดคล้อง กระบวนการเรียนการสอน และสื่อการสอนให้มีความเหมาะสมกับผู้เรียน
- 2.2 เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและมอบหมายกิจกรรมกลุ่ม/เดี่ยวที่เหมาะสมกับผู้เรียน

หมวดที่ 3 ลักษณะและการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ลักษณะของชุมชน รูปแบบและบทบาทของวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการวิสาหกิจชุมชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การจัดการเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ การจัดการสิ่งแวดล้อมทางการยภาพและสังคมของชุมชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการการตลาด การปฏิบัติโครงการการตลาดร่วมกับวิสาหกิจชุมชน

Characteristics of communities, models and roles of community business. community business management process; cooperative networking; technology and information system management; managing physical and social environment for communities; factors influencing success and failure in community businesses; practical marketing project with a community

2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อภาคการศึกษา

บรรยาย การฝึก	สอนเสริม	ปฏิบัติ/งาน ภาคสนาม/การฝึกงาน	การศึกษาด้วย ตนเอง
30 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	สอนเสริมเพื่อทดแทนคาบเรียนที่ไม่สามารถ ทำการสอน หรือตามที่ผู้เรียนร้องขอ	30 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา	75 ชั่วโมงต่อภาค การศึกษา

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษาเป็นรายบุคคล

- อาจารย์ประจำรายวิชา ประกาศเวลาให้คำปรึกษาผ่านสื่อทางสังคม
- อาจารย์จัดเวลาให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล หรือ รายกลุ่มตามความต้องการ 1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (เฉพาะรายที่ต้องการ)

หมวดที่ 4 การพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา

1. คุณธรรม จริยธรรม

1.1 คุณธรรม จริยธรรมที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- (2) มีความพอเพียงเป็นหลักในการดำเนินชีวิต โดยยึดแนวความคิดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกัน
- (3) มีจิตสำนึกและมโนธรรมที่จะแยกแยะความถูกต้อง ความดี และความชั่ว
- (4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพทางธุรกิจ

1.2 วิธีการสอน

- (1) กำหนดวัฒนธรรมองค์กรให้กับนักศึกษาปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยและข้อบังคับ
- (2) ปลุกฝังให้นักศึกษามีระเบียบวินัย โดยเน้นการเข้าชั้นเรียน การแต่งกายตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน โดยเน้นการส่งงานให้ตรงเวลา
- (4) ฝึกนักศึกษาให้มีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่คัดลอกงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

1.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน การส่งงานตามกำหนดระยะเวลาที่มอบหมาย
- (2) ประเมินจากการแต่งกายของนักศึกษาที่เป็นไปตามระเบียบของมหาวิทยาลัย
- (3) ประเมินจากความรับผิดชอบในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่มและบุคคล

- (4) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงานที่ได้รับมอบหมาย มีความซื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตน

2. ความรู้

2.1 ความรู้ที่ต้องได้รับ

- (1) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการตลาด
- (2) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญของศาสตร์ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และการดำเนินงาน รวมทั้งการจัดการองค์กร
- (3) มีความรู้และความเข้าใจในสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดการการตลาด ในด้านการวางแผน การปฏิบัติการ การควบคุมและการประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับปรุงแผนงาน
- (4) มีความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพด้านการตลาด รวมทั้งมีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและผลกระทบอย่างเท่าทัน

2.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) บรรยายจากสื่อ Power Point และวีดิทัศน์พร้อมยกตัวอย่างประกอบ
- (3) สอนแบบการอภิปรายกลุ่ม สนทนาโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิด ลงพื้นที่เพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลวิสาหกิจชุมชนโดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจและเสริมความรู้ใหม่ ๆ
- (4) นำเสนองานหน้าชั้นเรียน เพื่อรายงานโครงการ
- (5) มอบหมายงานต่าง ๆ ให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

2.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากรายงานและนำเสนอเพื่อรายงานความคืบหน้าของการพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชน
- (3) ประเมินจากการ Live ในสื่อของหลักสูตรเมื่อลงพื้นที่
- (4) ประเมินจากแผนการตลาด กิจกรรมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และผลการดำเนินงาน โดยนำเสนอในรูปแบบคลิป 15 นาที
- (5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (6) ประเมินจากรายละเอียดของงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

3. ทักษะทางปัญญา

3.1 ทักษะทางปัญญาที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถสืบค้น จำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ได้ซึ่งสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจอย่างเหมาะสม
- (2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต่อยอดกรอบความรู้เดิม สามารถบูรณาการความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม กิจกรรม หรือแนวทางในการจัดการธุรกิจใหม่ ๆ
- (3) สามารถคิดค้นทางเลือกใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ทางเลือกและผลกระทบที่เป็นผลจากทางเลือกอย่างรอบด้าน โดยการนำความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้

3.2 วิธีการสอน

- (1) สอนแบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีที่สำคัญในเนื้อหารายวิชา
- (2) สอนเน้นการทำโครงการวิสาหกิจชุมชน โดยให้นักศึกษาหาความร่วมมือจากวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการยกระดับศักยภาพธุรกิจ
- (3) ให้นักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาสถานการณ์จริง สืบค้นข้อมูล ติดตามสถานการณ์การตลาด และพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้วิสาหกิจชุมชน
- (4) ให้ใช้คลิปเพื่อนำเสนอโครงการ และตัดต่อเพื่อนำไปใช้ในธุรกิจจริง
- (5) มอบหมายงานอื่น ๆ เพื่อเสริมทักษะทางการตลาด

3.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากการสอบปลายภาค โดยใช้ข้อสอบแบบอัตนัย
- (2) ประเมินจากรายงานและนำเสนอเพื่อรายงานความคืบหน้าของการพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิสาหกิจชุมชน
- (3) ประเมินจากการ Live ในสื่อของหลักสูตรเมื่อลงพื้นที่
- (4) ประเมินจากแผนการตลาด กิจกรรมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และผลการดำเนินงาน โดยนำเสนอในรูปแบบคลิป 15 นาที
- (5) ประเมินจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการอภิปรายกลุ่ม
- (6) ประเมินจากรายละเอียดของงาน/ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มอบหมายให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติทั้งในและนอกชั้นเรียน

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

4.1 ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบที่ต้องพัฒนา

- (1) มีความสามารถในการประสานงาน มีมนุษยสัมพันธ์และสามารถสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้อื่น และปรับตัวเชิงวิชาชีพได้
- (2) มีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเป็นกลุ่ม และสามารถแสดงภาวะผู้นำ ผู้ตามได้อย่างเหมาะสม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาตนเองและวิชาชีพ
- (3) มีความคิดริเริ่มและมีความคิดเห็นที่มีความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ของทีมงาน

4.2 วิธีการสอน

- (1) การเรียนแบบมีส่วนร่วม
- (2) มอบหมายงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษา/ รายงาน (กลุ่ม) โดยเน้นการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นขณะทำโครงการ การทำงานเป็นทีม การแสดงภาวะผู้นำผู้ตามได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์

4.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การเข้าเรียน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมในชั้นเรียน พฤติกรรมการทำงานเป็นทีม และการส่งงาน
- (2) ประเมินจากความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
- (3) ประเมินจากการนำเสนอผลงาน/รายงานกลุ่ม และการเป็นผู้นำผู้ตามในการอภิปราย

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.1 ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ต้องพัฒนา

- (1) สามารถประยุกต์ใช้หลักคณิตศาสตร์ สถิติ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางการตลาด
- (2) สามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างประเทศได้
- (3) สามารถสื่อสารเพื่ออธิบายและสร้างความเข้าใจ การเขียนรายงาน และการนำเสนองานอย่างถูกต้อง
- (4) สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนในการดำเนินงาน

5.2 วิธีการสอน

- (1) มอบหมายงานให้นักศึกษา ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจาก Website, YouTube, Social media และทำสื่อออนไลน์และออฟไลน์
- (2) ให้นักศึกษานำเสนอผลงานด้วยตนเองและคลิป เพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต
- (3) ให้ติดต่อสื่อสารที่แหล่งข้อมูลโดยตรง เพื่อฝึกภาษาและการปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน
- (4) มอบหมายงานการสะสมงานบนสื่อทางสังคมเพื่อนำเสนอกิจกรรมการตลาดให้ธุรกิจ

5.3 วิธีการประเมินผล

- (1) ประเมินจากงาน/ กิจกรรม/ กรณีศึกษาที่ได้รับมอบหมาย
- (2) ประเมินจากการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีผลการสืบค้นและการนำเสนองานที่ดี
- (3) ประเมินจากข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข้อมูล
- (4) ประเมินจากแผนและกิจกรรมการตลาด

หมวดที่ 5 แผนการสอนและการประเมินผล

1. แผนการสอน (Online สัปดาห์ที่ 1-9 และ Offline สัปดาห์ที่ 10-15)

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
1 Online	<p>การแนะนำแนวทางการเรียนรู้ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความหมาย ความสำคัญ หลักการ และแนวคิด - การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน - กิจกรรมเพื่อสังคมและการพัฒนาชุมชน - ความสำเร็จและความล้มเหลว - กระบวนการจัดการการตลาดต้นทุนต่ำ <p>Learning Outcome ผู้เรียนได้รับความรู้และสามารถอธิบายหลักการ แนวคิด การจัดการการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน</p>	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. แนะนำวิธีการเรียนการสอน และอธิบายเนื้อหา รายวิชา จุดประสงค์ เป้าหมาย เกณฑ์การวัดผลและ ประเมินผล แนะนำแหล่งข้อมูล และ websites 2. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่ สนใจและสงสัย 3. มอบหมายงานโครงการพัฒนาการตลาดวิสาหกิจ ชุมชน เนื่องจากเป็นการศึกษาออนไลน์กิจกรรมจะ เป็นการตลาดออนไลน์ และให้เลือกวิสาหกิจจาก พื้นที่ของหัวหน้ากลุ่ม มีทั้งหมด 5 กลุ่ม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ <p>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</p>	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
2 Online	<p>ลักษณะของชุมชน รูปแบบและบทบาทของ วิสาหกิจชุมชนต่อการสร้างความยั่งยืนของชุมชน</p> <ul style="list-style-type: none"> - วิสาหกิจชุมชน กิจกรรมเพื่อสังคม และ SME - ความสำคัญของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างชุมชน ธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ 	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่ สนใจและสงสัย 2. รายงานความคืบหน้าโครงการ รายงานการติดต่อกับ ผู้ประกอบการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ 	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	- สิ่งแวดล้อมทางการตลาดของแต่ละชุมชน โอกาส อุปสรรค และแนวทางการสร้างความยั่งยืน Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเข้าใจลักษณะธุรกิจ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และแนวทางการพัฒนา		3. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา	ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(5.2) (5.3) (5.4)	
3 Online	กระบวนการจัดการการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน - ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชน - ผลประโยชน์ ความเสี่ยง และการแข่งขันกับธุรกิจอื่น - การใช้ประโยชน์จากนโยบายของรัฐและทัศนคติของสังคมที่มีต่อการพัฒนาชุมชน - กลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีข้อจำกัดสูงและมีทรัพยากรต่ำ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเข้าใจสภาวะการแข่งขัน และกระบวนการจัดการการตลาดที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการงาน 4. นำเสนอข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1) (2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3) (5.2) (5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
4 Online	สิ่งแวดล้อมในการดำเนินวิสาหกิจชุมชน (ศึกษาจากวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการจริง)	3	1. อธิบายประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ 2. หัวหน้ากลุ่มลงพื้นที่สร้างความสัมพันธ์กับ	1. สื่อการสอน Power point	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1)	ผศ.ดร. รติวัลย์

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	<ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาจุดเด่นจุดด้อยของชุมชนและธุรกิจ - วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชน - ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน - วิเคราะห์สถานการณ์และกิจกรรมการตลาดในปัจจุบัน <p>Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเข้าใจหลักการเบื้องต้นในการดำเนินงานและวิธีการทำการตลาดในปัจจุบันของธุรกิจจริง</p>		<p>ผู้ประกอบการ</p> <p>3. Live สดขณะลงพื้นที่ กลุ่มละ 5 นาที</p> <p>4. ให้ข้อเสนอแนะในการหาข้อมูลและการศึกษาบริบทธุรกิจ</p>	<p>2. กรณีศึกษา</p> <p>3. วิดีทัศน์</p> <p>4. เว็บไซต์</p> <p>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</p>	<p>(2.4) (3.2)</p> <p>(3.3) (4.1)</p> <p>(4.2) (4.3)</p> <p>(5.2) (5.3)</p> <p>(5.4)</p>	วัฒนสิน
5 Online	<p>การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์การแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สิ่งที่ต้องทำและไม่ควรทำ - เป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่เหมาะสมกับลักษณะและขนาดของธุรกิจ - การนำจุดเด่นของชุมชนมาสร้างตรา - ส่วนประสมการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน <p>Learning Outcome ผู้เรียนสามารถกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ทำโครงการ</p>	3	<p>1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย</p> <p>2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา</p> <p>3. รายงานความคืบหน้าโครงการงาน</p> <p>4. แต่ละกลุ่มนำเสนอแผนการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน</p> <p>5. อภิปรายถึงความเหมาะสม ความเป็นไปได้ สิ่งที่ต้องทำและไม่ควรทำ</p>	<p>1. สื่อการสอน Power point</p> <p>2. กรณีศึกษา</p> <p>3. วิดีทัศน์</p> <p>4. เว็บไซต์</p> <p>ผ่าน “WBSC และ MS Teams”</p>	<p>(1.1) (1.3) 1.4)</p> <p>(2.1) (2.4) 3.2)</p> <p>(3.3) (4.1) 4.2)</p> <p>(4.3) (5.2) 5.3)</p> <p>(5.4)</p>	<p>ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน</p>

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
6 Online	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน - การสร้างนวัตกรรม - องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้วิสาหกิจชุมชน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. นำเสนอผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน 5. อภิปรายถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อนำไปเสนอกับเจ้าของธุรกิจ	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
7 Online	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต่อ) - การสร้างจุดแข็งให้ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน - การกำหนดตำแหน่งในใจลูกค้า - การสร้างตรา - บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และสิ่งแวดล้อม Learning Outcome ผู้เรียนสามารถสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้วิสาหกิจชุมชน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
8 Online	การกำหนดราคา - ศึกษาโครงสร้างต้นทุน - กำหนดโครงสร้าง ราคาส่ง ปลีก	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	Learning Outcome ผู้เรียนสามารถกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์		2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. อภิปรายถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อนำไปเสนอกับเจ้าของธุรกิจ	3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	
9 Online	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย - ศึกษาช่องทางการตลาดปัจจุบัน - พัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ - จัดการหน้าร้าน-หลังร้านเพื่อสนับสนุนการขาย Learning Outcome ผู้เรียนกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์ ผ่าน “WBSC และ MS Teams”	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
10 Offline	การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ) - วางโครงสร้าง Logistics ให้วิสาหกิจชุมชน - นวัตกรรมมาช่วยจัดจำหน่าย - จัดการต้นทุน Learning Outcome ผู้เรียนกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. นำเสนอช่องทางใหม่ของวิสาหกิจชุมชน	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
			5. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ			
11 Offline	การสื่อสารการตลาด - สัญลักษณ์ ภาษา (ชุมชน) และการสื่อสาร (ตรา ความเป็นชุมชน ความเป็นมืออาชีพ) - IMC และสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ - ตัวอย่างการสื่อสารการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน Learning Outcome ผู้เรียนสามารถพัฒนา IMC สำหรับวิสาหกิจชุมชน	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. นำเสนอ IMC ของวิสาหกิจชุมชน 5. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
12 Offline	การใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดสำหรับชุมชน - ความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและการใช้การตลาดแบบตัวต่อตัว การสื่อสารส่วนบุคคล - ทางเลือกในการใช้เว็บไซต์ เครื่องมือค้นหา และสื่อทางสังคมสำหรับตลาดผู้บริโภคและตลาดธุรกิจ Learning Outcome ผู้เรียนสามารถใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีในการตลาด	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. นำเสนอเทคโนโลยีที่จะใช้กับวิสาหกิจชุมชน 5. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
13 Offline	การใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดสำหรับชุมชน (ต่อ) - การใช้สื่อทางสังคมในการสร้างตรา - ออกแบบเนื้อหา วิธีการเผยแพร่ และการปฏิสัมพันธ์	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

ลำดับที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	กับลูกค้า Learning Outcome ผู้เรียนสามารถเลือกใช้สื่อทางสังคมในการตลาด		2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา 3. รายงานความคืบหน้าโครงการ 4. นำเสนอสื่อทางสังคมที่จะใช้กับวิสาหกิจชุมชน 5. อภิปรายทัศนคติของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อข้อเสนอแนะ	3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	
14 Offline	การนำเสนองานการตลาดสำหรับชุมชน - นำเสนอคลิปพร้อมคำอธิบายกิจกรรมการตลาด Learning Outcome ผู้เรียนสามารถนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับชุมชนและการตลาด ใช้สื่อและเครื่องมืออย่างมีประสิทธิภาพ	3	1. นำเสนอรายงานด้วยสื่อและเครื่องมือที่เหมาะสม	1. สื่อจัดทำ โดยผู้เรียน	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน
15 Offline	การควบคุมตลาดและประเด็นทางจริยธรรมในการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน - ความสำคัญของมันคง มั่งคั่ง ยั่งยืนของชุมชน - การดูแลลูกค้าและคนในระบบธุรกิจ - ปัญหาทางกฎหมาย ทางสังคม สิ่งแวดล้อม ข้อขัดแย้ง กลไกป้องกัน และการแก้ไขในการดำเนินธุรกิจ - จริยธรรม จรรยาบรรณ และ CSR Learning Outcome ผู้เรียนตระหนักในประเด็นทางจริยธรรม จรรยาบรรณ	3	1. บรรยายโดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาระการเรียนรู้และซักถามประเด็นที่สนใจและสงสัย 2. ทำกิจกรรมวิเคราะห์สถานการณ์และกรณีศึกษา	1. สื่อการสอน Power point 2. กรณีศึกษา 3. วิดีทัศน์ 4. เว็บไซต์	(1.1) (1.3) 1.4) (2.1) (2.4) 3.2) (3.3) (4.1) 4.2) (4.3) (5.2) 5.3) (5.4)	ผศ.ดร. รติวัลย์ วัฒนสิน

สัปดาห์ ที่	หัวข้อการสอน / Learning Outcome	จำนวน ชั่วโมง	กิจกรรมการเรียนการสอน	สื่อการสอน	สอดคล้องกับ จุดมุ่งหมาย รายวิชา	ผู้สอน
	ในการจัดการการตลาด					

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

กิจกรรมที่	ผล การเรียนรู้	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วนการ ประเมินผล
1. การเข้าชั้นเรียน/ การตรงต่อเวลา/ การแต่งกาย/ มารยาท/ การมีส่วนร่วม	(1.1) (1.3)	1. ประเมินจากการตรงเวลาในการเข้า ชั้นเรียนและการส่งงาน 2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย 3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน หน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม และบุคคล	1-15	10%
2. คลิปโครงการ	(1.1) (1.3) (1.4) (2.1)	1. ประเมินจากการตรงเวลาของใน การเข้าชั้นเรียนและการส่งงาน	15	20%
3. รายงานและนำเสนอ แผนการตลาด	(2.4) (3.2) (3.3) (4.1) (4.2) (4.3)	2. ประเมินจากการแต่งกายที่เป็นไป ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย	2-15	10%
4. คุณภาพแผนและกิจกรรม การตลาด	(5.2) (5.3) (5.4)	3. ประเมินจากความรับผิดชอบใน หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายรายกลุ่ม และบุคคล ชื่อสัตย์ ไม่ทุจริต ไม่นำ ผลงานผู้อื่นมาเป็นของตน	13-15	20%
5. ความคิดเห็นของ ผู้ประกอบการ		4. ประเมินจากพฤติกรรมในชั้นเรียน เช่น การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน การ ทำงานเป็นทีม การอภิปรายกลุ่ม 5. ประเมินจากคุณภาพของงาน ความ ครบถ้วน ถูกต้อง เรียบร้อย	13-15	10%
6. ทดสอบย่อย วิสาหกิจชุมชนและกิจการ เพื่อสังคม	(2.1) (2.2) (3.2) (3.3) (5.2) (5.3)	ประเมินจากการทดสอบย่อย โดยใช้ ข้อสอบแบบอัตนัย	10-15	10%
7. สอบปลายภาค	(2.1) (2.4) (3.2) (3.3)	ประเมินจากการสอบปลายภาค โดย ใช้ข้อสอบแบบอัตนัย	16	20%

หมวดที่ 6 ทฤษฎีการประกอบการเรียนการสอน

1. เอกสารและตำราหลัก

Johnson, Kevin D. (2562) 100 วิธีคิด เปลี่ยนเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการให้เป็นมืออาชีพที่ประสบความสำเร็จสูง และกำหนดชีวิตที่ต้องการได้. กรุงเทพฯ: Bee Media.

2. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

2.1 SE 50 : กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร. 2553. กรุงเทพฯ: หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ.

(โครงการวิจัยสนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) สถาบันเซ็นส์ฟิวชัน ภายใต้มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ บริติช เคานซิล ประเทศไทย สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มูลนิธิธอโซก้า (ประเทศไทย) www.fringer.org สมาคมนักวางแผนการเงินไทย)

2.2 สื่อออนไลน์ เช่น

<https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/how-many-business-for-society.html>,

<https://www.youtube.com/watch?v=eDf2V-i4CR4>,

<https://www.youtube.com/watch?v=bBklufEKm1g>

<https://www.forbes.com/sites/lilachbullock/2019/03/05/2019s-top-5-most-innovative-and-impactful-social-enterprises/#6a0217cc774a>

2.3 เว็บไซต์ธุรกิจ เช่น

<http://cabbagesandcondomsbkk.com/> <https://www.ffc.or.th/home/>

<https://www.facebook.com/abhairherb/> <https://www.metowe.com/>

<https://www.ashoka.org/en-EG/topics/changemaking?page=1>

<https://www.babbangona.com> <https://www.goodwill.org/>

<https://grameenfoundation.org/what-we-do/financial-services>

2.4 นิตยสาร Marketeer, Times, Forbes, PBS, MSNBC etc.

หมวดที่ 7 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา

- การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน
- การฝึกทักษะเพื่อดูพฤติกรรมตอบสนองของผู้เรียน
- การสังเกตการณ์จากพฤติกรรมของผู้เรียน
- แบบประเมินผู้สอน และแบบประเมินรายวิชา

2. กลยุทธ์การประเมินการสอน

- ผลการสอบแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินการสอน เพื่อกำกับดูแลการสอนให้ได้คุณภาพ
- ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาและการทวนสอบผลประเมินการเรียนรู้

3. การปรับปรุงการสอน

- ผู้ประสานงานรายวิชาและคณาจารย์ผู้สอนร่วมกันระดมสมองกำหนดกลยุทธ์วิธีการสอนจากผลการประเมินประสิทธิผลของรายวิชา สรุปภาพรวมปัญหา และอุปสรรคจาก มคอ.5 เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน

- ปรับปรุงกลยุทธ์การสอนและการบูรณาการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียน

4. การทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในรายวิชา

การแต่งตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบ การพิจารณาจากรายงานของผู้เรียน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนตามข้อกำหนดการวัดและประเมินผลประจำรายวิชา

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

- ปรับปรุงรายละเอียดวิชาทุกภาคการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหรือตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบมาตรฐานผลสัมฤทธิ์ตามข้อ 4

- ปรับปรุงรูปแบบการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ